

# Evolución del Mercado de la farmacia Española

*Actualización datos de abril 2020*

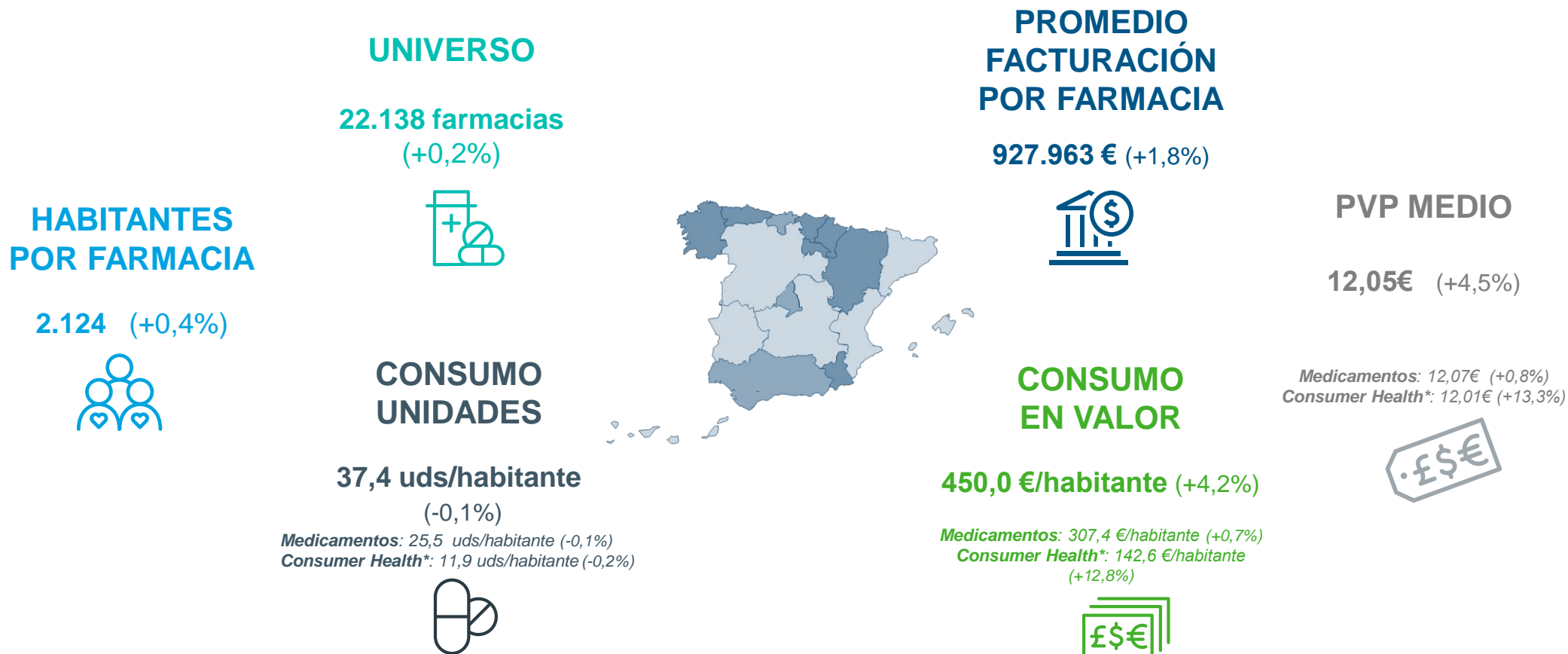
Mayo 2020



# Índice

- + **Indicadores clave de la farmacia española**
- + Evolución del mercado farmacéutico
- + Evolución por segmentos:
  - + Análisis del mercado de Medicamentos
  - + Análisis del mercado Consumer Health
- + Anexo
  - + El efecto COVID-19 en las dinámicas de prescripción (Dato de Pacientes)

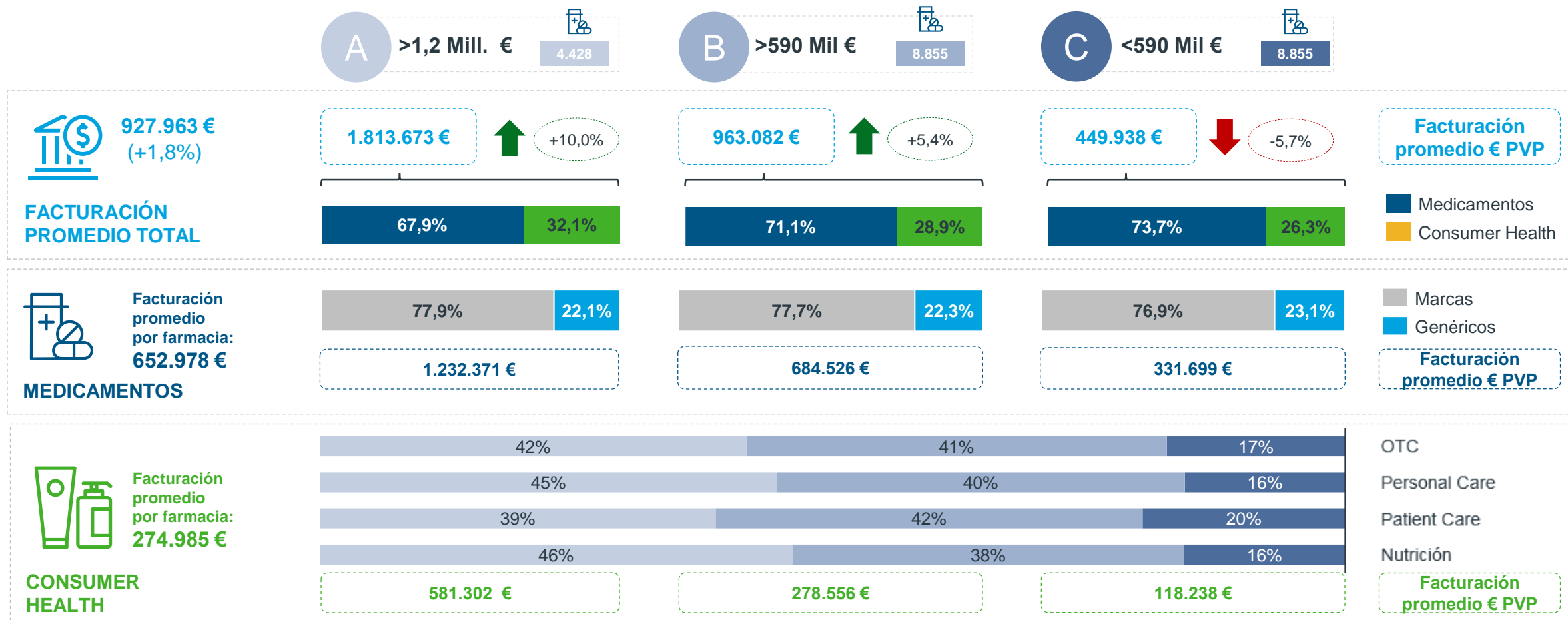
# España cuenta con 22.138 farmacias, las cuales facturan de promedio 928K€ con un PVP medio de 12,05€



El consumo medio por habitante ha crecido más en valores que en unidades debido al aumento del precio medio

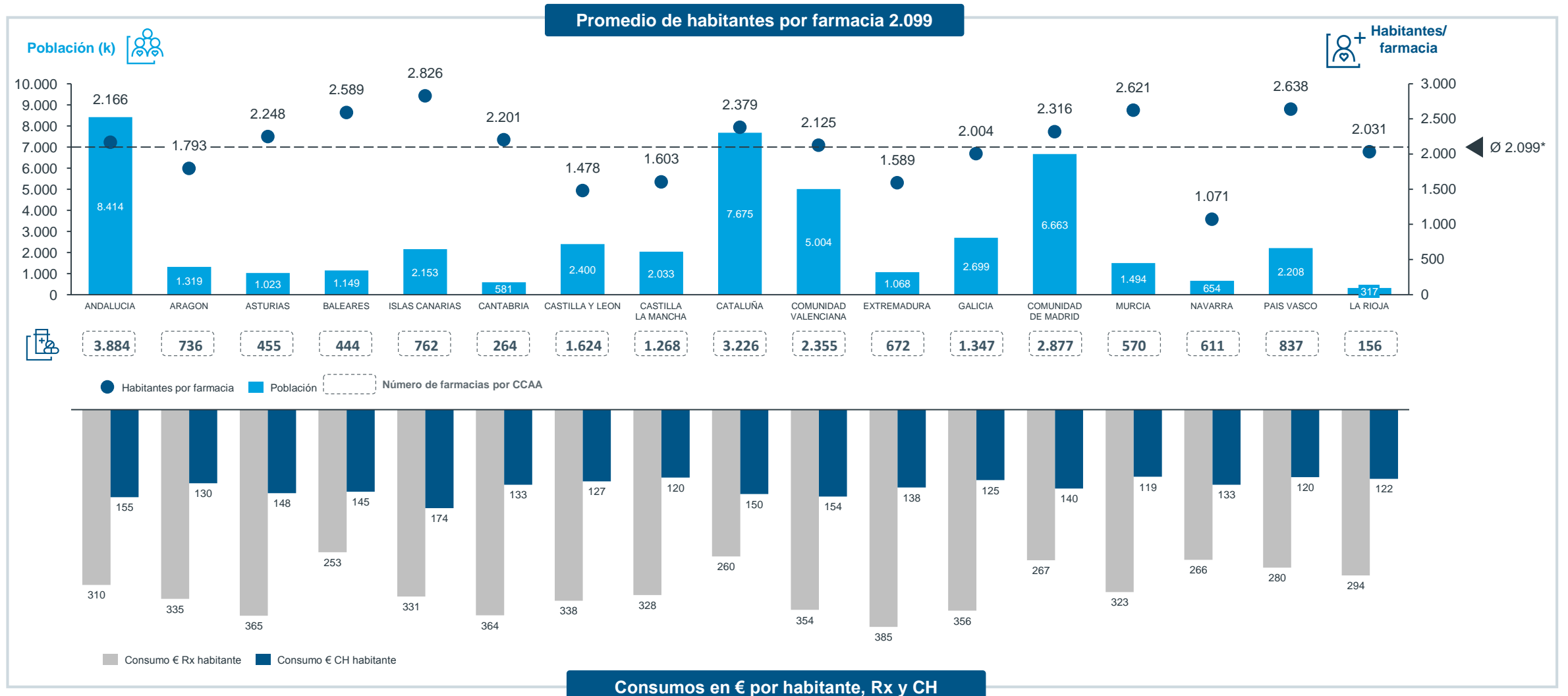
# La facturación promedio de una farmacia ha crecido un 1,8% en el último año, el 30% de esta facturación la realizan productos de Consumer Health

El 20% de las farmacias (farmacias A) concentra el 42% del mercado CH



Evolución del mercado de la farmacia española (€ PVP) \*Semieticos y EFP's dentro del mercado de CH  
 Datos 2019 (salvo split marcas vs. genéricos, basado en dato de 2018). Fuente: IQVIA Sell-out Muestra de 6.300 farmacias.  
 \*% PPG: Crecimiento entre los años 2018 y 2019

# Navarra es la CCAA con menos habitantes por farmacia (1.071) mientras que Canarias agrupa el mayor número de habitantes por farmacia (2.826)



Fuente: datos 2019  
\*Ceuta y Melilla no incluidas

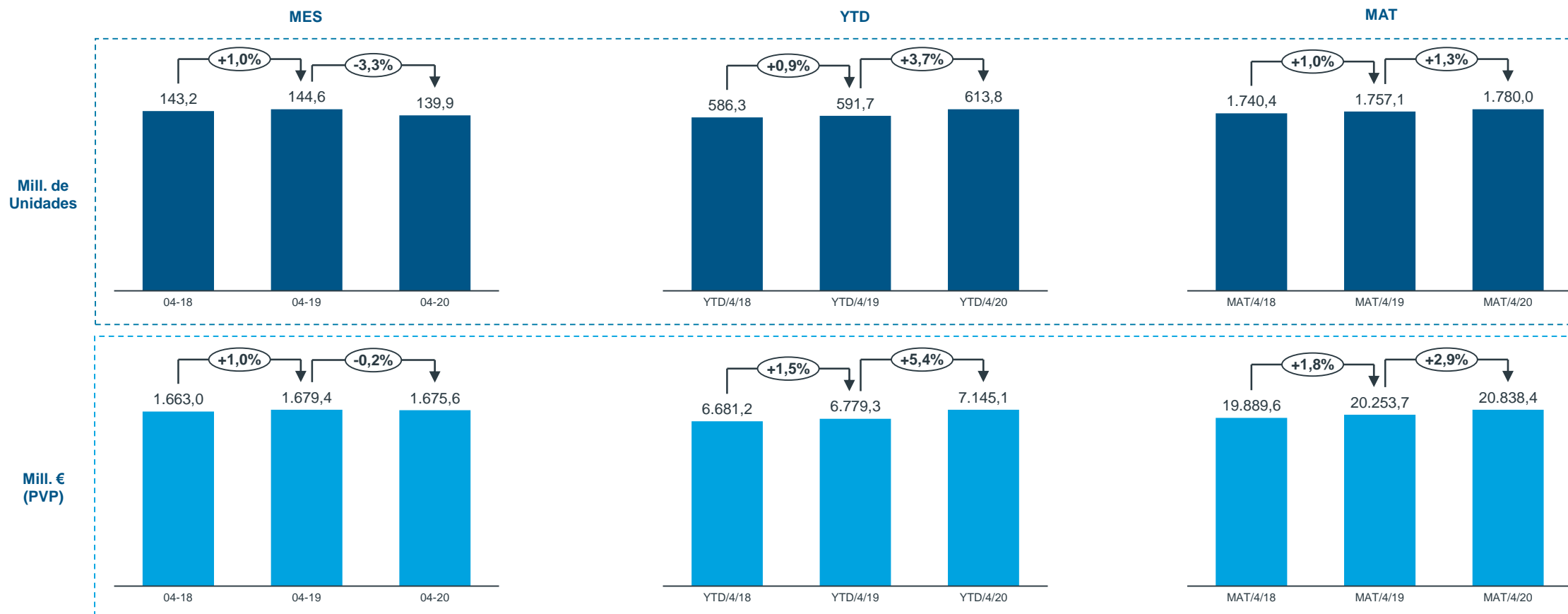


# Índice

- + Indicadores clave de la farmacia española
- + **Evolución del mercado farmacéutico**
- + Evolución por segmentos:
  - + Análisis del mercado de Medicamentos
  - + Análisis del mercado Consumer Health
- + Anexo
  - + El Mercado del frío

# El mercado farmacéutico presenta un crecimiento del +2,9% en valores y del +1,3% en unidades en el acumulado de los últimos 12 meses

## Total mercado farmacéutico

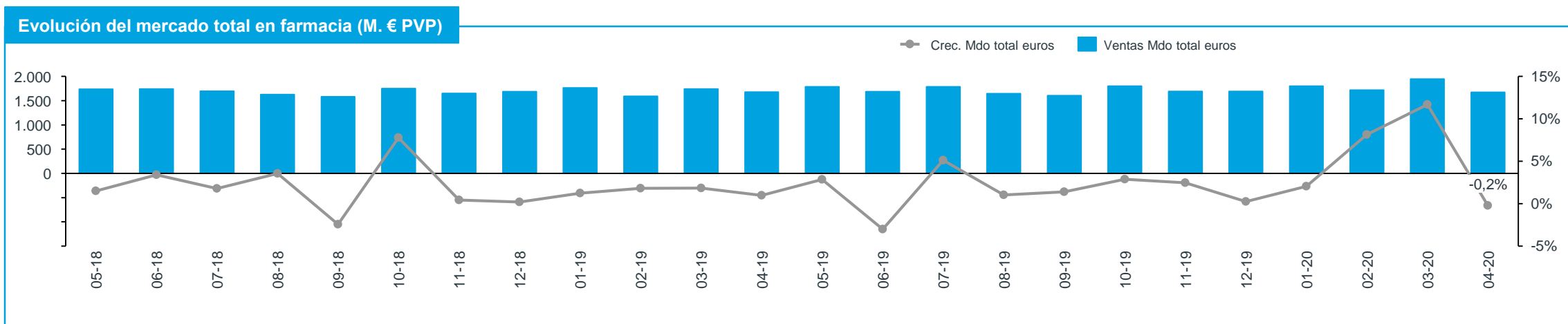
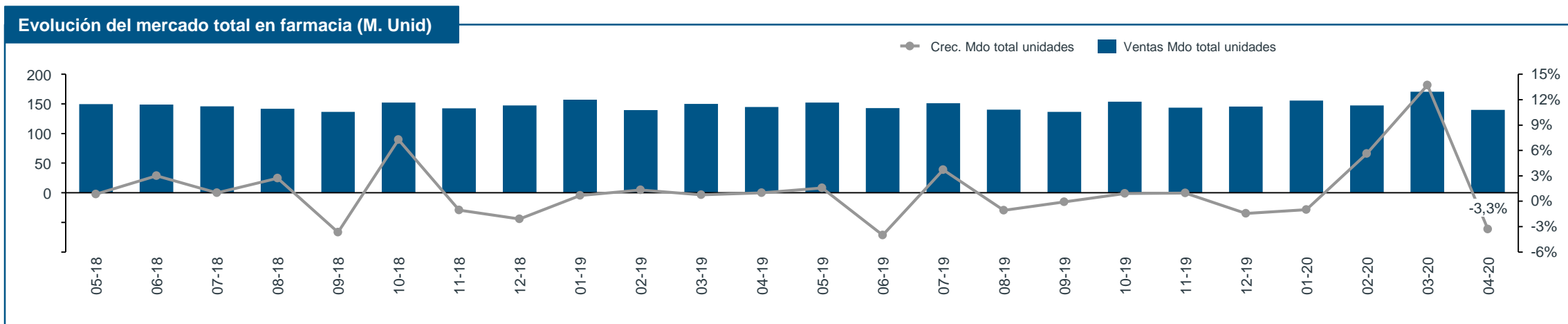


