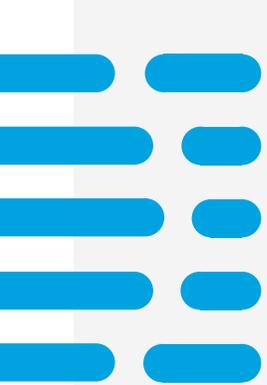


Evolución del Mercado de la farmacia Española

Actualización datos de noviembre 2020

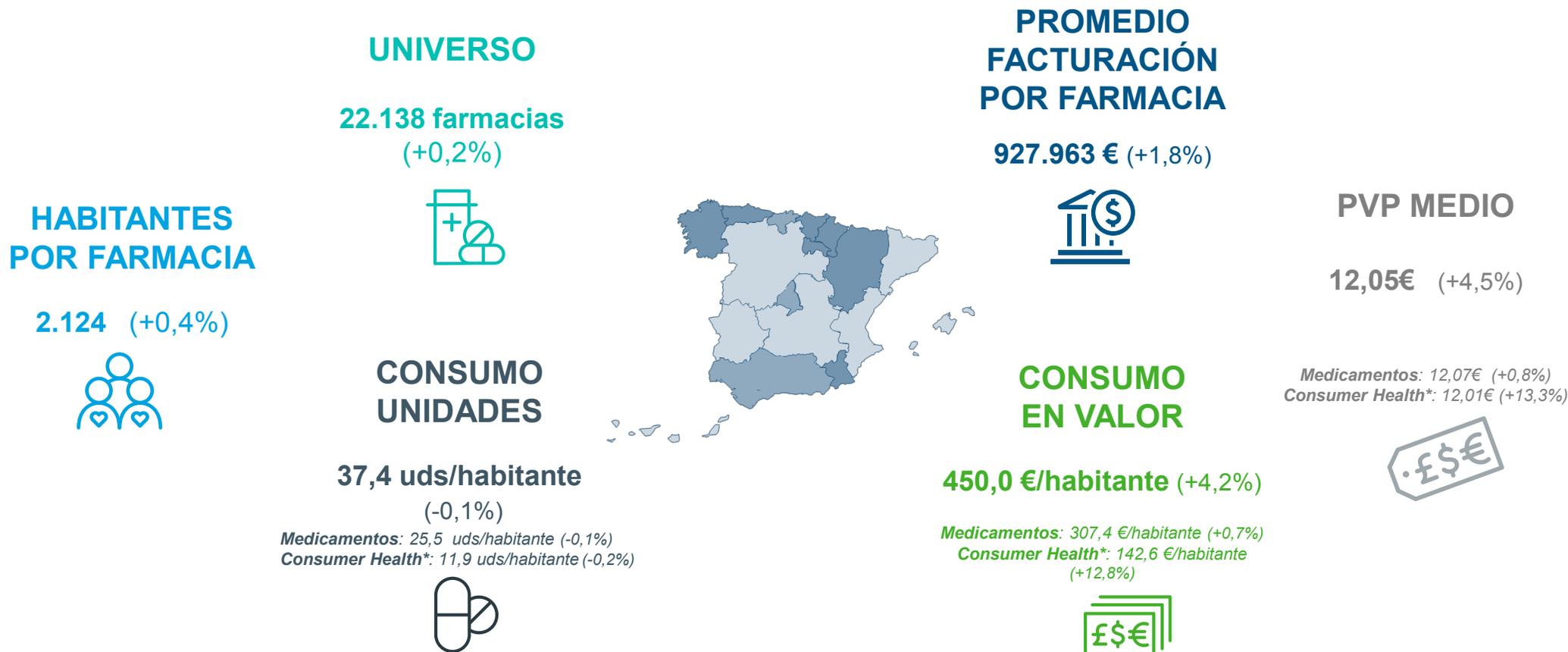
Diciembre 2020



Índice

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

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

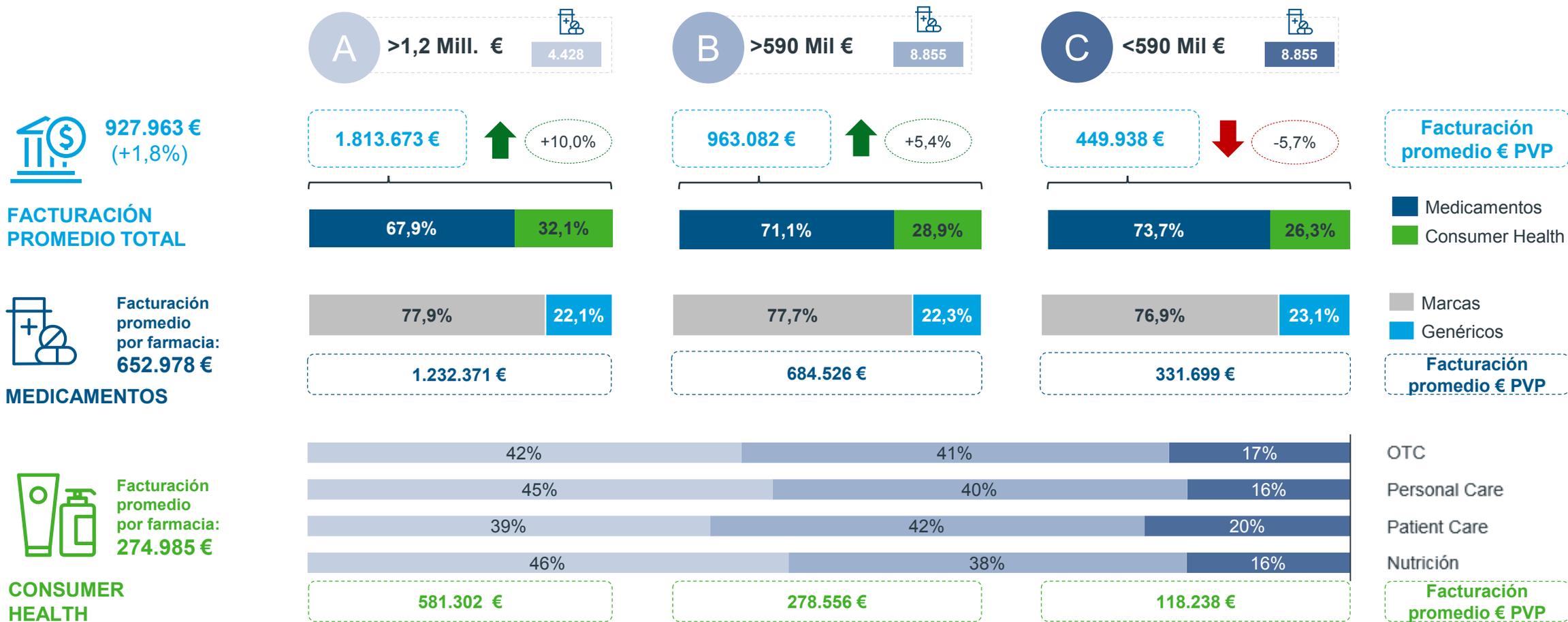


El consumo medio por habitante ha crecido en valores aunque se ha mantenido en unidades, lo que se explica por un aumento del precio medio

Crecimientos a cierre 2019 vs 2018
* Semiéticos y EFPs incluidos en el mercado de Consumer Health