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

\*Semieticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

# En abril, el mercado decrece tanto en unidades (-3,3%) como en valores con un (-0,2%) vs abril 2019



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

\*Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos

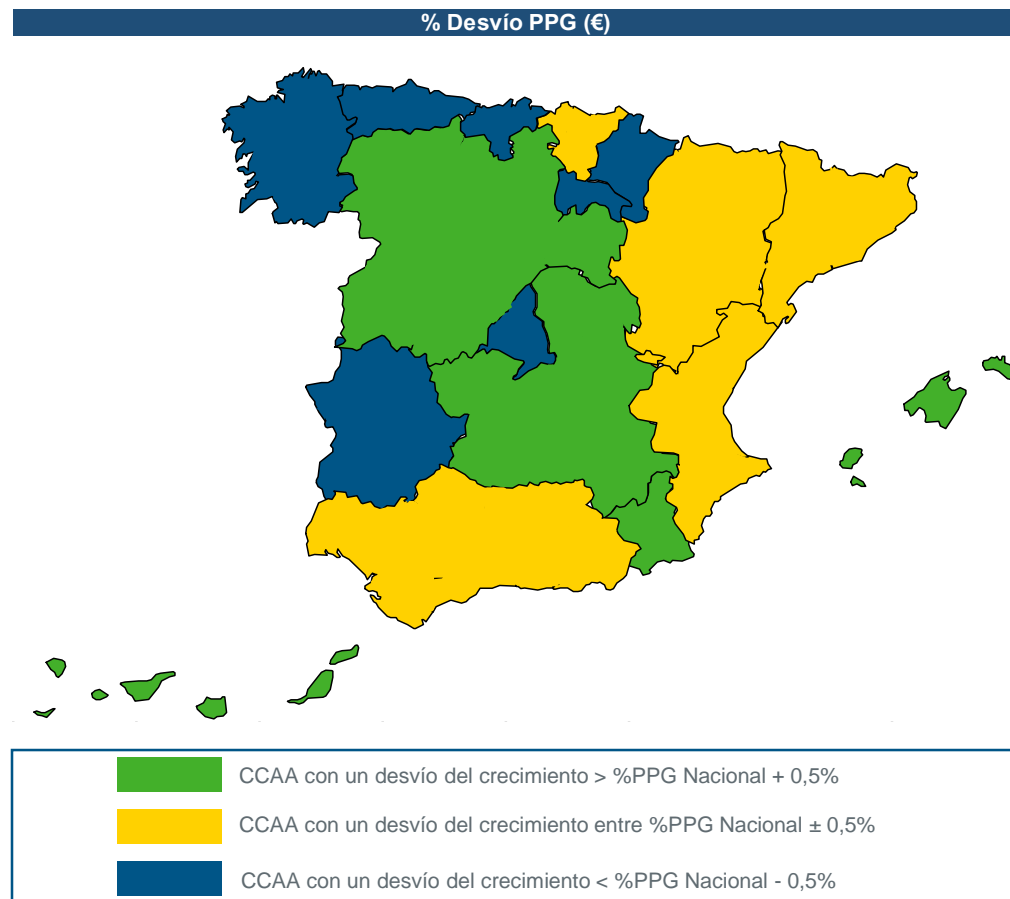
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

Crecimientos vs mismo periodo del año anterior



# 6 de las 17 CCAA tienen un crecimiento superior al crecimiento nacional y 5 de ellas crecen más de un +0,5% por encima del nacional

Castilla y León es la CCAA con mayor crecimiento en el último MAT, aunque Andalucía es la que más aporta al crecimiento



MAT/4/2020	TOTAL MERCADO	
	Crecimiento (%PPG, €)	Aportación al Crecimiento (% , €)
CASTILLA LEON	5,2%	9,3%
MURCIA	4,8%	5,2%
ISLAS CANARIAS	4,5%	8,0%
CASTILLA LA MANCHA	4,5%	6,7%
BALEARES	3,9%	2,8%
ANDALUCIA	3,2%	20,9%
PAIS VASCO	2,8%	4,1%
COMUNIDAD VALENCIANA	2,6%	10,9%
ARAGON	2,6%	2,6%
CATALUÑA	2,5%	13,2%
GALICIA	2,3%	5,0%
EXTREMADURA	1,9%	1,7%
MADRID	1,6%	7,0%
CANTABRIA	1,5%	0,7%
LA RIOJA	1,5%	0,3%
NAVARRA	1,1%	0,5%
ASTURIAS	1,1%	0,9%
<b>TOTAL NACIONAL</b>	<b>2,9%</b>	<b>100%</b>

Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)  
 \*Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

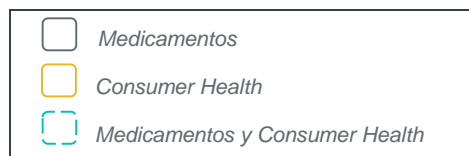
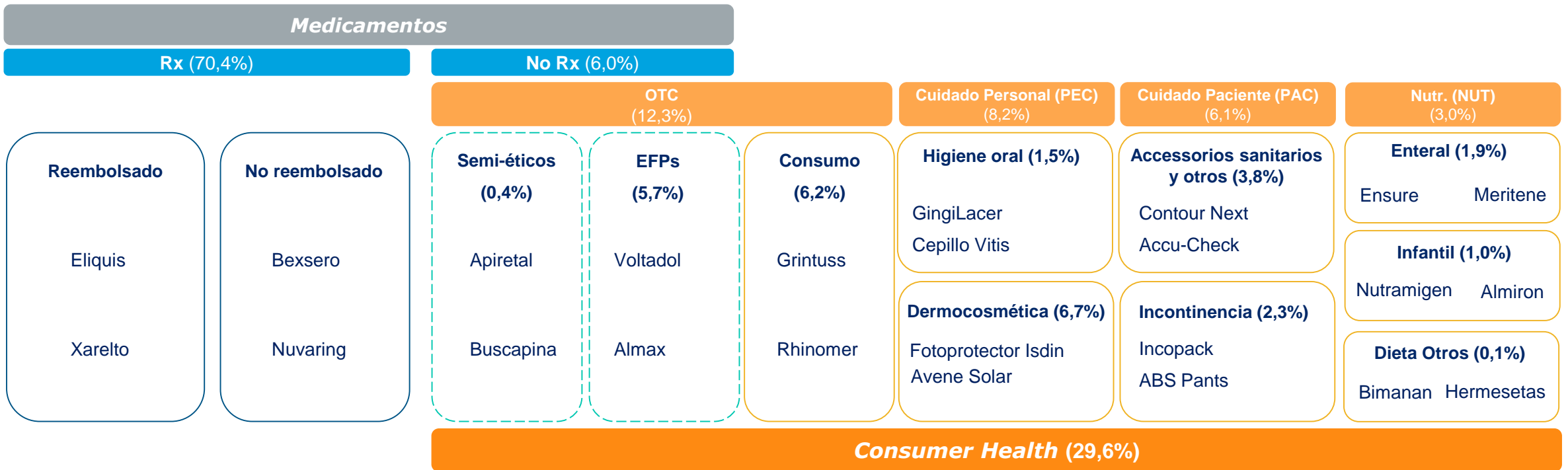


# Índice

- + Indicadores clave de la farmacia española
- + Evolución del mercado farmacéutico
- + **Evolución por segmentos:**
  - + Análisis del mercado de Medicamentos
  - + Análisis del mercado Consumer Health
- + Anexo
  - + El Mercado del frío

# El mercado farmacéutico español se compone de medicamentos y productos de Consumer Health

Hay un solape entre los dos segmentos: los semi-éticos y los medicamentos publicitarios se incluyen en ambos mercados en los respectivos análisis



Los % se refieren al peso en valor de cada segmento a MAT 03/2020 sobre el mercado farmacéutico total  
 Los ejemplos de productos se refieren a los Top 2 productos de cada subcategoría en Valor a MAT 03/2020  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias



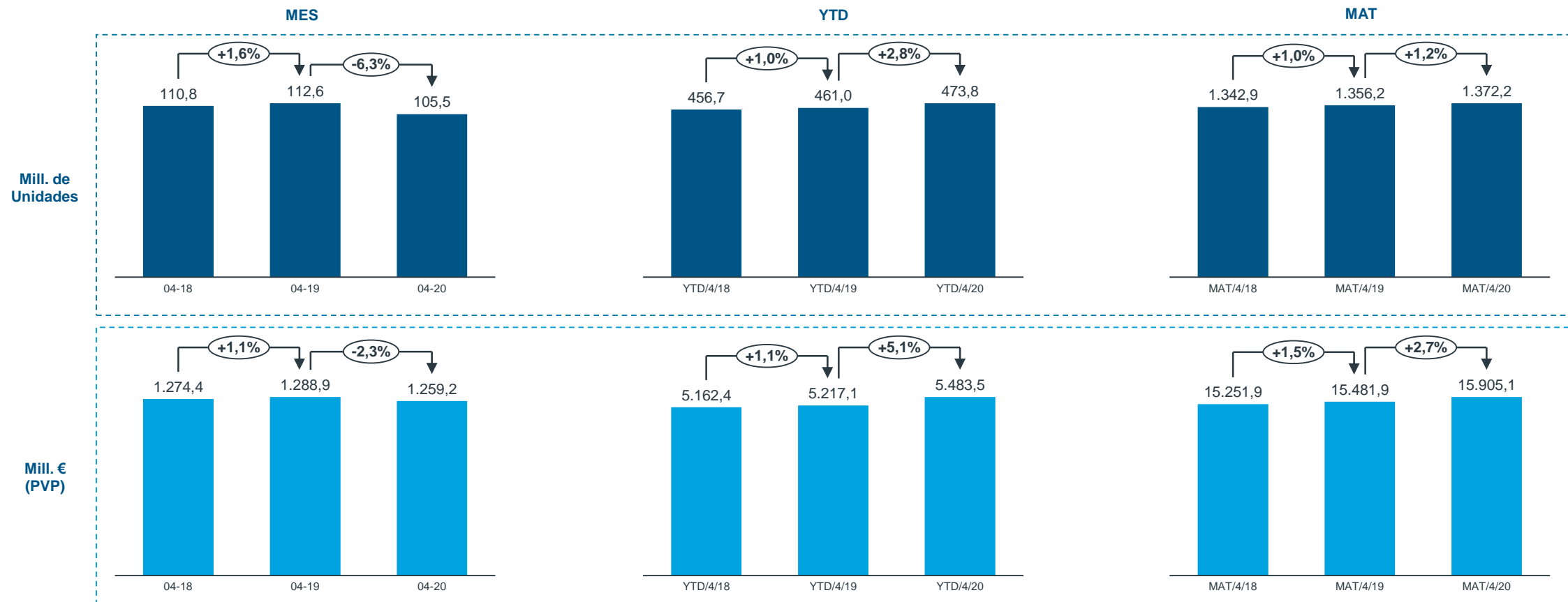
# Índice

- + Indicadores clave de la farmacia española
- + Evolución del mercado farmacéutico
- + **Evolución por segmentos:**
  - + **Análisis del mercado de Medicamentos**
  - + Análisis del mercado Consumer Health
- + Anexo
  - + El Mercado del frío

# El mercado de medicamentos muestra una evolución positiva en todos los periodos acumulados en valores y unidades

*El último mes muestra decrecimientos comparado contra abril 2019, tanto en unidades como en valores*

## Mercado de Medicamentos

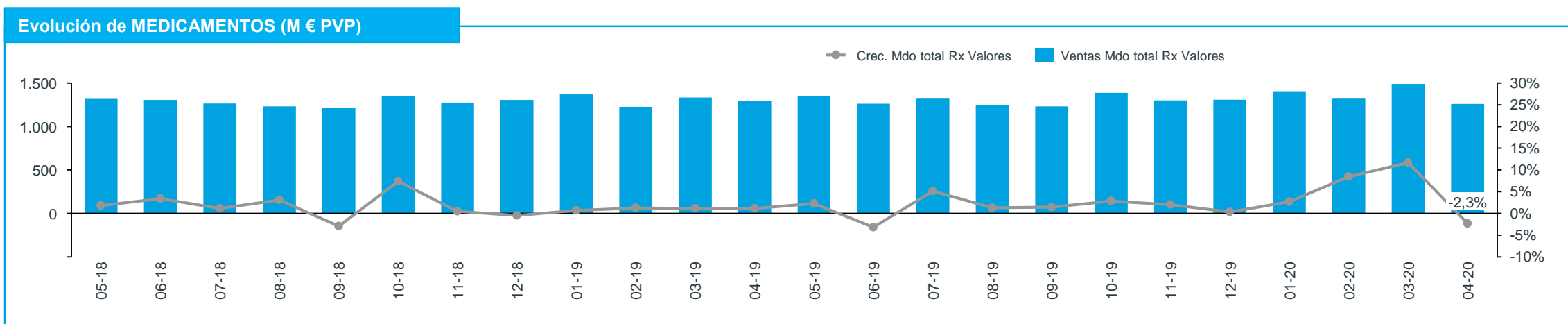
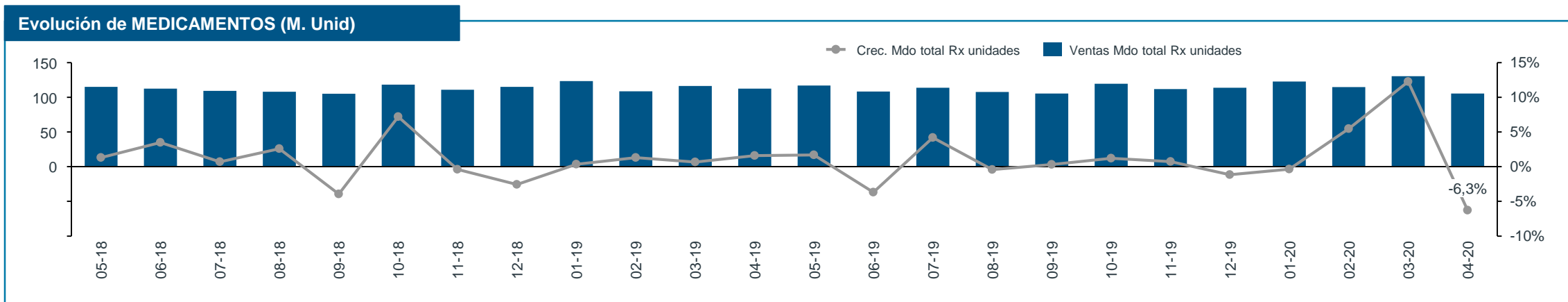