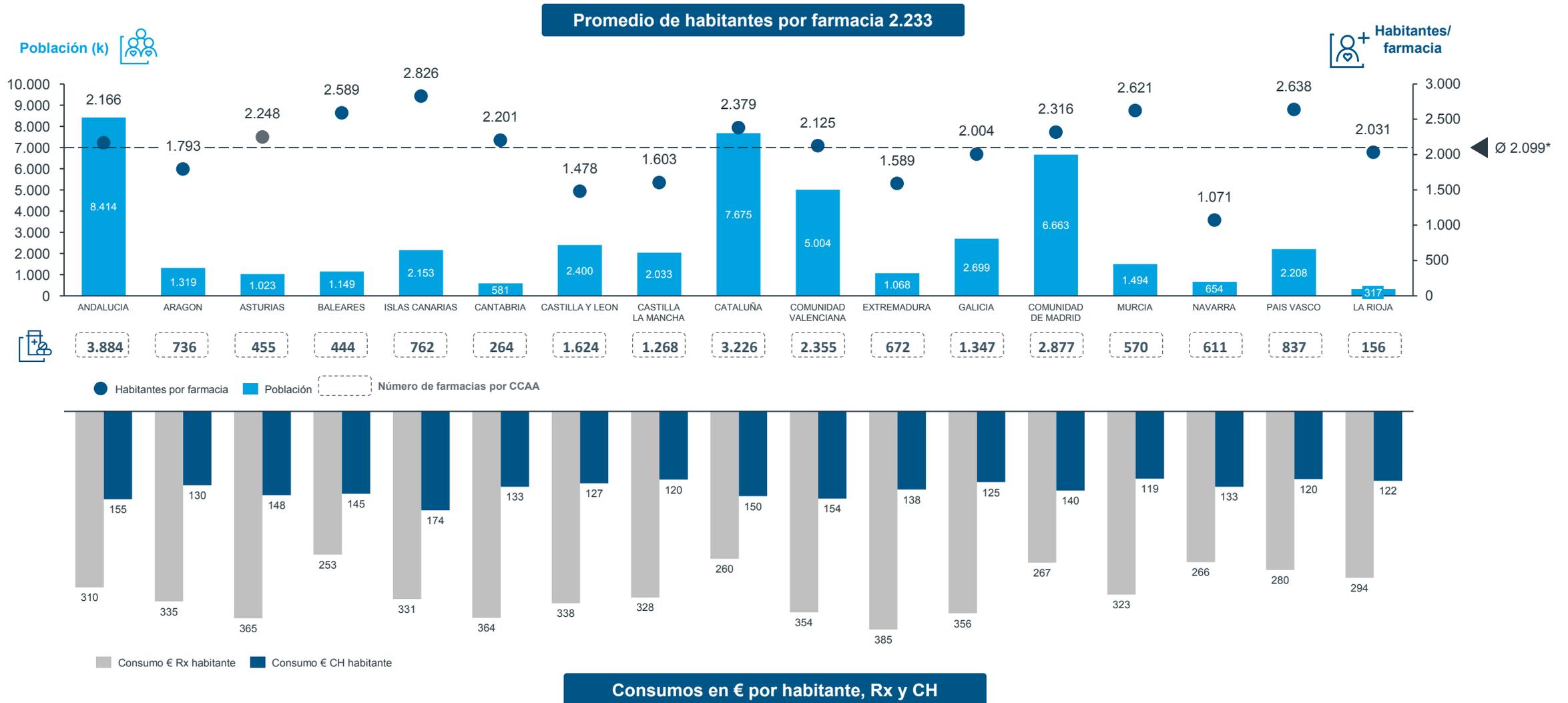
La facturación promedio de una farmacia ha crecido un 1,8% en el último año, el 30% de esta facturación la realizan productos de Consumer Health

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

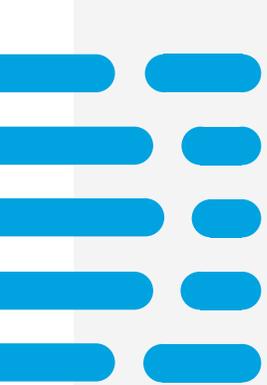


Evolución del mercado de la farmacia española (€ PVP) *Semieticos y EFP's dentro del mercado de CH
 Datos 2019 (salvo split marcas vs. genéricos, basado en dato de 2018). Fuente: IQVIA Sell-out Muestra de 6.300 farmacias.
 *% PPG: Crecimiento entre los años 2018 y 2019

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



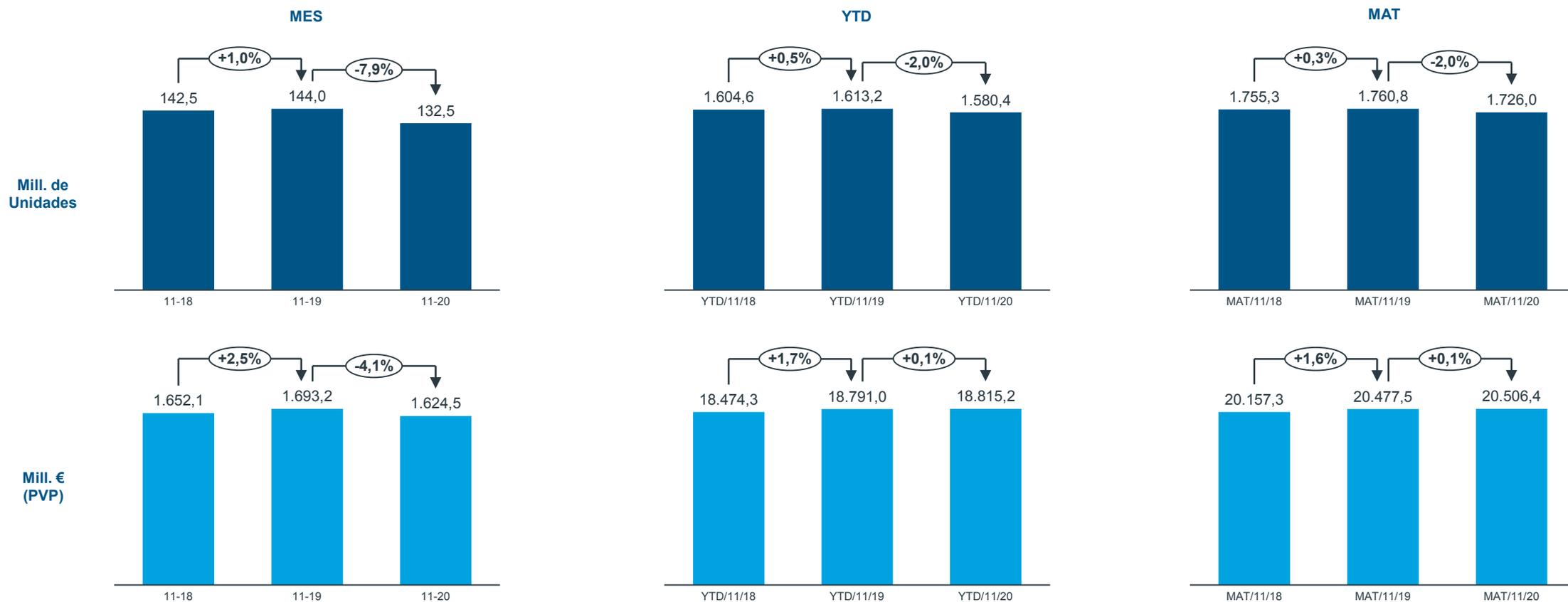
Índice

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

El mercado farmacéutico* presenta un crecimiento del +0,1% en valores aunque decrece -2,0% en unidades en el acumulado de los últimos 12 meses

*Excluidos geles hidroalcohólicos, mascarillas y guantes procedentes de fabricantes que no operan en España

Total mercado farmacéutico



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

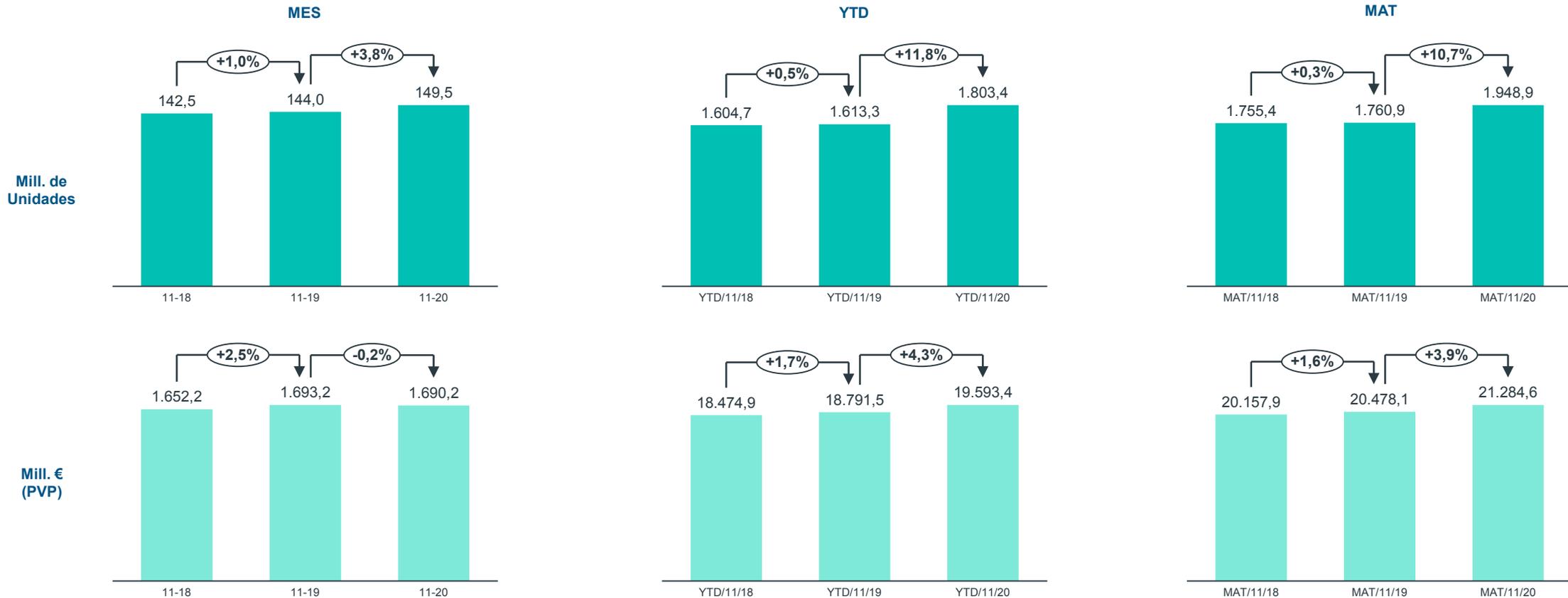
*Semieticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

El mercado farmacéutico* presenta un crecimiento del +3,9% en valores y del +10,7% en unidades en el acumulado de los últimos 12 meses

*Incluidos geles hidroalcohólicos, mascarillas y guantes procedentes de fabricantes que no operan en España