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

\*Semieticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

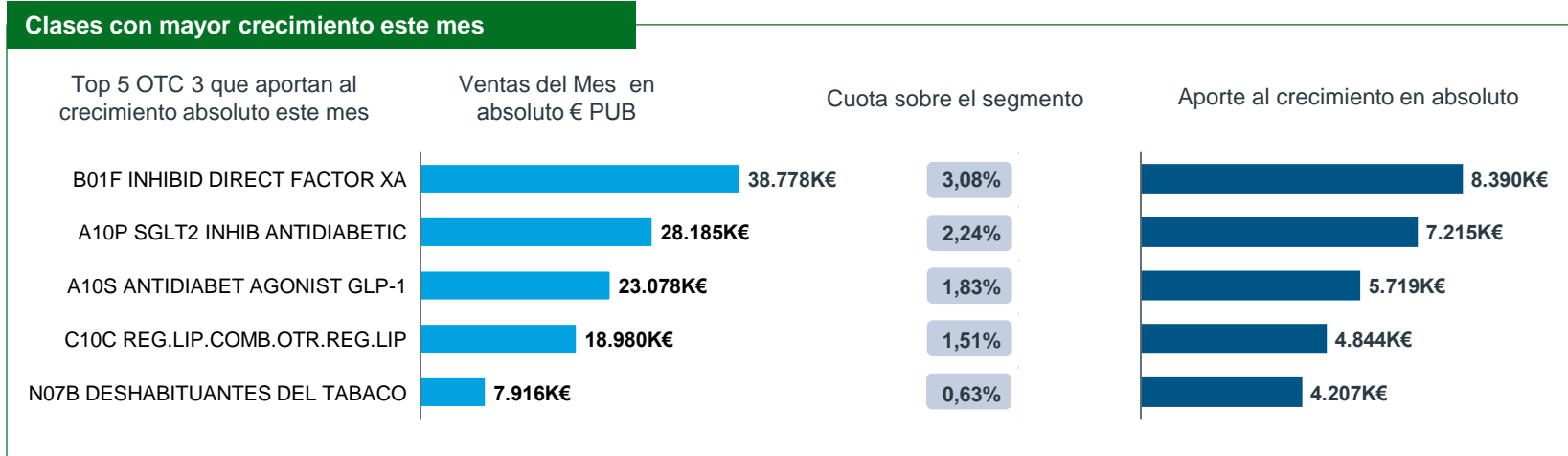
# En el mes de abril, el mercado decrece en valores (-2,3%) y también decrece en unidades (-6,3%) vs el mismo periodo del año anterior



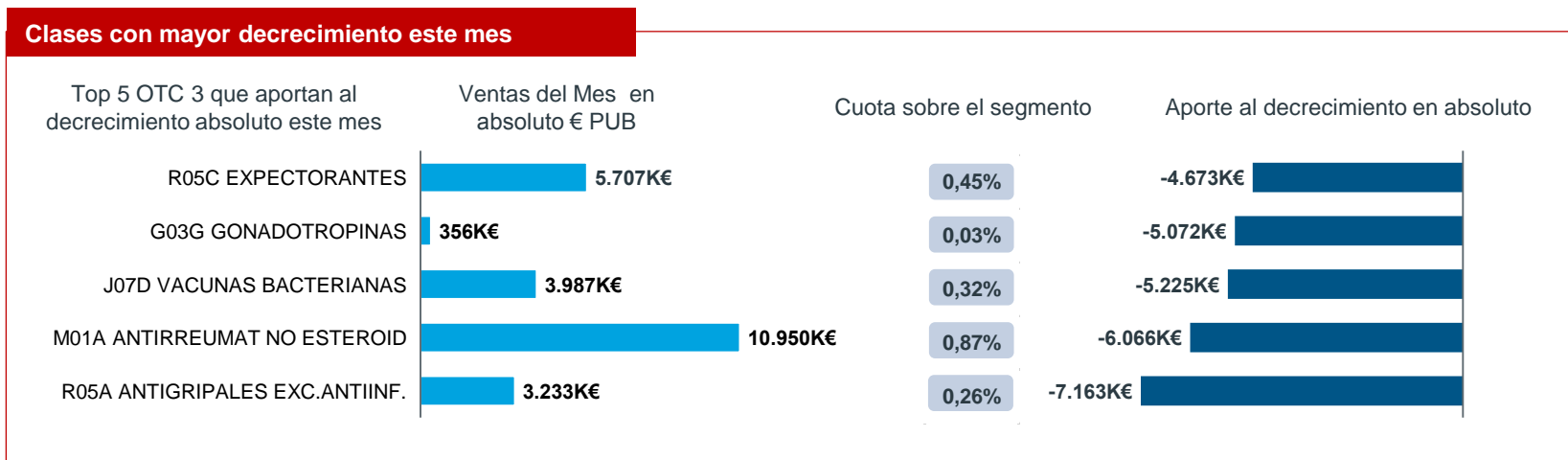
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)  
 \*Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias  
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

# Los inhibidores (clase B01F) son la clase que más aporta al crecimiento en el mes de abril, creciendo 8,4M€

Las clases que más decrecen en el mercado de medicamentos son los antigripales, vacunas y gonadotropinas



- La clase con mayor aporte al crecimiento son los **NACOs**, que aportan en el mes **~8M€**. Les siguen de cerca los productos para la **diabetes** tanto con visado como sin visado, aportan este mes **~13M€**. Al crecimiento habitual de estas clases, este mes se suman las nuevas dobles dispensaciones derivadas de la crisis sanitaria.
- La **clase deshabitantes del tabaco** sigue siendo de las que más aportan al crecimiento gracias a la financiación de Champix a partir del 1 de Enero de 2020.

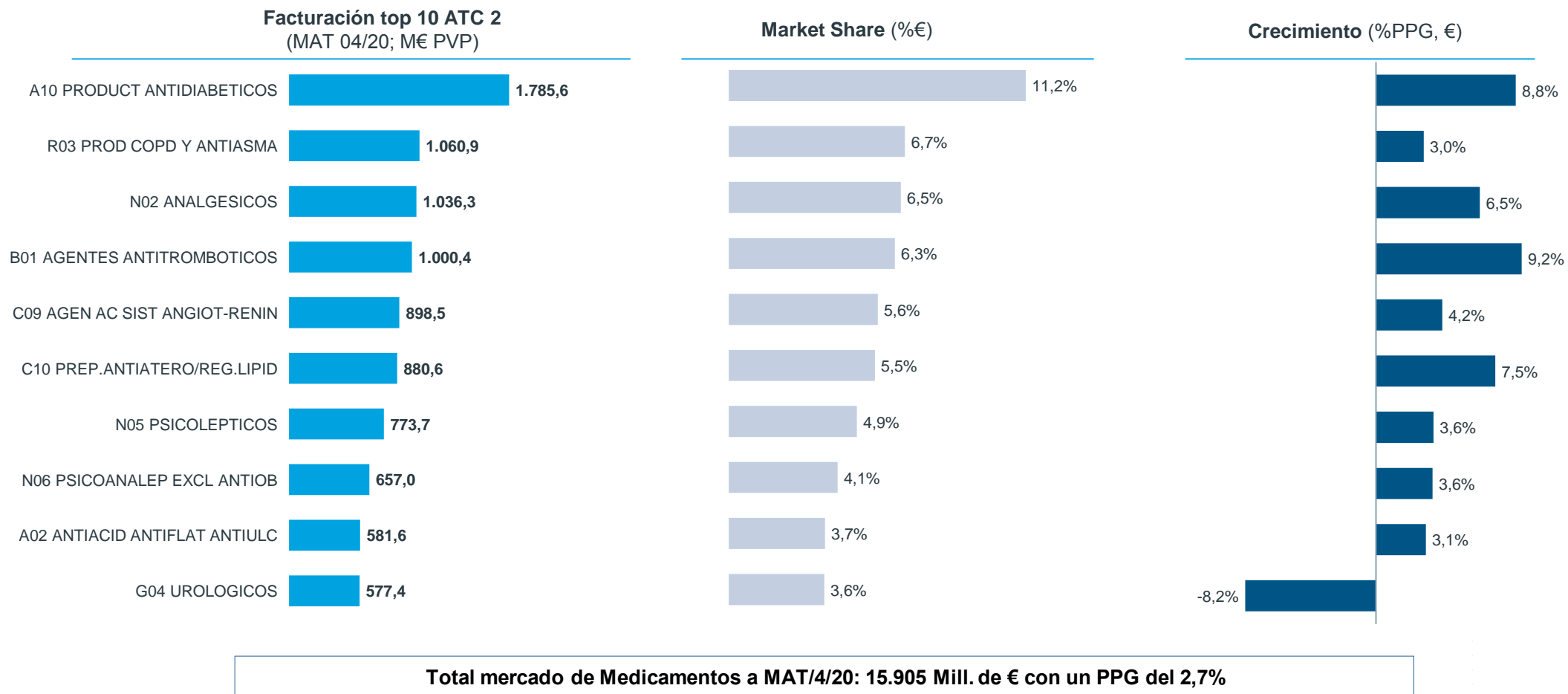


- La **clase que más contribuye al decrecimiento son los antigripales excluyendo antiinflamatorios**, con un decrecimiento generalizado de los productos de esta clase.
- La **segunda clase que más contribuye al decrecimiento son los productos antirreumáticos no esteroideos**, este decrecimiento puede estar ligado al confinamiento derivado de la situación actual del COVID-19.

\*Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos  
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)  
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

# Los agentes antitrombóticos y los antidiabéticos siguen siendo las clases con mayores crecimientos del mercado de medicamentos en el acumulado

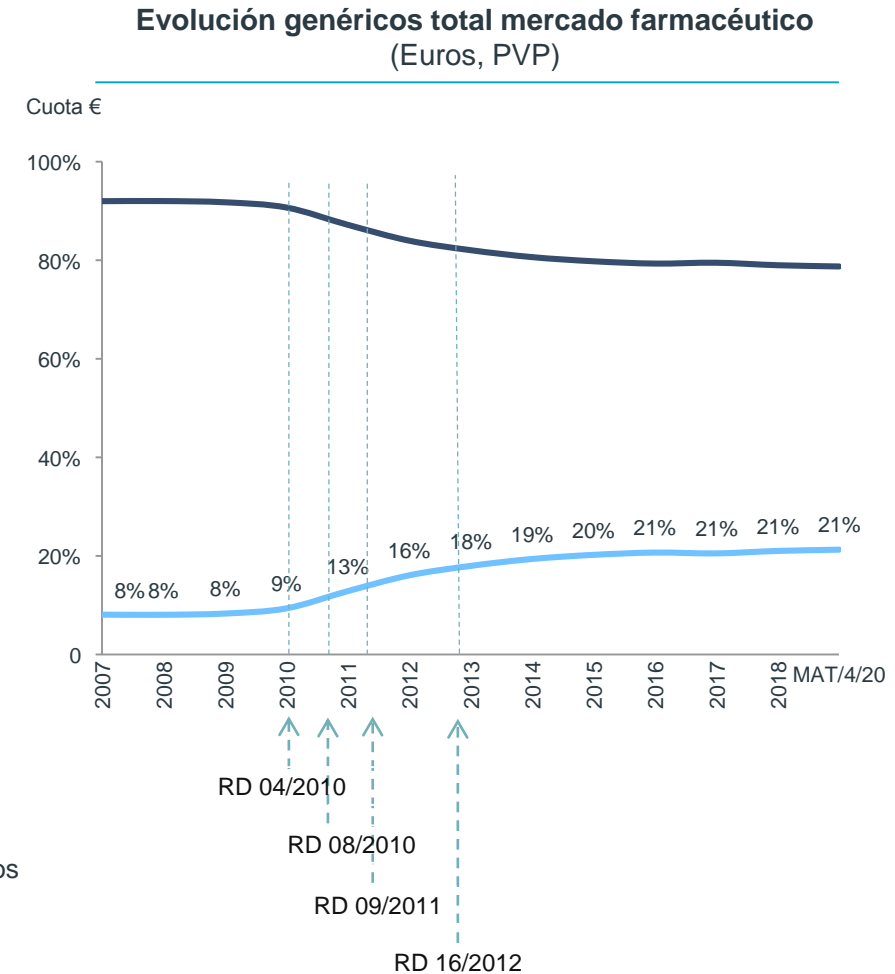
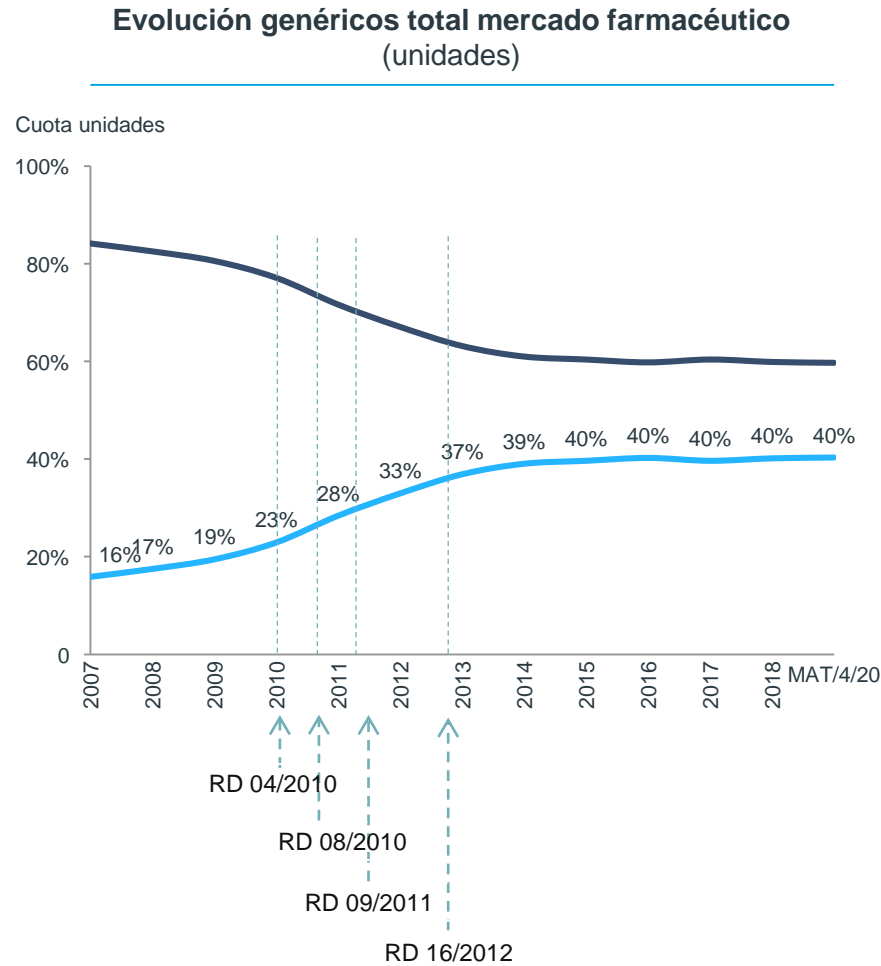
*Fuera de las top 10 ATC destacan por su crecimiento positivo la clase Antiepilépticos (+33,1M€) y Antihistamínicos (+13,5M€)*



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)  
 \*Semieticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

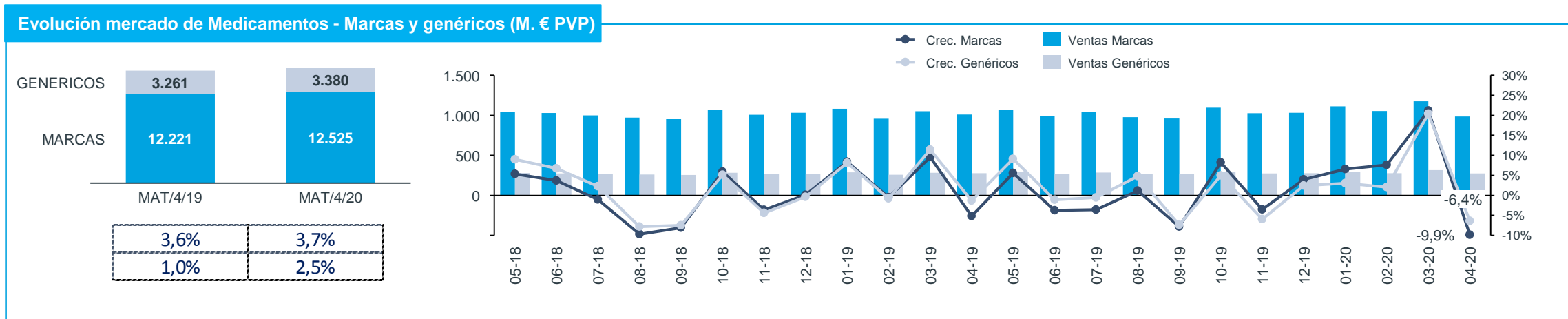
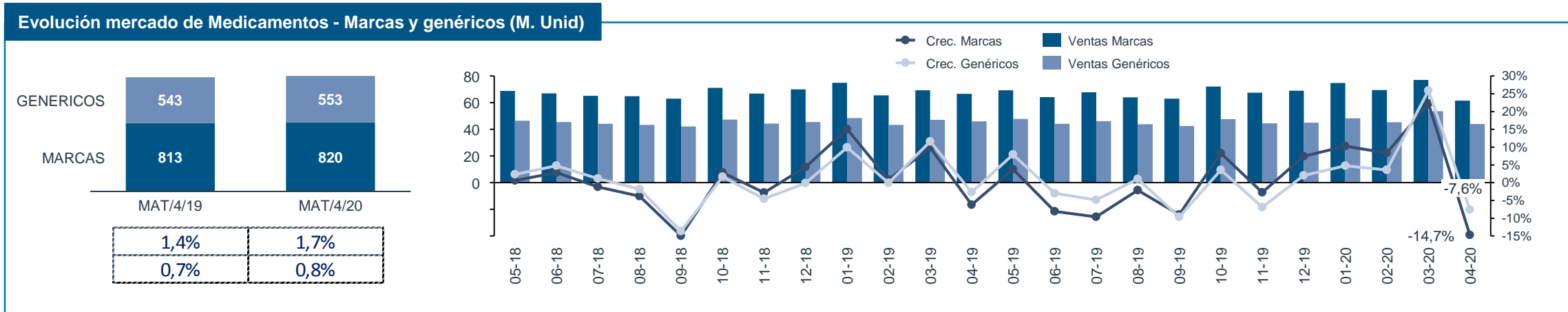