Total mercado farmacéutico



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

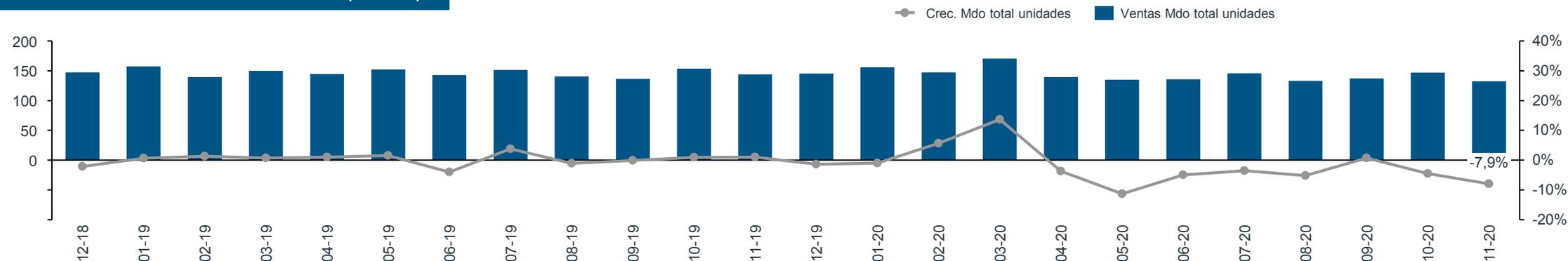
*Semieticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

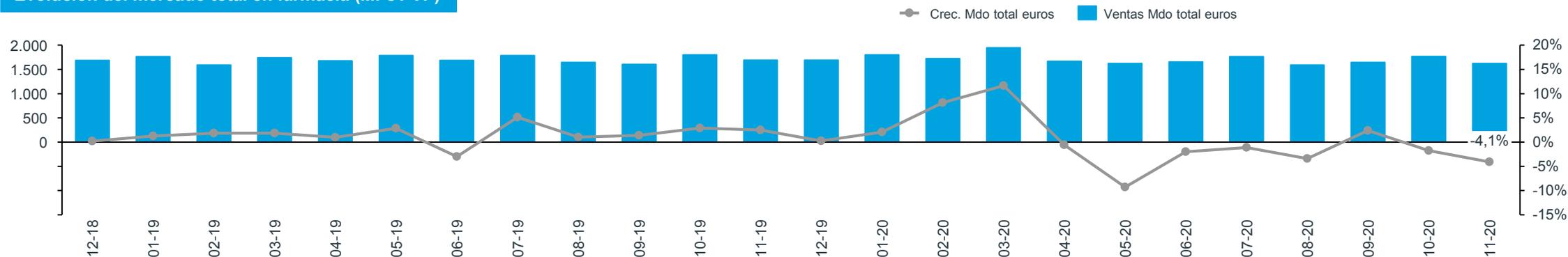
En noviembre, el mercado* decrece en unidades (-7,9%) y también decrece en valores (-4,1%) frente a noviembre 2019

*Excluidos geles hidroalcohólicos, mascarillas y guantes procedentes de fabricantes que no operan en España

Evolución del mercado total en farmacia (M. Unid)



Evolución del mercado total en farmacia (M. € PVP)



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

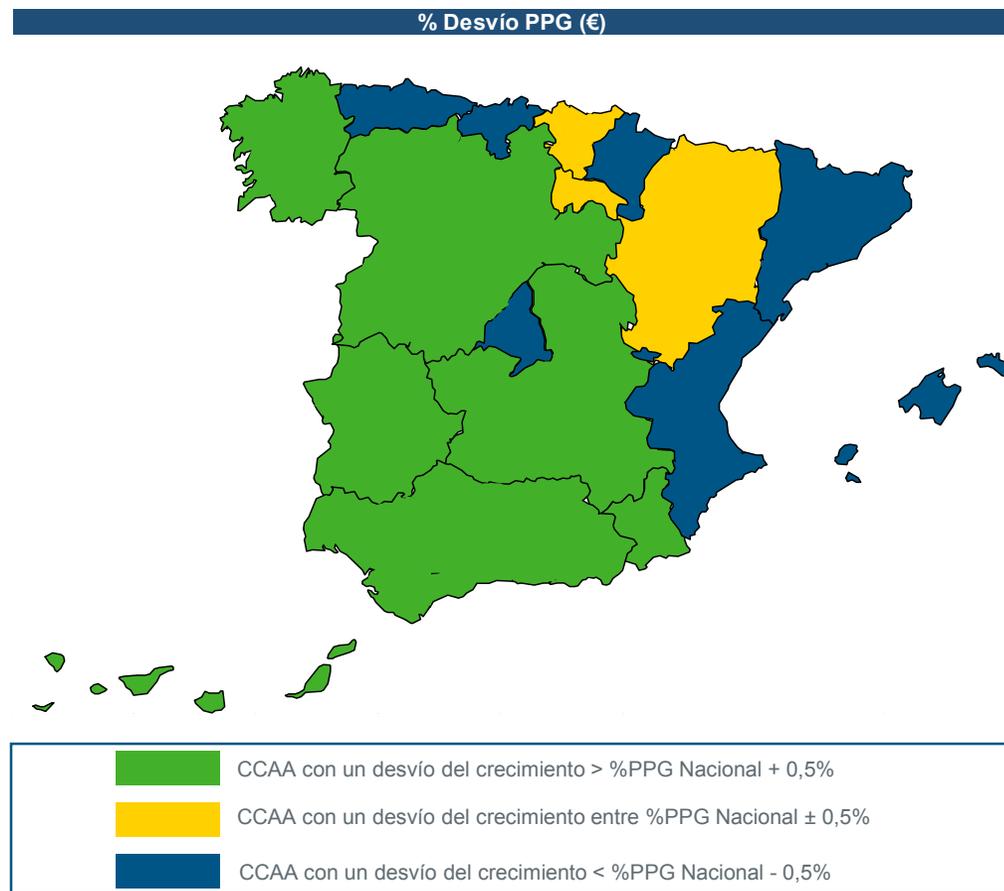
*Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