# Desde 2015 la penetración de genéricos en el mercado se ha estabilizado en el 40% de cuota en unidades, y este porcentaje es del 21% en valores



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)  
 \*Semieticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

# En el mes analizado, las marcas decrecen por encima de los genéricos en valores y unidades

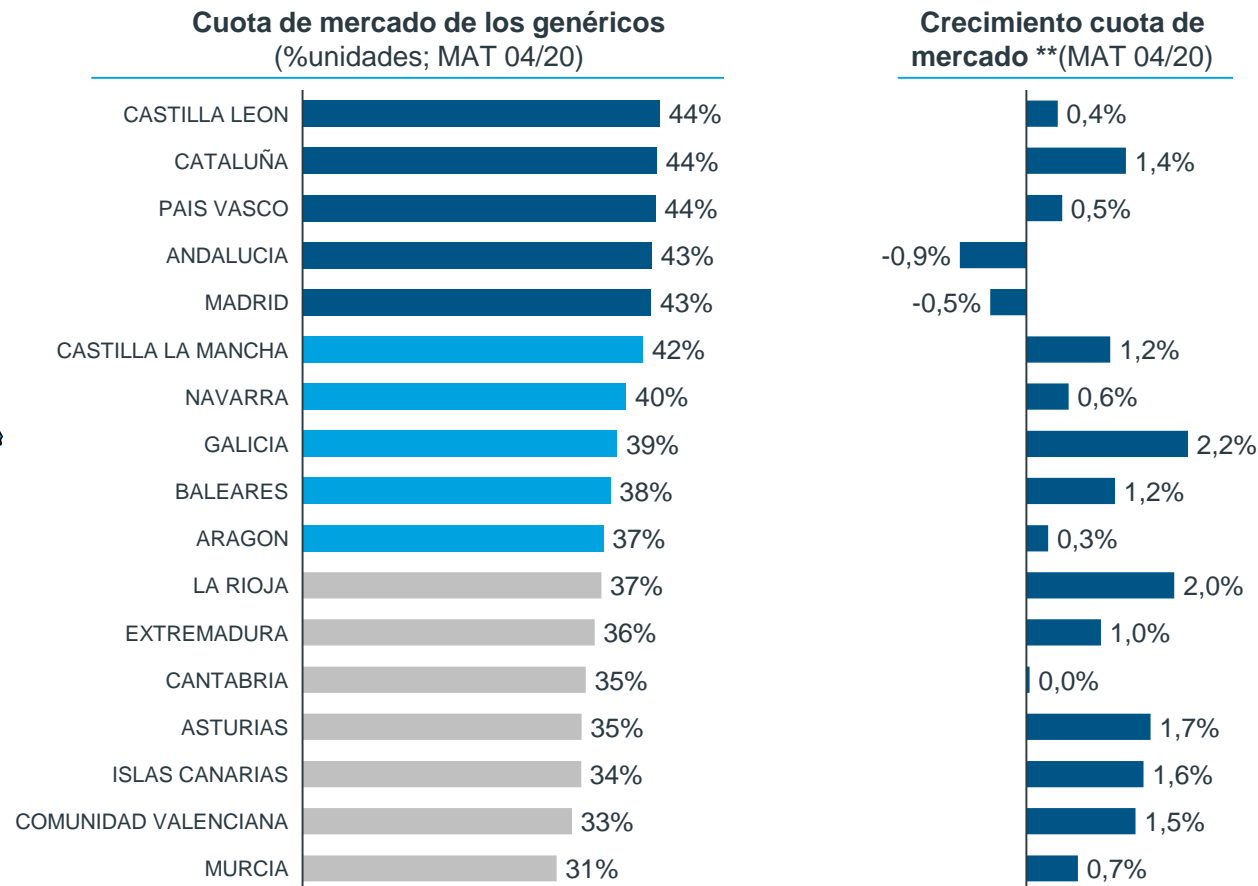
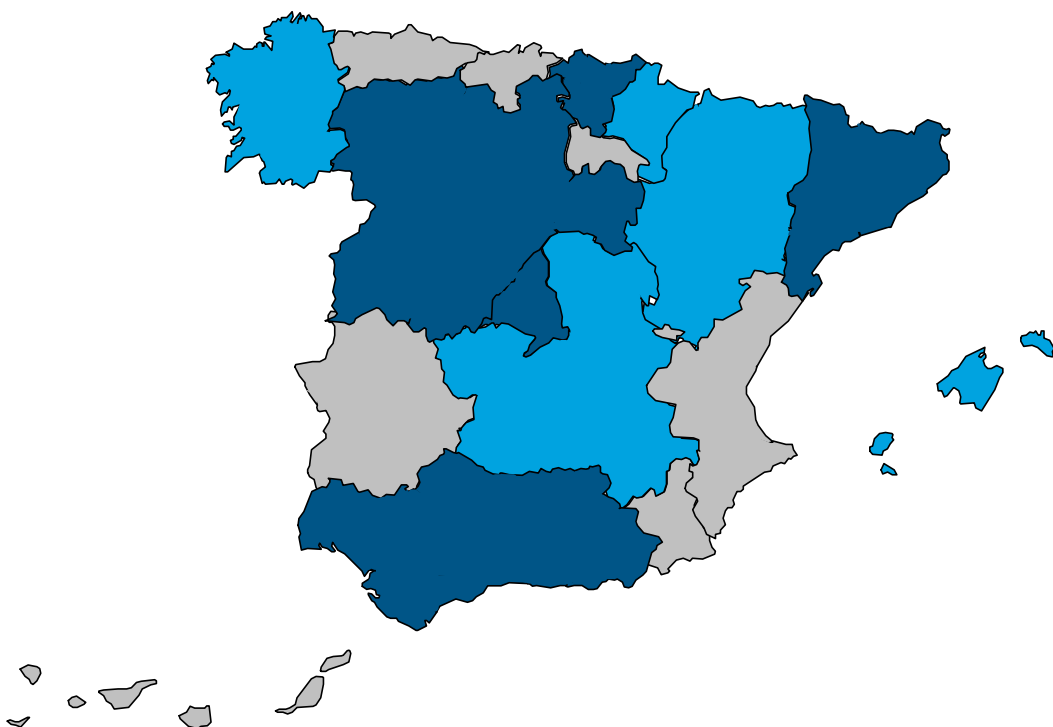


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)  
 \*Semieticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias  
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

Crecimientos genéricos vs mismo periodo del año anterior  
 Crecimientos marcas vs mismo periodo del año anterior

# En el acumulado de 12 meses, Castilla-León junto con Cataluña, País Vasco, Andalucía y Madrid son las CCAA con mayor penetración de genéricos

*Sin embargo, si analizamos el crecimiento de cuota de genéricos, observamos tendencias negativas en Andalucía y Madrid*



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

\*Semiefticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos

\*\*Crecimiento relativo de la cuota de los genéricos

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias



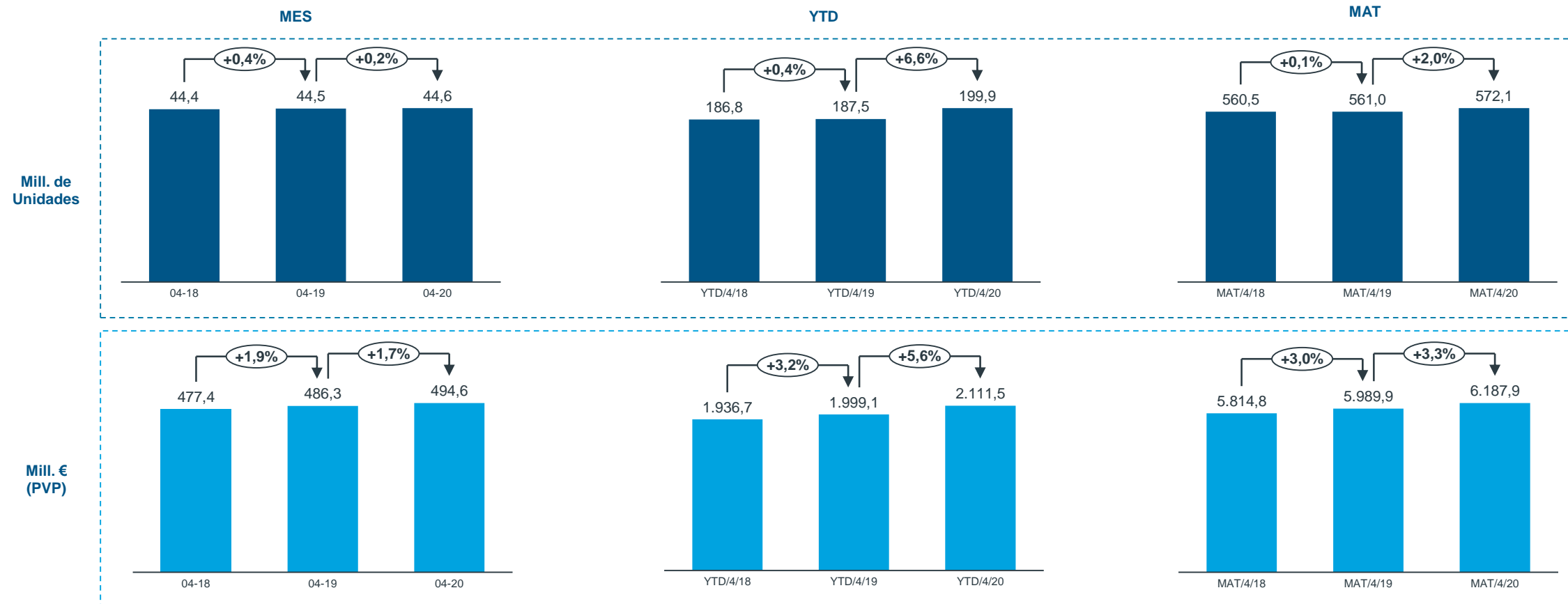
# Índice

- + Indicadores clave de la farmacia española
- + Evolución del mercado farmacéutico
- + **Evolución por segmentos:**
  - + Análisis del mercado de Medicamentos
  - + **Análisis del mercado Consumer Health**
- + Anexo
  - + El Mercado del frío

# En el acumulado del año, Consumer Health crece tanto en volumen (+2,0%) como en valores (+3,3%)

El mes de abril crece tanto en valores como en unidades vs el mismo mes del año anterior

## Mercado de Consumer Health

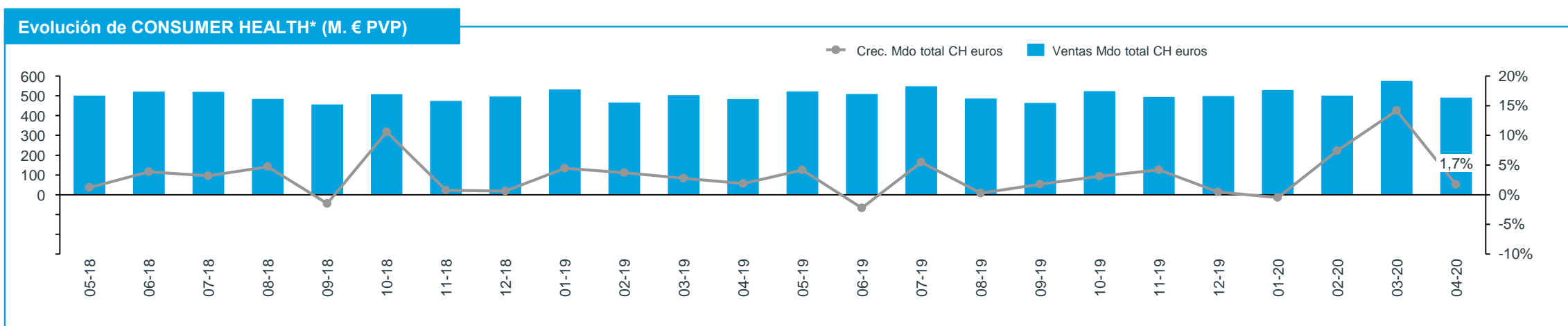
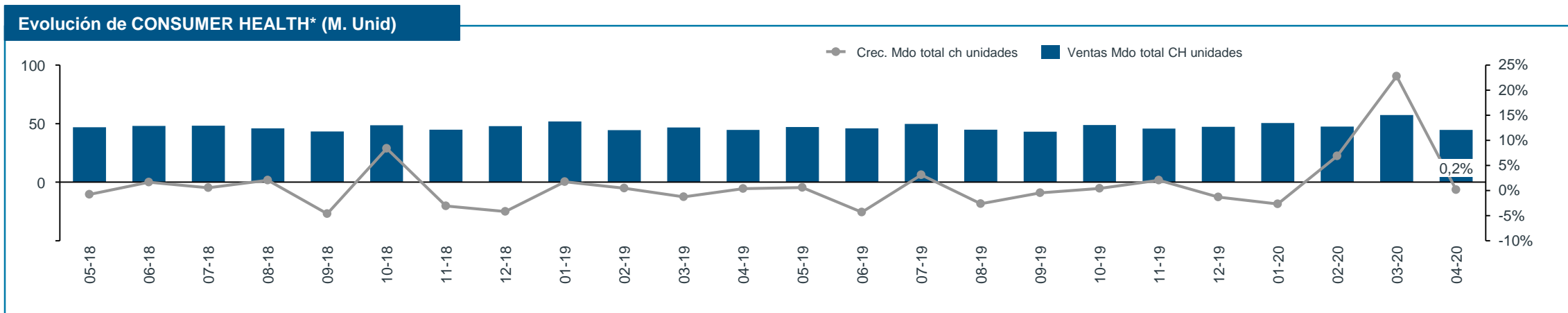


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

\*Semieticos y EFP's dentro del mercado de CH

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

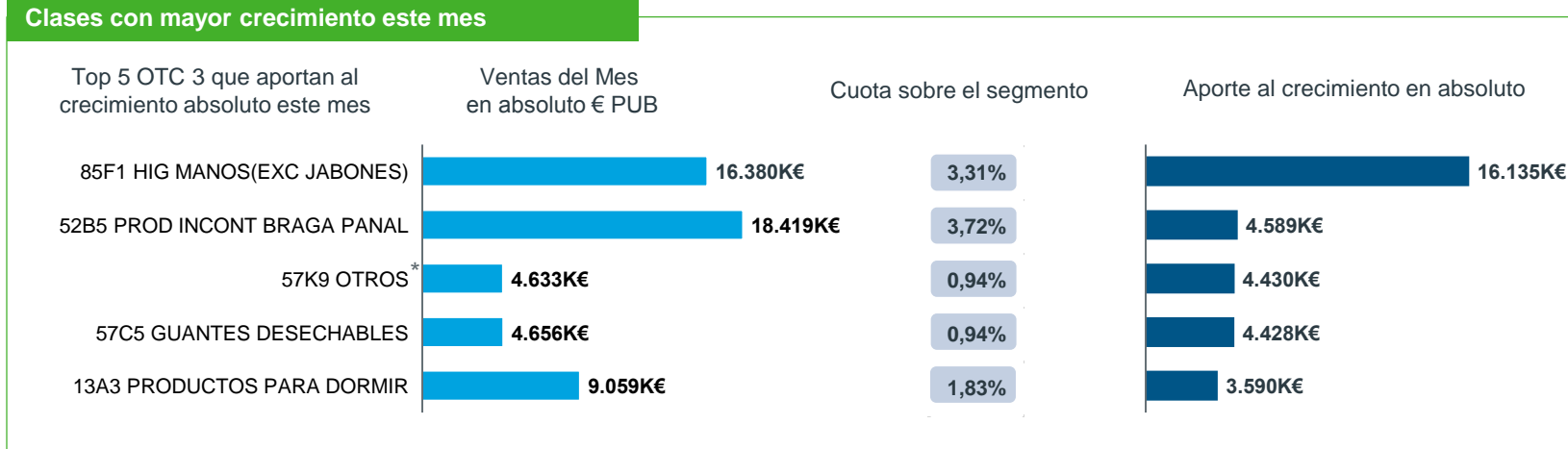
# El mercado de Consumer Health crece en el mes de abril un +1,7% en valores y un +0,2% en unidades respecto a abril 2019