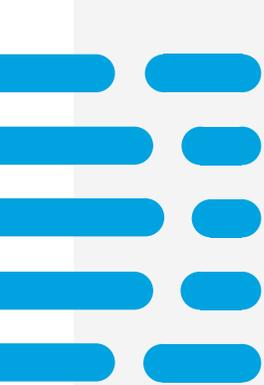
*PPG=Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

9 de las 17 CCAA tienen un crecimiento superior al crecimiento nacional y 8 de ellas crecen un +0,5% por encima del nacional

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



MAT/11/2020	TOTAL MERCADO	
	Crecimiento (%PPG, €)	Aportación al Crecimiento (% , €)
CASTILLA LA MANCHA	2,7%	83,8%
CASTILLA LEON	2,3%	84,2%
MURCIA	1,6%	35,2%
EXTREMADURA	1,5%	28,2%
GALICIA	1,5%	66,6%
ISLAS CANARIAS	1,5%	54,1%
ANDALUCIA	1,1%	149,6%
PAIS VASCO	0,6%	16,9%
ARAGON	0,4%	8,4%
LA RIOJA	-0,2%	-0,8%
NAVARRA	-0,5%	-4,2%
CANTABRIA	-0,6%	-5,5%
ASTURIAS	-0,8%	-14,2%
CATALUÑA	-0,9%	-100,9%
MADRID	-1,3%	-115,6%
COMUNIDAD VALENCIANA	-1,7%	-149,0%
BALEARES	-2,5%	-36,8%
TOTAL NACIONAL	0,1%	100%

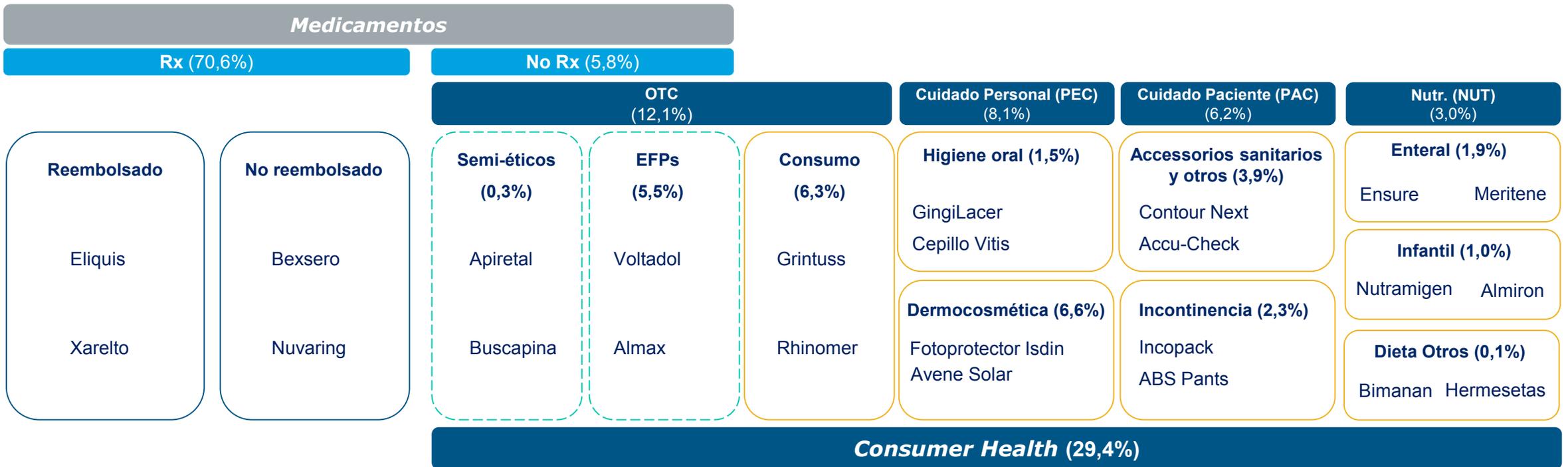


Índice

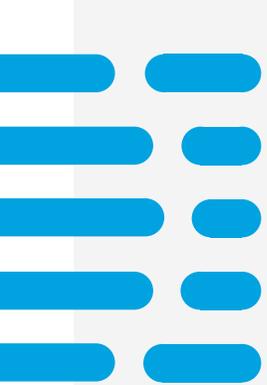
- + Indicadores clave de la farmacia española
- + Evolución del mercado farmacéutico
- + **Evolución por segmentos:**
 - + Análisis del mercado de Medicamentos
 - + Análisis del mercado Consumer Health

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 09/2020 sobre el mercado farmacéutico total
 Los ejemplos de productos se refieren a los Top 2 productos de cada subcategoría en Valor a MAT 09/2020
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias



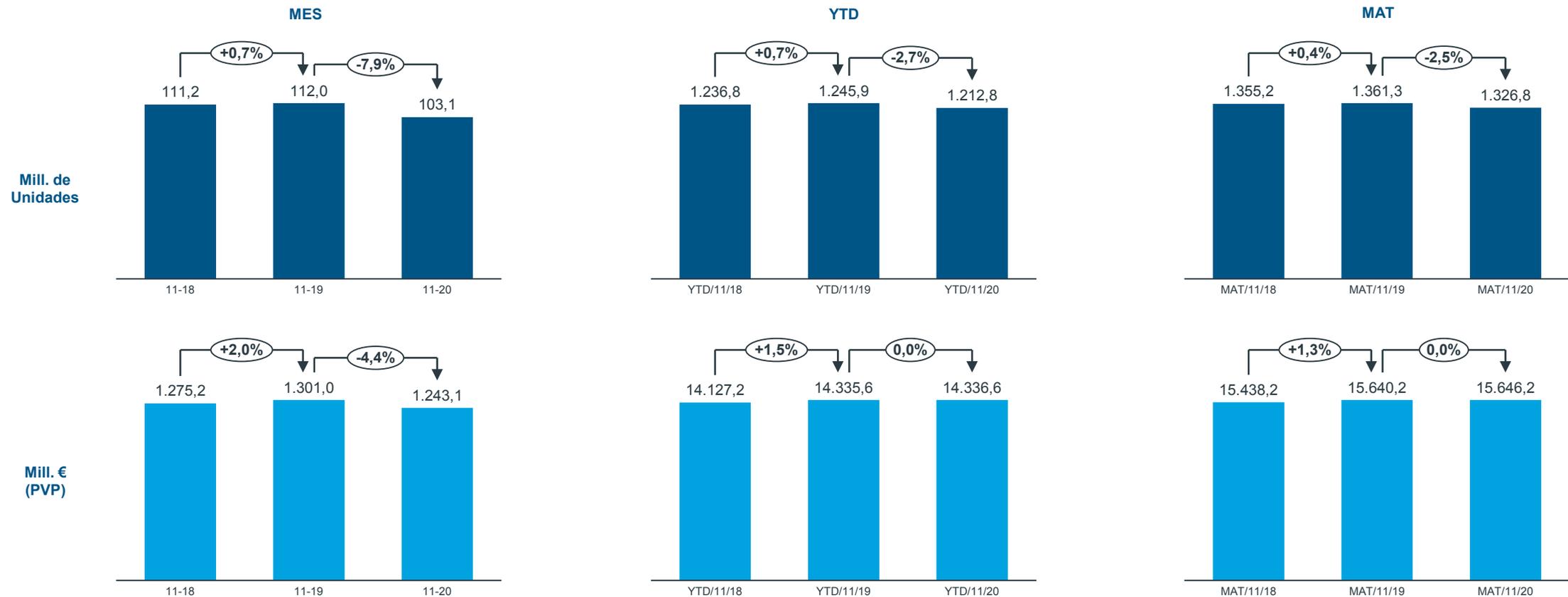
Índice

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

El mercado de medicamentos muestra una evolución plana en valores aunque decrece en unidades en el acumulado de los últimos 12 meses

El mes de noviembre decrece tanto en unidades como en valores frente a 2019

Mercado de Medicamentos



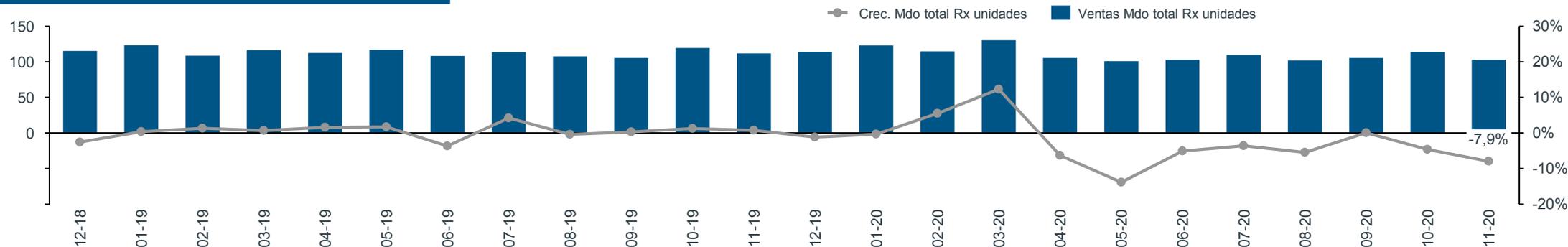
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

*Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

En el mes de noviembre, el mercado decrece en valores (-4,4%) y también decrece en unidades (-7,9%) vs el mismo periodo del año anterior

Evolución de MEDICAMENTOS (M. Unid)



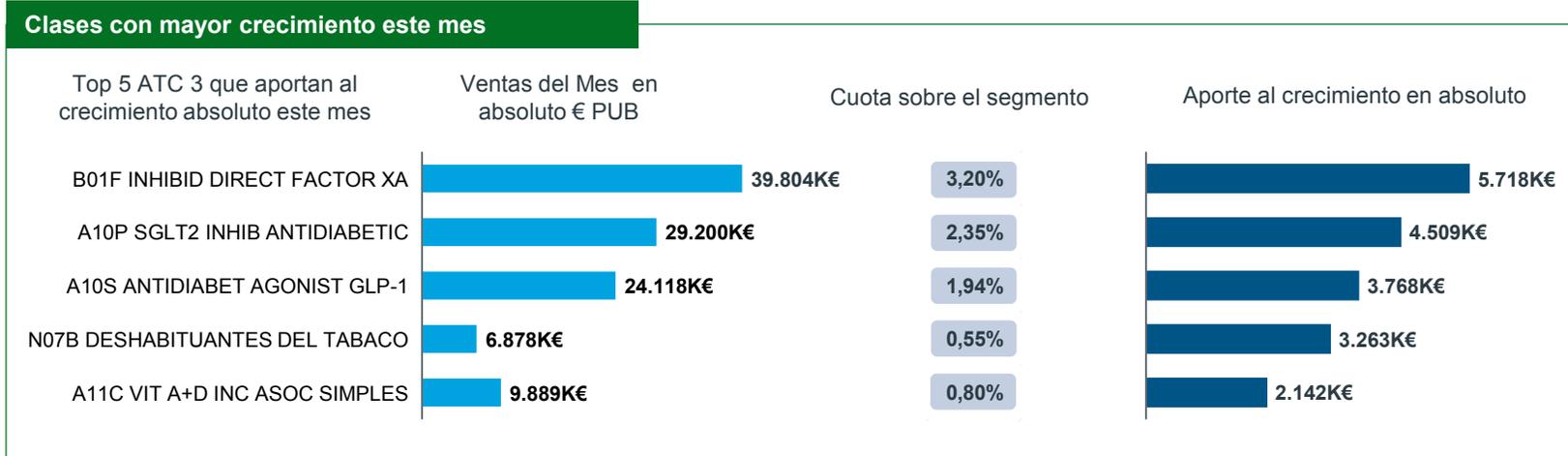
Evolución de MEDICAMENTOS (M € PVP)