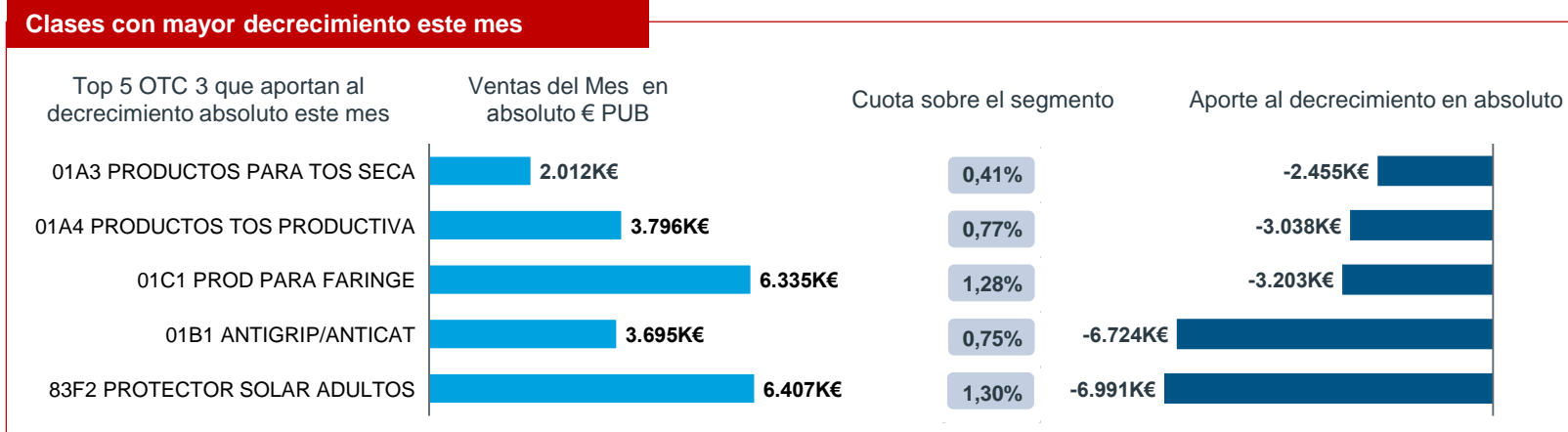
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)  
 \*Seméticos y EFP's dentro del mercado de CH  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias  
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

# En abril, 3 de las 5 categorías con mayor aporte al crecimiento están relacionadas con el COVID-19

Por otro lado, decrecen los protectores solares adultos y los antigripales



- La clase con mayor aporte al crecimiento es la de **higiene de manos (sin jabones)**, donde se encuentran los **geles hidroalcohólicos**. Este crecimiento tan pronunciado viene promovido por las medidas de higiene tomadas para combatir el COVID-19. Por este motivo, la clase 57K9, donde se incluyen las mascarillas, y la clase guantes, también pesan de forma importante sobre el crecimiento un mes más.
- Los **productos de incontinencia de braga pañal**, ya aportaban significativamente al crecimiento desde inicios de año a raíz de su incorporación a la financiación, pero se han comprado incluso más este mes con el objetivo de crear un pequeño stock en casa ante el confinamiento.



- Debido de nuevo al efecto confinamiento, y atendiendo a las clases que más decrecen este mes, se ve como la clase que **más aporta al decrecimiento de CH** en el mes de abril son **solares para adultos (-7M€)**
- Con la llegada de la primavera y del verano, los productos para la tos y antigripales decrecen como viene siendo habitual en la época.

Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

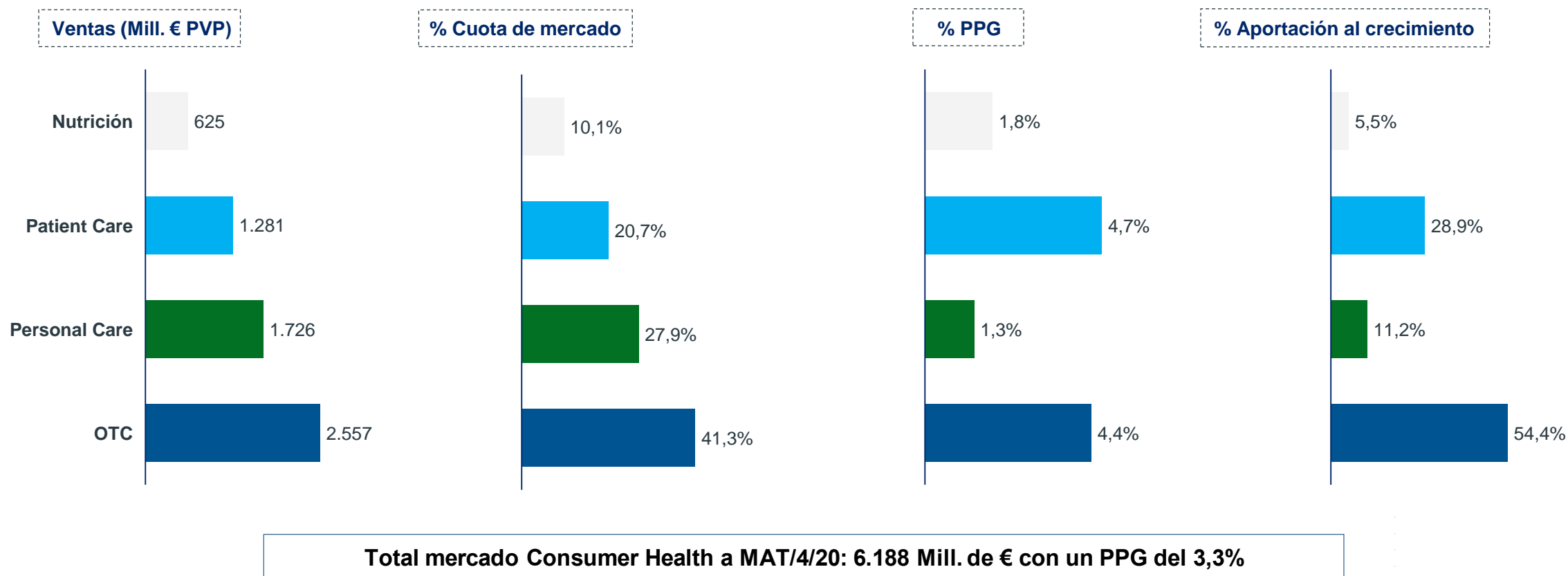
\*La categoría 57K9 OTROS incluye los productos de mascarillas. Semieticos y EFP's dentro del mercado de OTC

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

# El 54,4% del crecimiento del mercado de CH en los 12 últimos meses proviene del crecimiento del segmento OTC

El segmento de Nutrición confirma su tendencia positiva de los meses anteriores y consigue un crecimiento de +1,8%

Mercado de Consumer Health (Mill € PVP, MAT 04/2020)



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

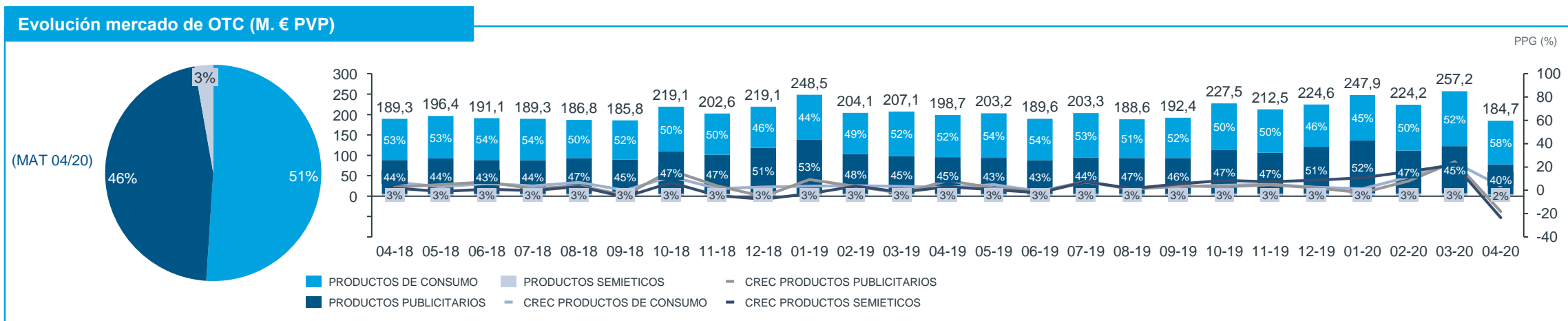
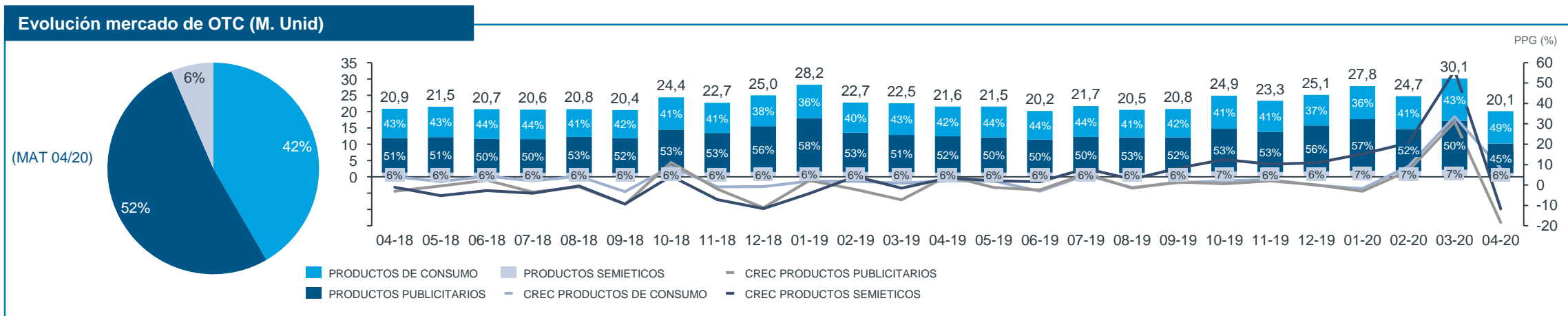
\*Seméticos y EFP's dentro del mercado de OTC

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias



# Dentro de OTC, los productos de consumo son los que presentan un mayor crecimiento en valores (+3,5%) para el mes de abril 2020

Los subsegmentos de productos publicitarios y semiéticos muestran una evolución negativa en valores y unidades para el mes de abril 2020



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

\*Semiéticos y EFP's dentro del mercado de OTC

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

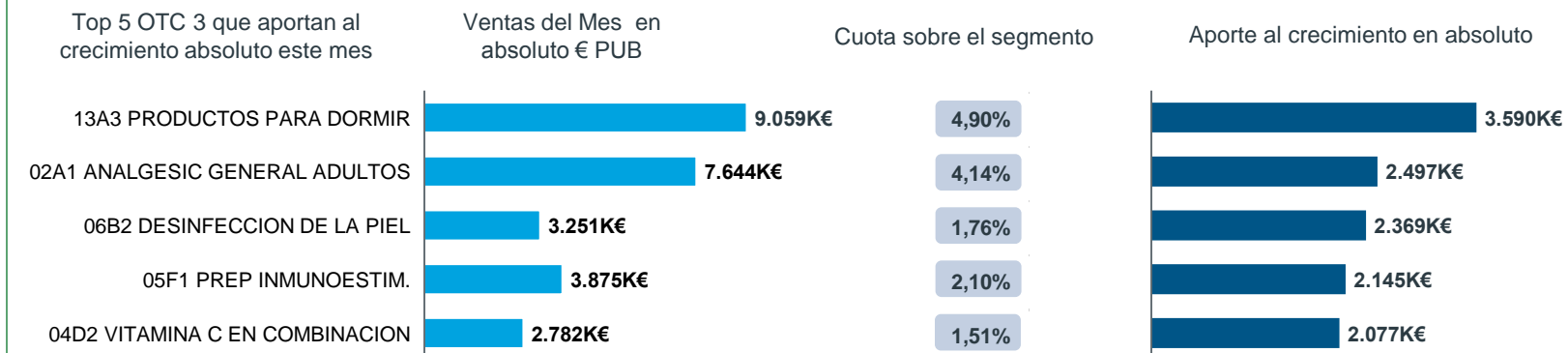
Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

\*Previous Period Growth

# Los productos para dormir aportan 3,6M€ al crecimiento del segmento OTC este mes de abril

Las 5 OTCs que más decrecen este mes acumulan un decrecimiento de -17,1M€

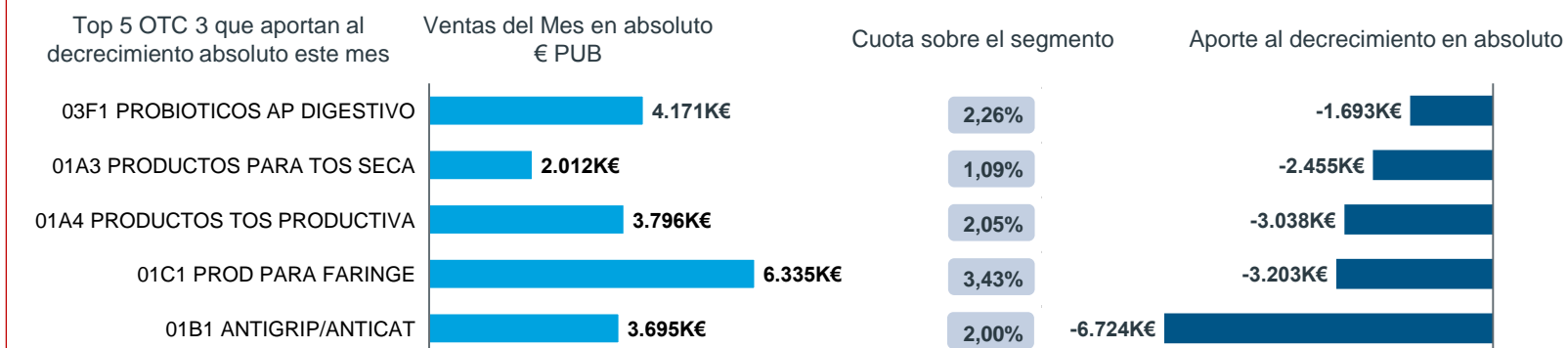
## Clases con mayor crecimiento este mes



- La clases de **analgésicos generales para adultos (+2,5M€)**, **los productos para la desinfección de la piel como las clorhexidinas (+2,4M€)**, **los preparados inmunoestimulantes (+2,1M€)** y **la vitamina C (+2,1M€)**, siguen en el top 5 de categorías que más aportan al crecimiento un mes más. Todas ellas se relacionan con la prevención ante el COVID-19.

- También derivado de la situación de crisis económica y sanitaria en la que nos encontramos, **los productos para dormir** se sitúan como la clase que más aporta al crecimiento **con 3,5M€**.