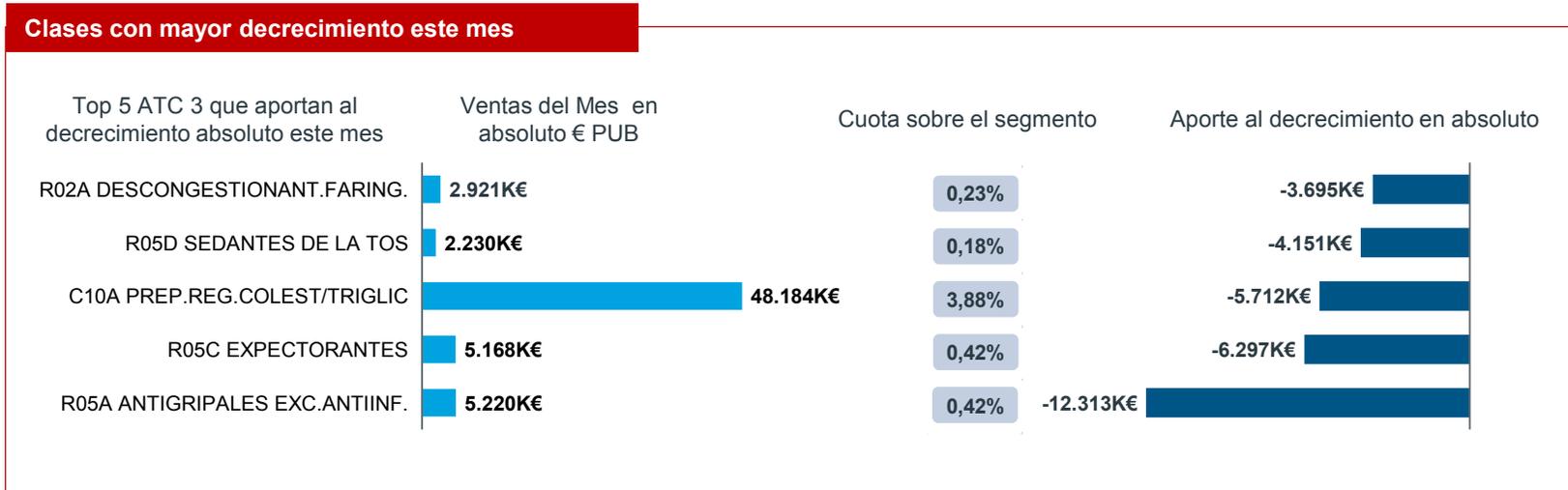
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias
 *PPG=Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

Los inhibidores directos del factor Xa (clase B01F) siguen siendo la clase que más aporta al crecimiento en el mes de noviembre, creciendo +5,7M€

Las clases que más decrecen en el mercado de medicamentos son los antigripales y expectorantes



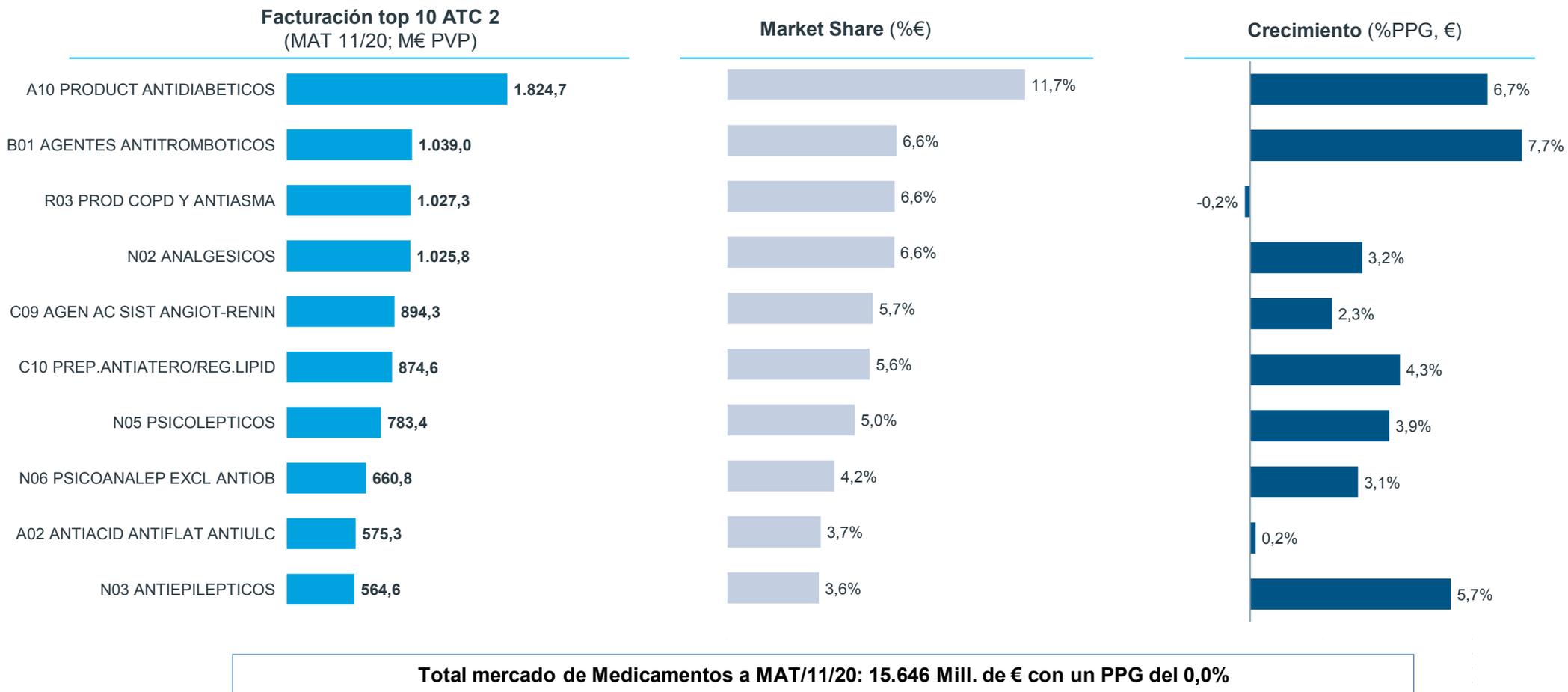
- De nuevo la clase con mayor aporte al crecimiento son los **NACOs** (Nuevos Anticoagulantes Orales) aportando **~5,7M€**.
- Las dos siguientes clases que más crecen son las de **antidiabéticos**, acumulando **~8,3M€**.
- La **clase deshabitantes del tabaco** sigue siendo de las que más aportan al crecimiento debido a la financiación de Champix a partir del 1 de Enero de 2020.