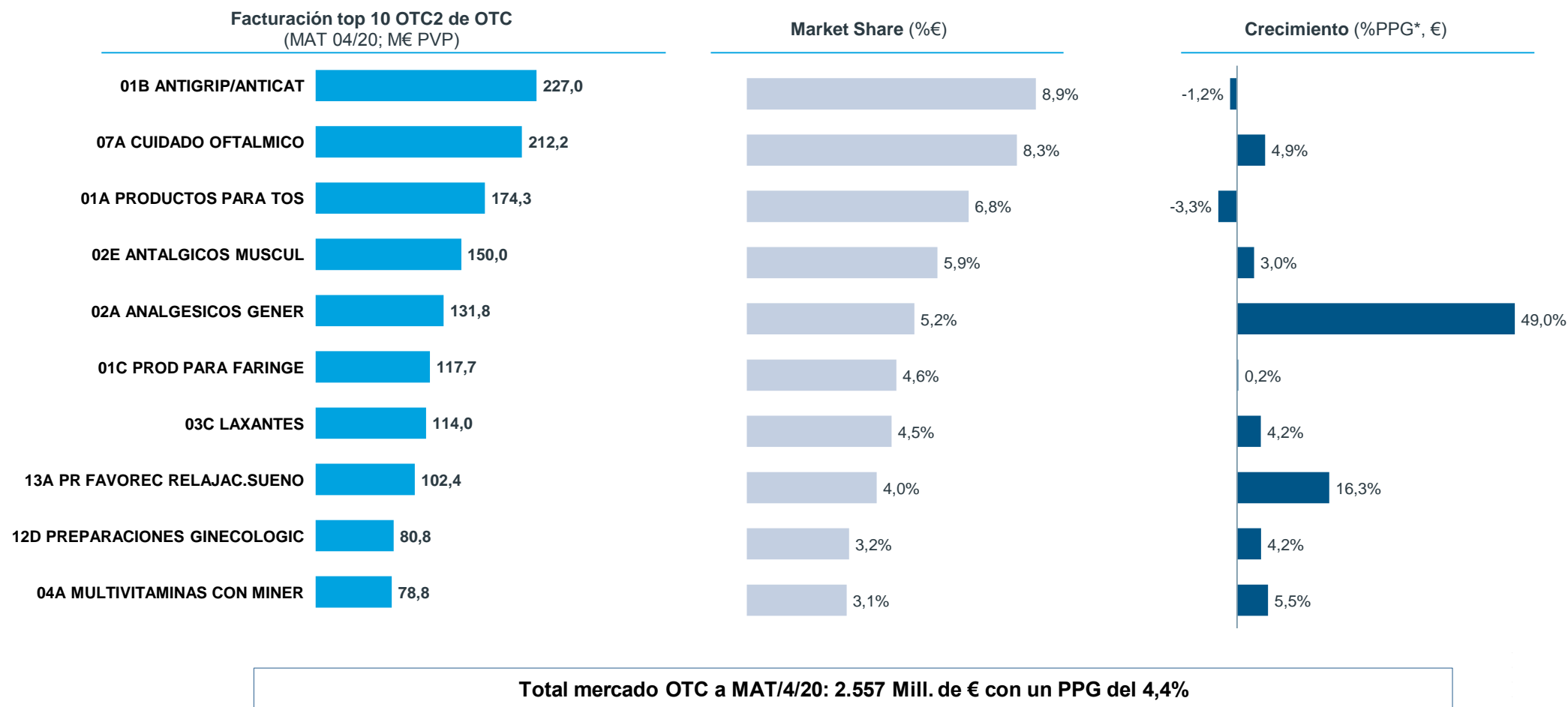
## Clases con mayor decrecimiento este mes



- Las clases que más aportan al decrecimiento del mercado se relacionan de nuevo con la temporada entrante. **Los productos para la tos, la garganta y los antigripales / anticatarrales** acumulan un **-13M€**.

# En los últimos 12 meses, 8 de las Top 10 OTC2 evolucionan positivamente en valores

4 de las top 10 categorías tienen crecimientos más acelerados que el segmento de OTC en el último MAT



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

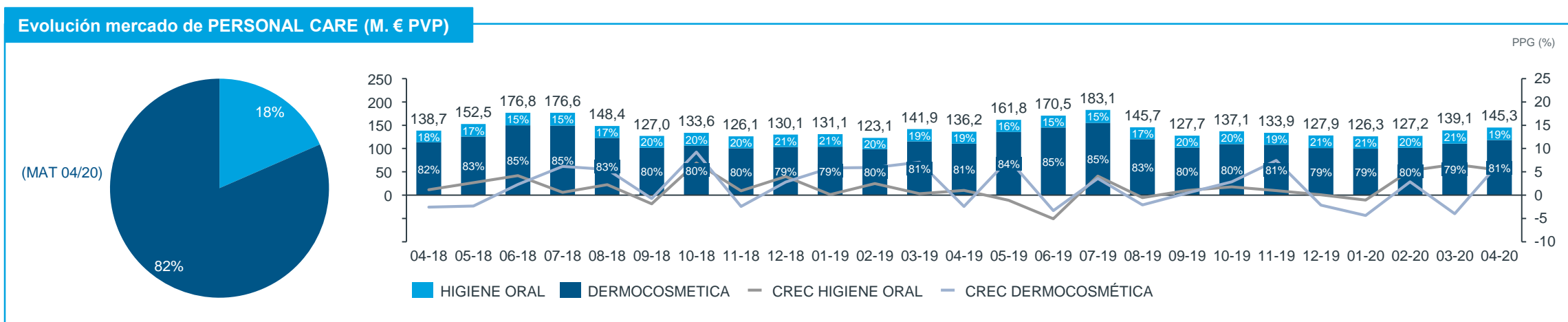
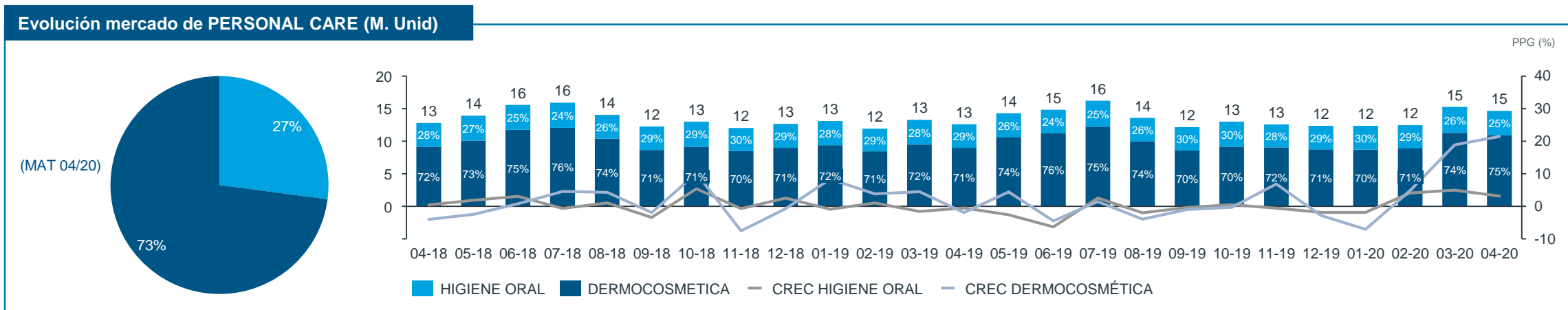
\*Seméticos y EFP's dentro del mercado de OTC

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

\*Previous Period Growth

# Cuidado Personal muestra una tendencia positiva en unidades (+16,2%) y en valores (+6,7%) en el mes de abril

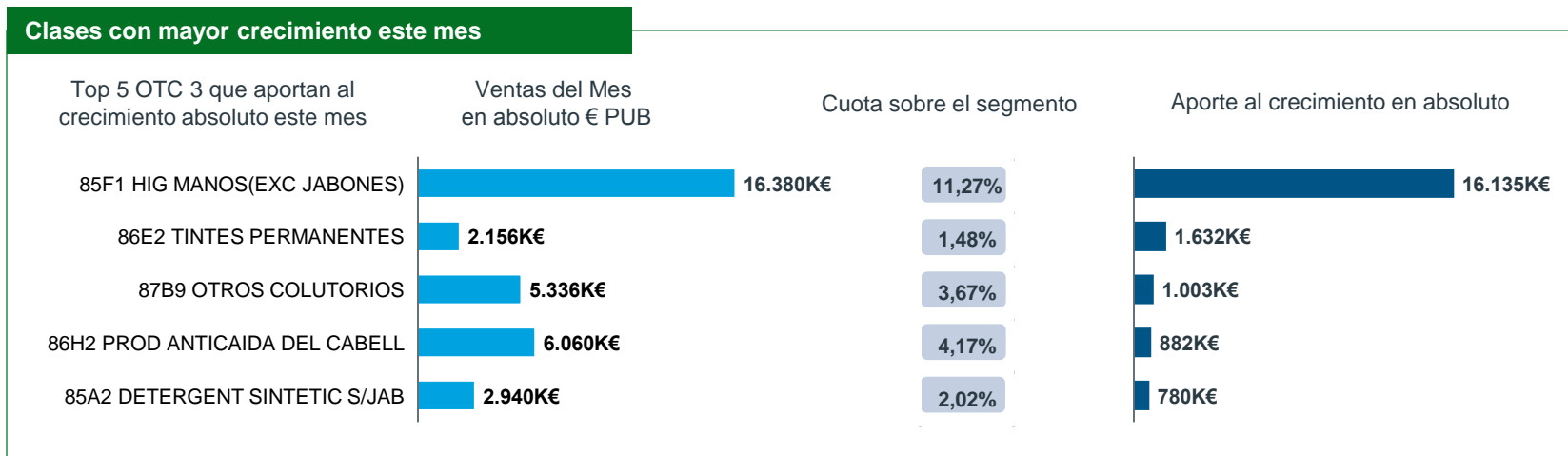
Tanto el segmento de higiene oral como el de dermocosmética muestran crecimientos en unidades y valores en el mes de abril



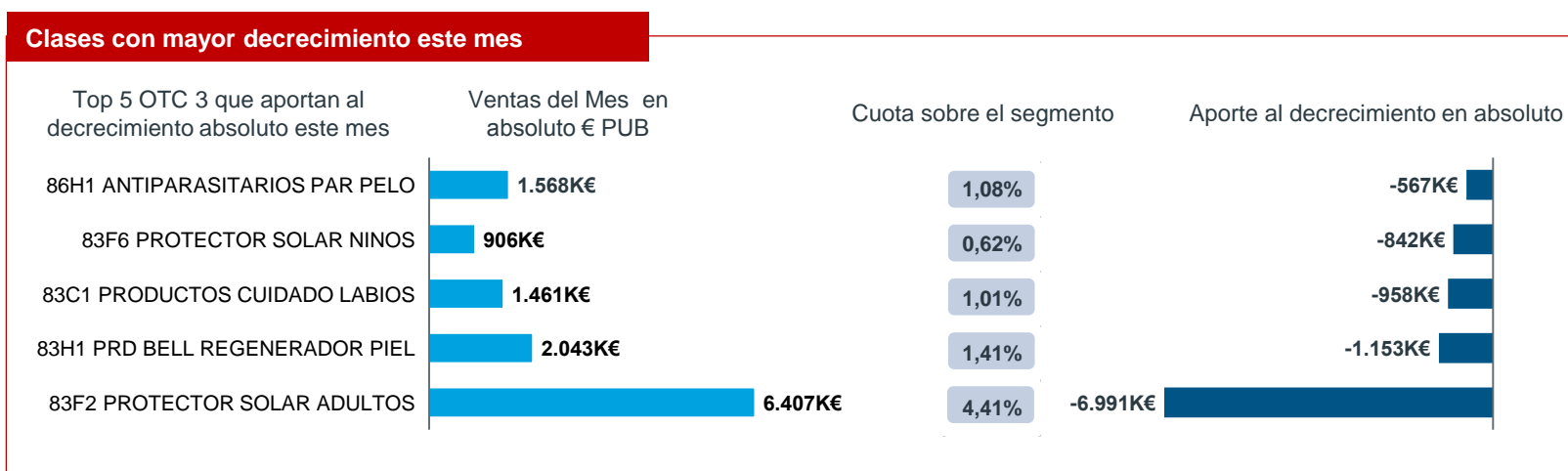
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias  
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior  
 \*Previous Period Growth

# La clase de productos de higiene de manos (excluyendo jabones) aporta 16,1M€ al crecimiento del segmento PEC este mes de abril

2 de las 5 clases que más aportan al decrecimiento son productos solares



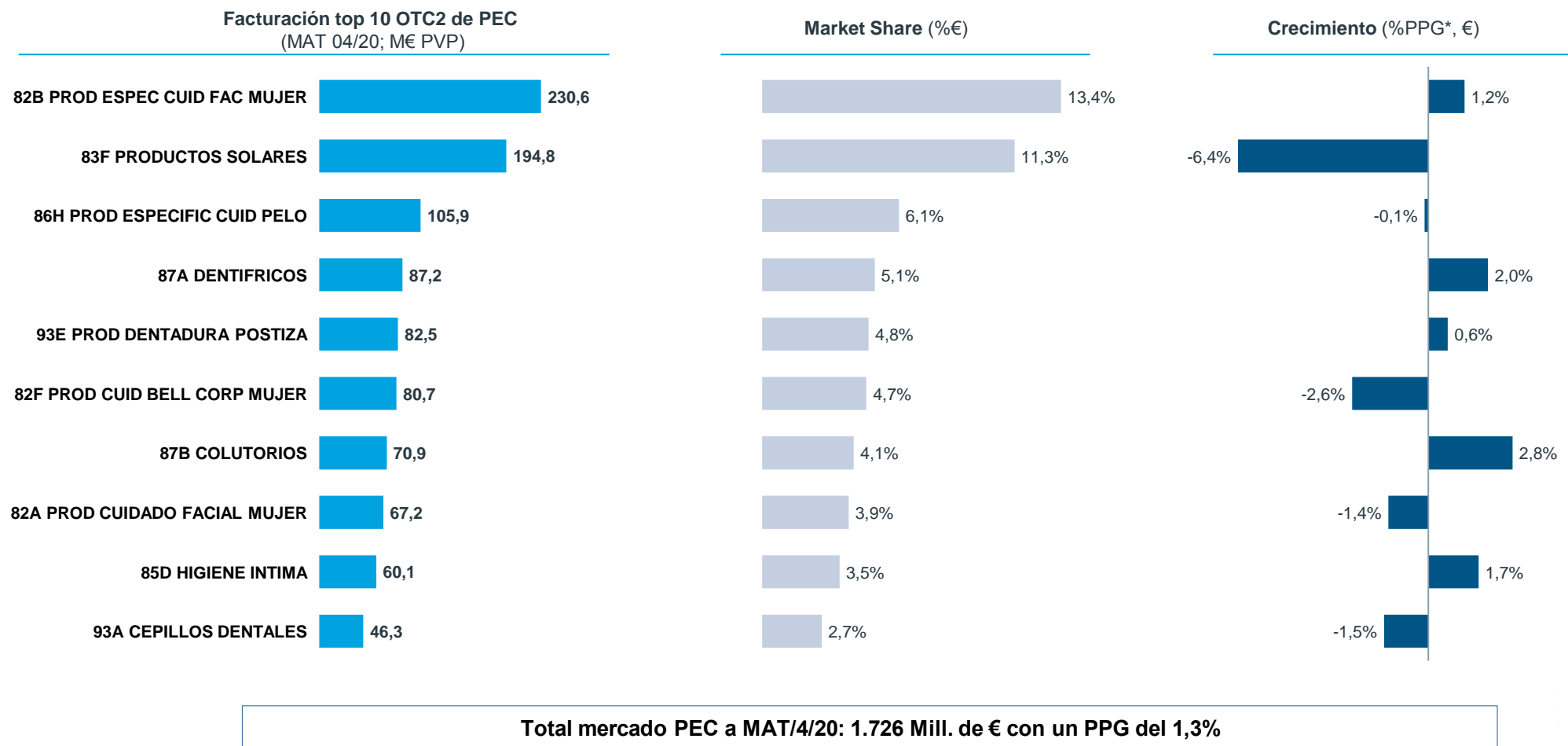
- La clase con mayor aporte al crecimiento es la de **higiene de manos (excluyendo jabones)**, que crece +16M€, en esta clase se incluyen los **geles hidroalcohólicos**. Este crecimiento tan pronunciado viene promovido por las medidas de higiene tomadas para combatir el COVID-19.
- El confinamiento está teniendo efecto positivo sobre algunas clases como los **tintes** – la gente no puede ir a las peluquerías – y los **colutorios** – directamente relacionado con el teletrabajo y la pantalla.



- La clase que **más aporta al decrecimiento de CH** en el mes de abril son **solares para adultos**, que decrecen (-7M€), podemos asociar esta caída al **confinamiento**. Solares para niños también decrece, -0,8M€.
- Decrecen también los **productos de belleza regeneradores de piel** (-1,1M€) por un decrecimiento general de los productos más premium. Podemos relacionar esta caída con la menor afluencia en la farmacia y a la crisis económica derivada de la crisis sanitaria.

# En los 12 últimos meses, 5 del top 10 clases de PEC crecen, siendo los colutorios los productos de mejor evolución

*De las top 10 clases OTC2, la clase de productos solares es la que más decrece*

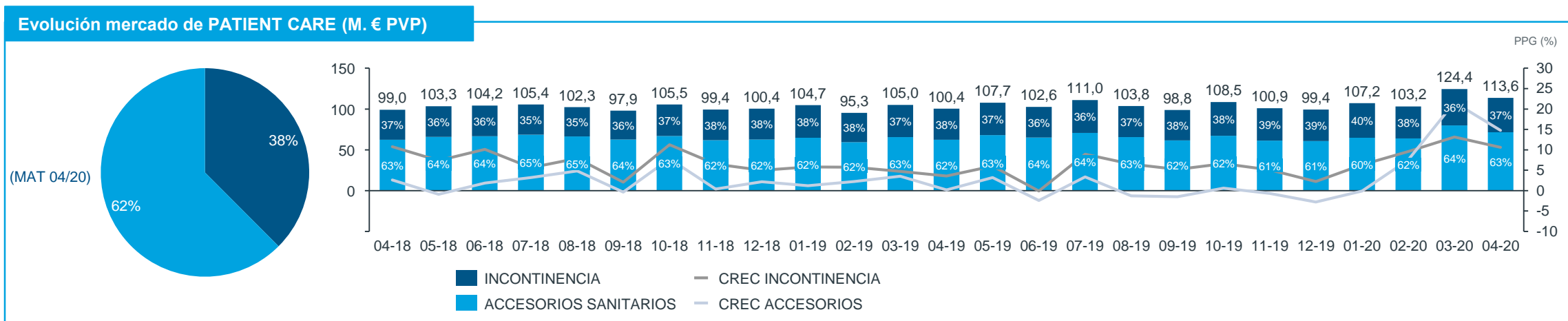
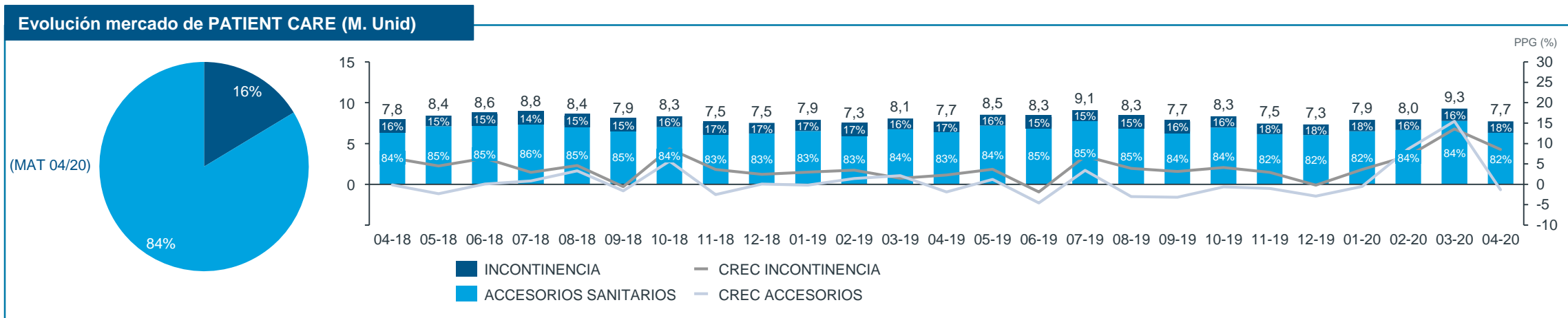


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

\*Previous Period Growth

# En el acumulado de los últimos 12 meses, los Accesorios Sanitarios suponen el 62% del mercado de PAC en valores

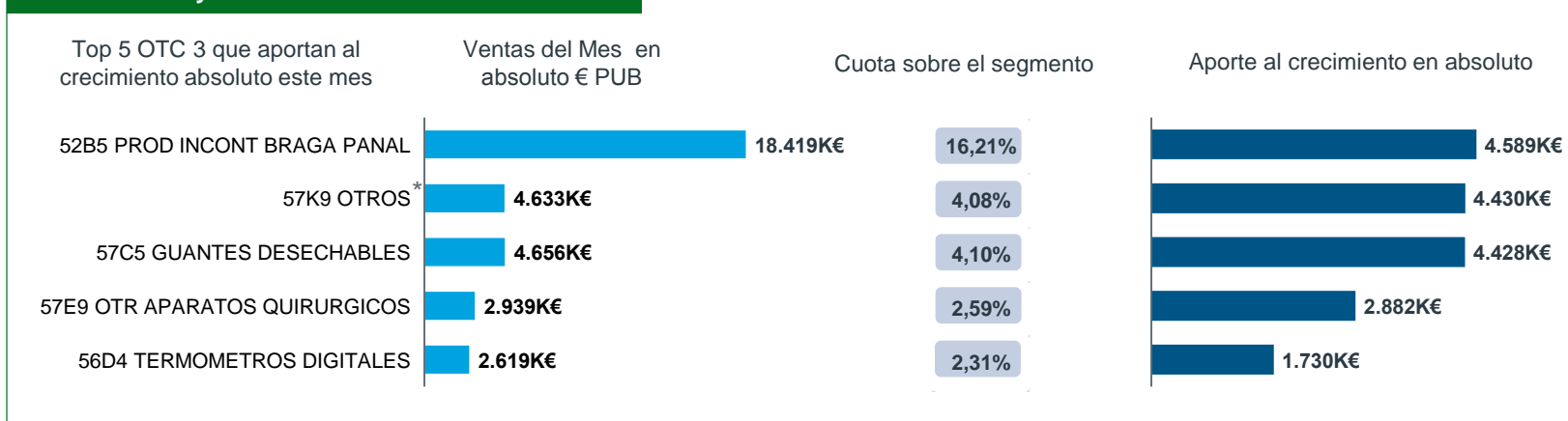


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias  
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior  
 \*Previous Period Growth

# En el mes de abril, los productos de incontinencia son la clase con mayor aporte al crecimiento del segmento PAC

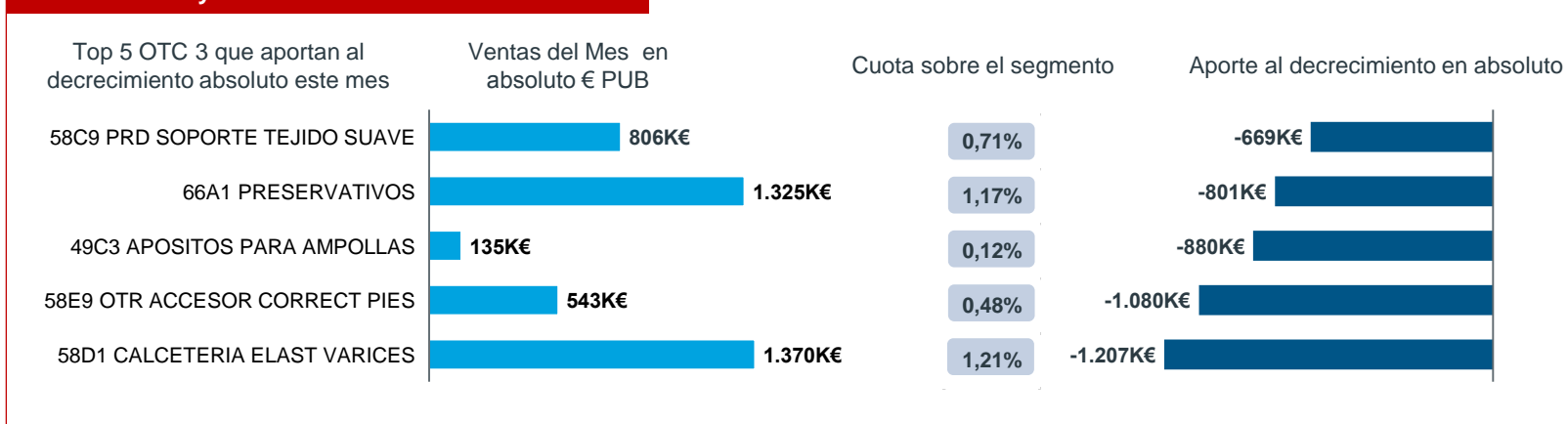
Los productos de calcetería elástica para varices decrecen cerca de 1,2M€

## Clases con mayor crecimiento este mes



- Siguiendo la misma tendencia que los últimos meses, destaca el crecimiento de **Braga Pañal, creciendo 5,1M€, ahora financiada**. A los valores habituales se suman las unidades adicionales vendidas derivadas del pequeño inventario que los consumidores han creado en sus casas a raíz del confinamiento.
- El resto de productos del top 5 en aportación al crecimiento, son todos derivados de acciones preventivas y de tratamiento de síntomas contra el COVID-19: **guantes, mascarillas (categoría otros) y termómetros**.

## Clases con mayor decrecimiento este mes



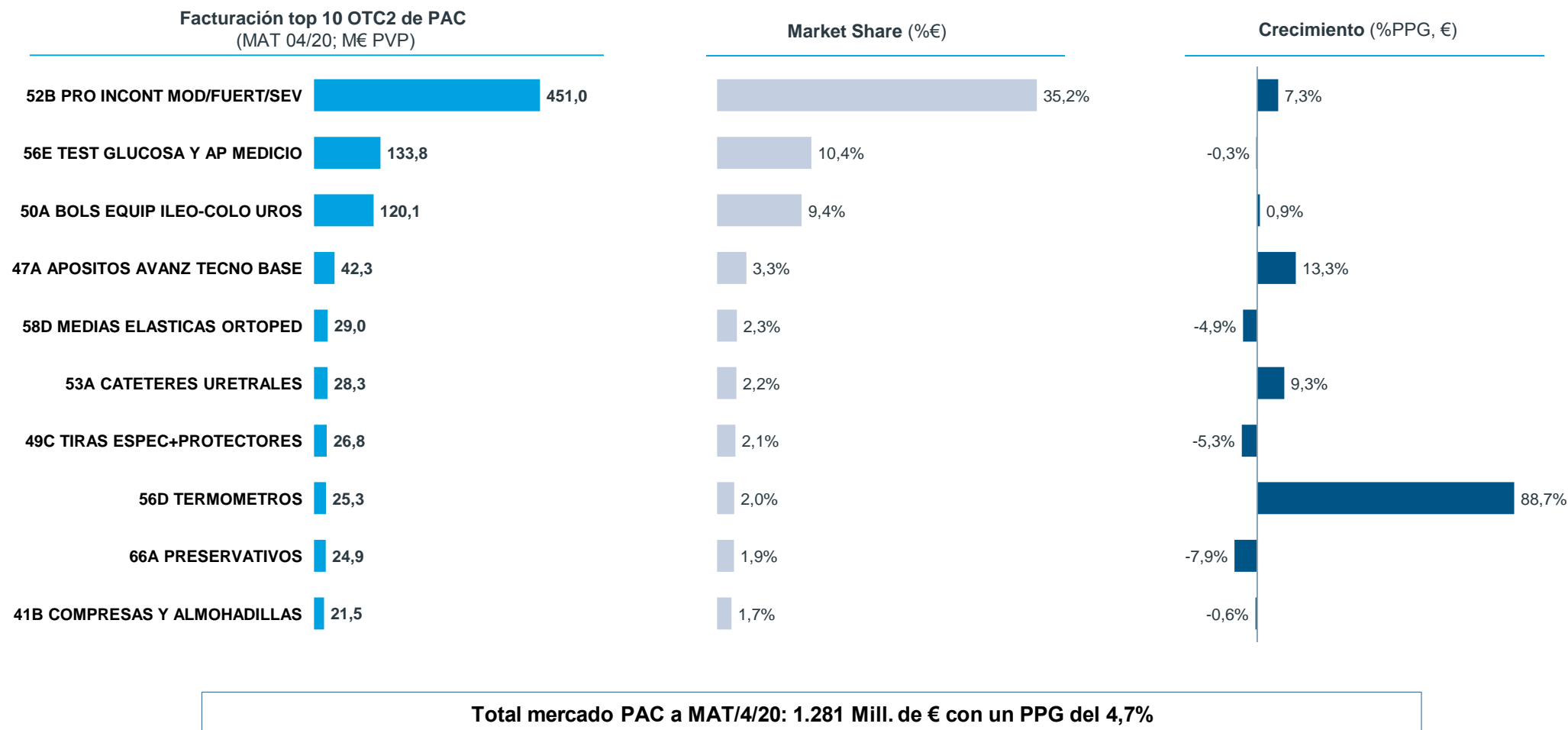
- Las categorías con menos aporte al crecimiento acumulan **~4,5M€**.
- La clase con mayor aporte al decrecimiento es la de calcetería elástica para varices, que decrece **-1,2M€**.
- De nuevo, el top 5 de las clases que aportan de forma más significativa al decrecimiento en PAC se relacionan con las medidas de confinamiento.

\* La categoría 57K9 OTROS incluye los productos mascarillas  
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)  
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias



# Los productos para incontinencia son la OTC2 con mayor cuota de mercado dentro de PAC (35,2%) y presentan un crecimiento positivo en el último MAT

Se observa también en el acumulado el impacto de las ventas en termómetros durante los últimos meses



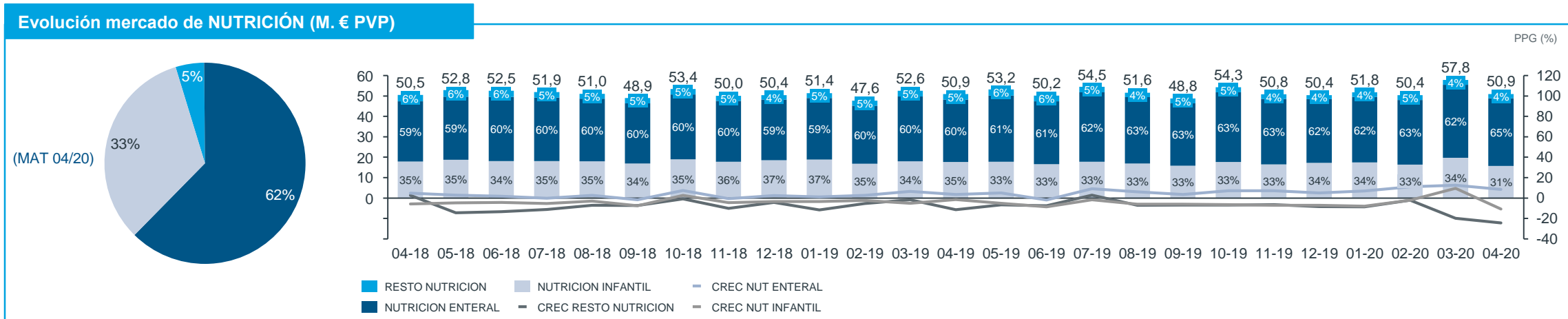
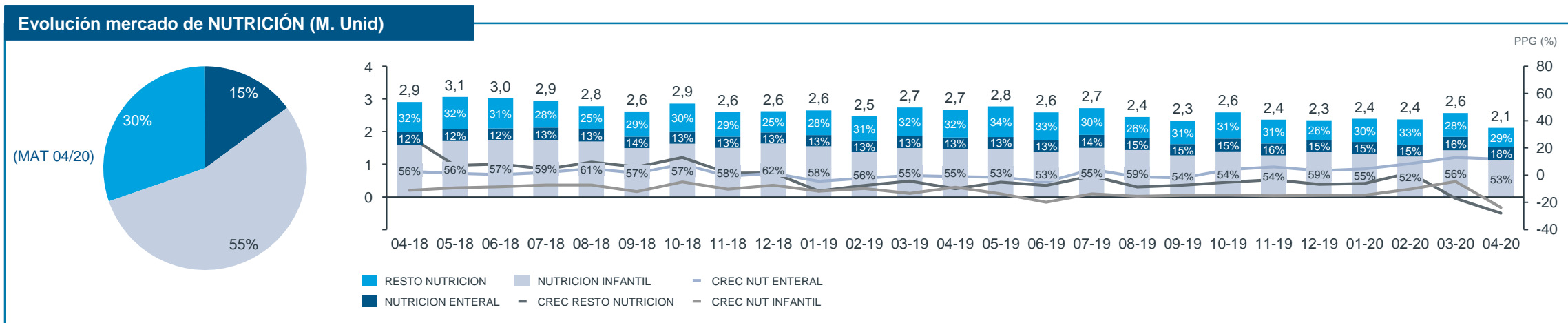
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

\*Previous Period Growth

# El mercado de nutrición en el último MAT se mantiene gracias al crecimiento de NUT enteral que compensa la caída de NUT infantil y resto de nutrición

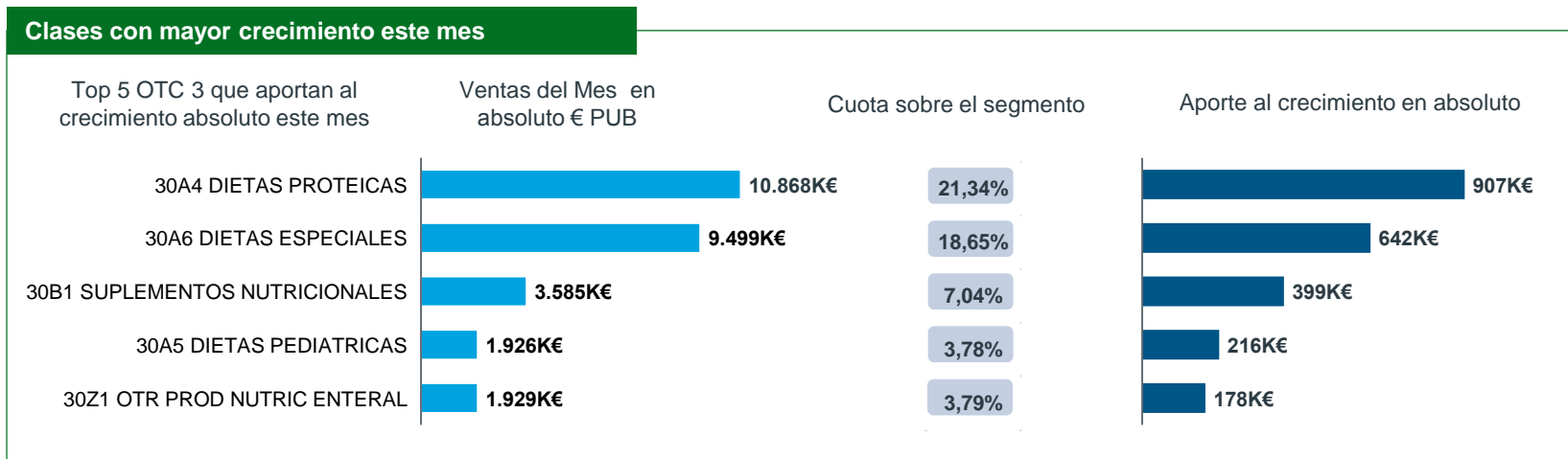
*Siguiendo la misma tendencia que en el acumulado, en abril 2020 nutrición enteral crece un +8,4%; nutrición infantil decrece un -10,9% en valores; mientras que resto de nutrición decrece -23,9% en valores*



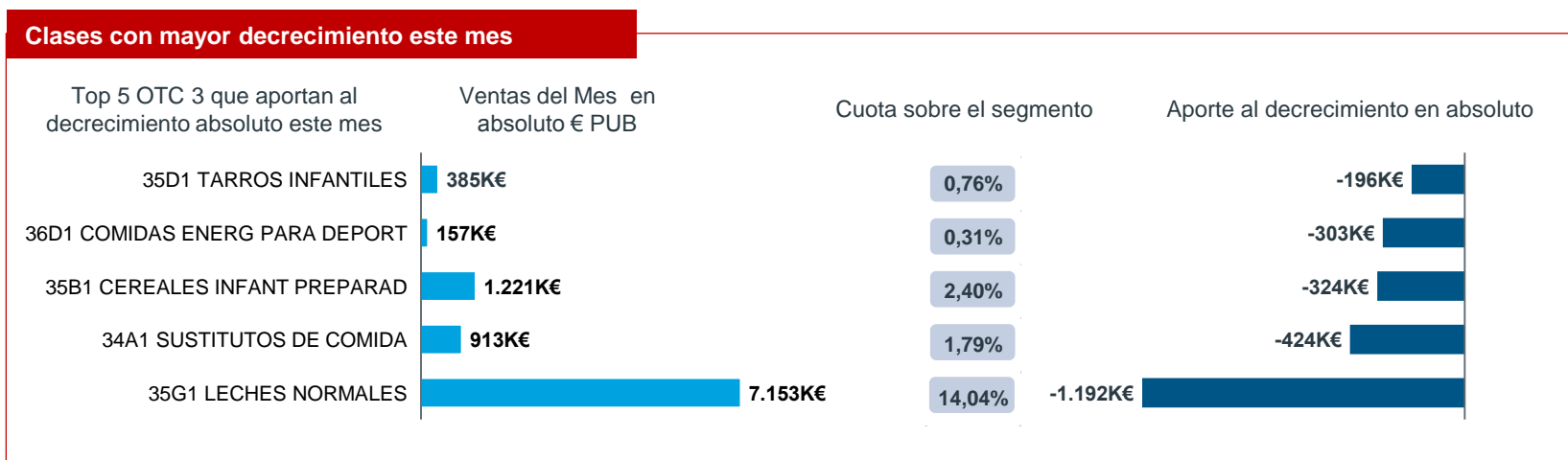
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias  
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior  
 \*Previous Period Growth

# En abril, 3 de las clases con mayor aporte al crecimiento son clases de nutrición enteral

*Decrecen las leches normales, los sustitutivos de comida, así como los cereales infantiles entre otras*



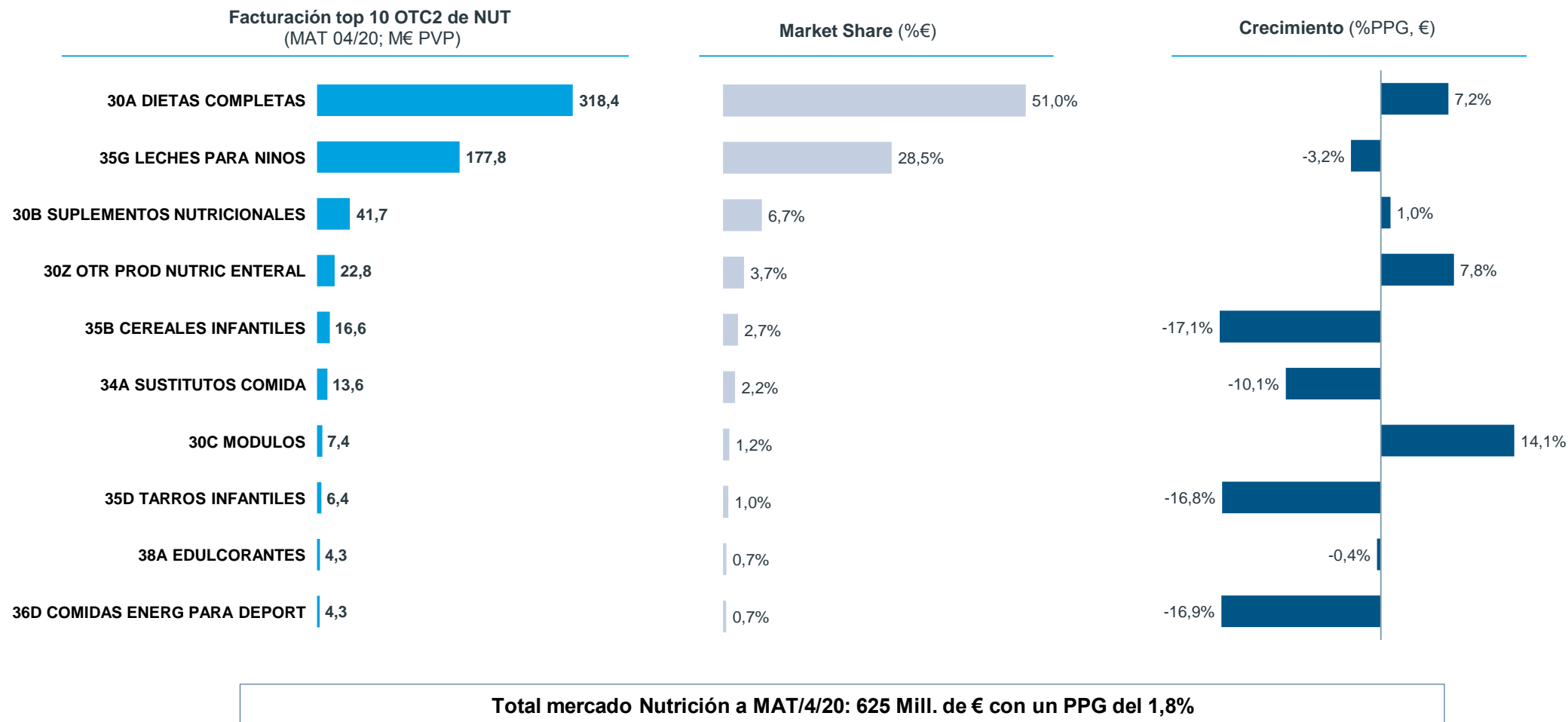
- Las dos **clases de nutrición enteral con mayor aporte al crecimiento aportan un total de ~1,5M€** en el mes de abril.
- La clase suplementos nutricionales era número 4 en el mes de marzo aportando 0,5M€ al crecimiento y ahora se sitúa en tercera posición aunque con solo 0,4M€ en aporte para el mes del abril.



- La clase de **leches normales** era top 5 de aporte al crecimiento en el mes de marzo, situándose en abril como la clase que más aporta al decrecimiento. Se trata de un mercado muy concentrado en el que los top 5 laboratorios concentran ~90%.
- Le siguen las clases de **sustitutos de comida, cereales infantiles y comidas energéticas para el deporte**. Podemos relacionar la caída de estas categorías por la situación excepcional que estamos viviendo.

# El mercado de nutrición revierte su tendencia negativa, siendo la categoría de módulos la que más crece (+14,1%, +0,9M €)

Para los últimos 12 meses, Dietas Completas es la clase con mayor cuota (51,0%) y un crecimiento 7,2%



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

\*Previous Period Growth



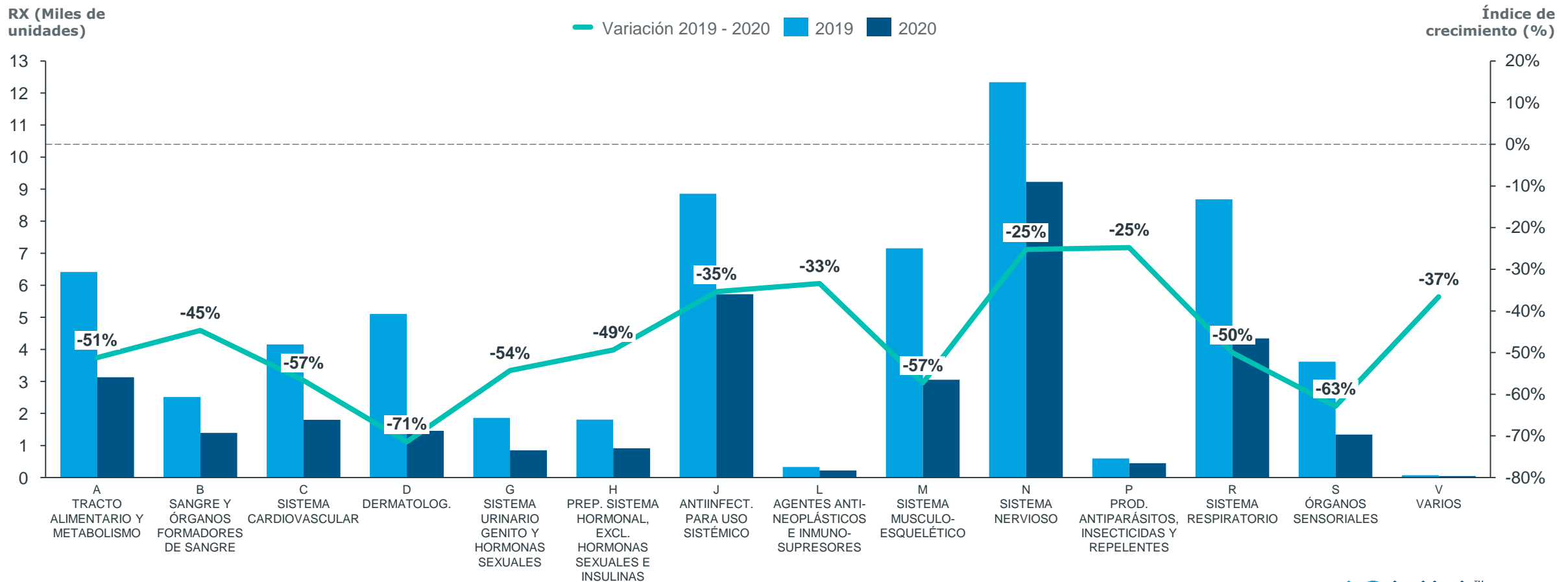
# Índice

- + Indicadores clave de la farmacia española
- + Evolución del mercado farmacéutico
- + Evolución por segmentos:
  - + Análisis del mercado de Medicamentos
  - + Análisis del mercado Consumer Health
- + **Anexo**
  - + **El efecto COVID-19 en las dinámicas de prescripción (Dato de Pacientes)**

# Todas las clases ATC se han visto altamente impactadas atendiendo a las dinámicas de prescripción (tanto iniciaciones como cambios)

*Los medicamentos dermatológicos de prescripción son los más afectados negativamente*

Dinámicas de prescripción\* por ATC durante el confinamiento a raíz de COVID-19 (semanas 12 y 13)

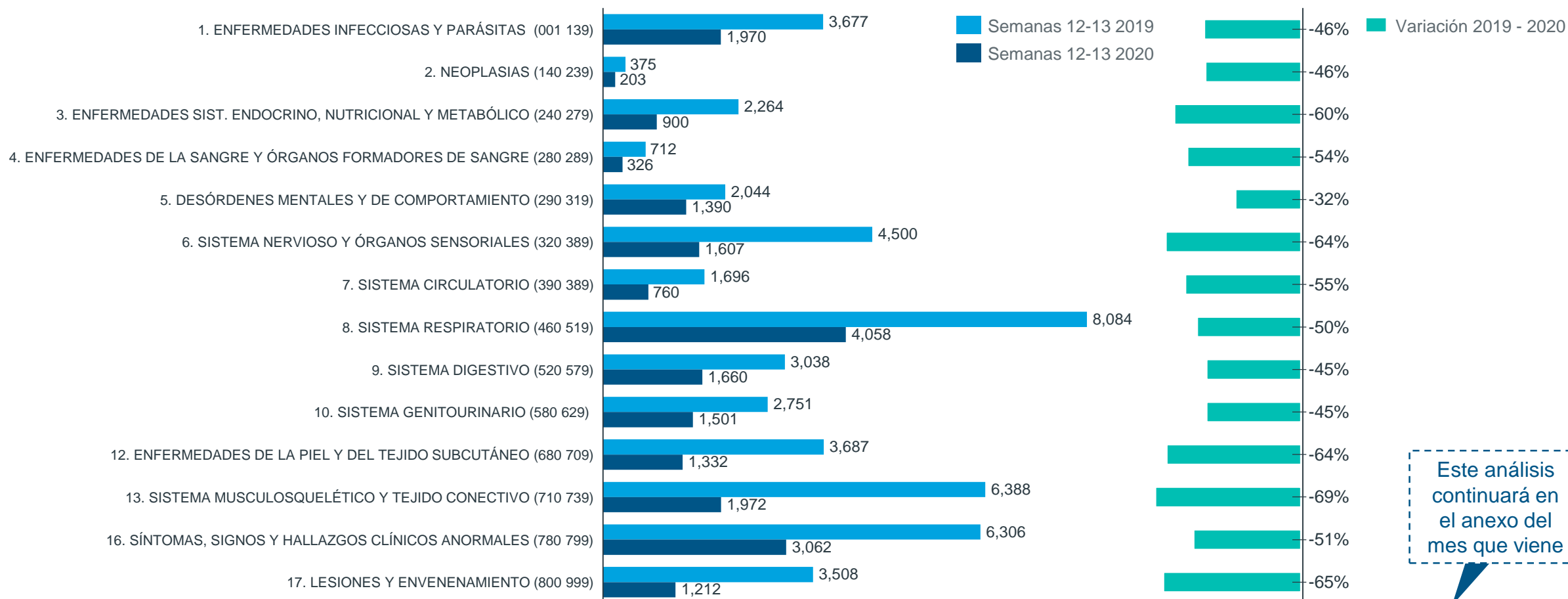


\* Dato de pacientes (input, dato no proyectado) de las semanas 12 y 13 (semanas afectadas por el confinamiento) para 2019 y 2020. EMR, 1M de pacientes y 3 regiones.

# Además, todos los grupos de diagnóstico han sufrido un decrecimiento de alrededor del 50% en términos de nuevos pacientes diagnosticados

*El grupo de desórdenes mentales y de comportamiento es el que muestra menor decrecimiento*

Nuevos diagnósticos\* por grupo (semanas 12 y 13)



Este análisis continuará en el anexo del mes que viene

\* Dato de pacientes (input, dato no proyectado) de las semanas 12 y 13 (semanas afectadas por el confinamiento) para 2019 y 2020. EMR, 1M de pacientes y 3 regiones.

# Evolución del Mercado de la farmacia Española

*Actualización datos de abril 2020*

Mayo 2020