- Cuatro de las cinco clases que más decrecen son ATCs de **respiratorio** y **acumulan cerca de -26,5M€**. Como viendo siendo habitual, las medidas de prevención de la pandemia COVID-19 como son el **distanciamiento social** y el **uso de mascarillas** contribuyen a estos comportamientos negativos, ya que disminuyen el contagio.
- Decrecen también los **reductores del colesterol y triglicéridos** como ALIPZA (-1,7M€) y LIVAZO (-1,1M€).

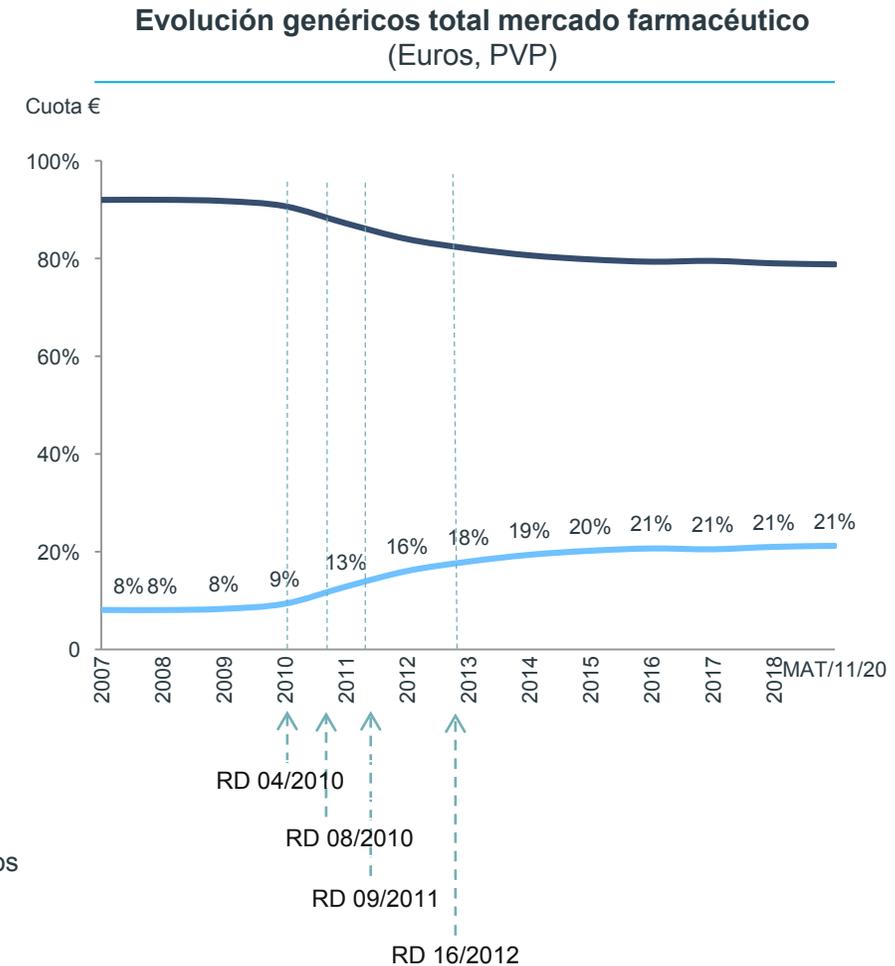
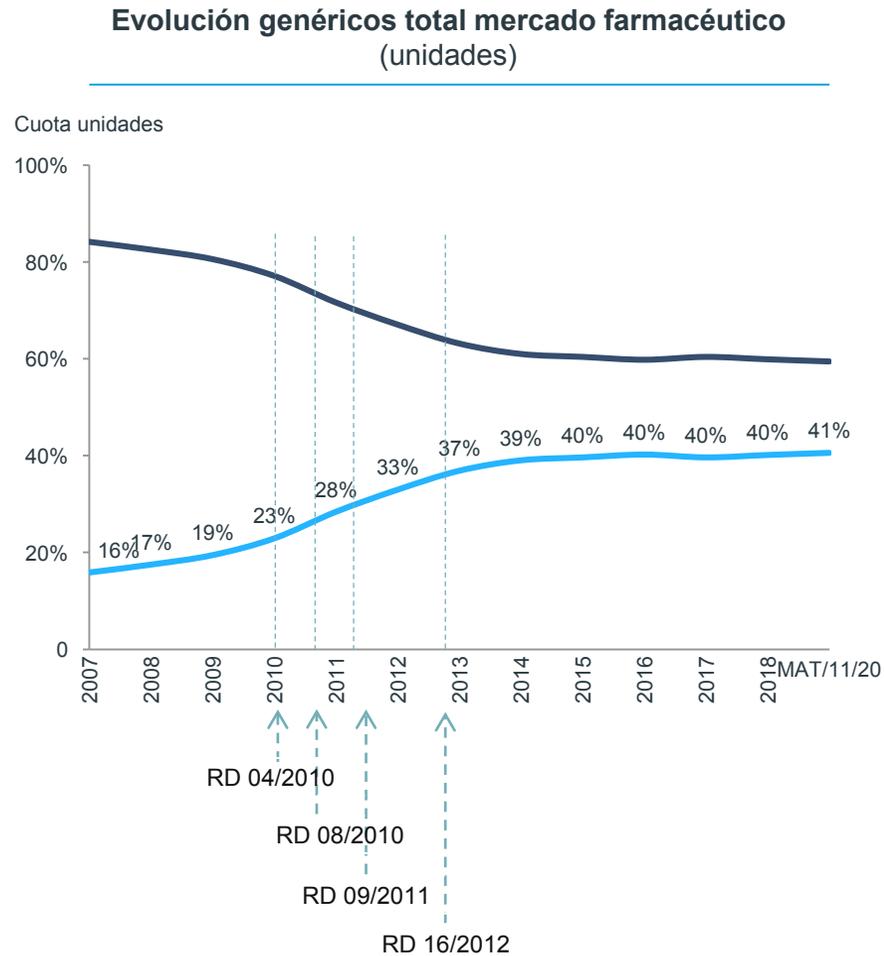
*Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

Los agentes antitrombóticos y los antidiabéticos siguen siendo las clases con mayores crecimientos en el acumulado MAT



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

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



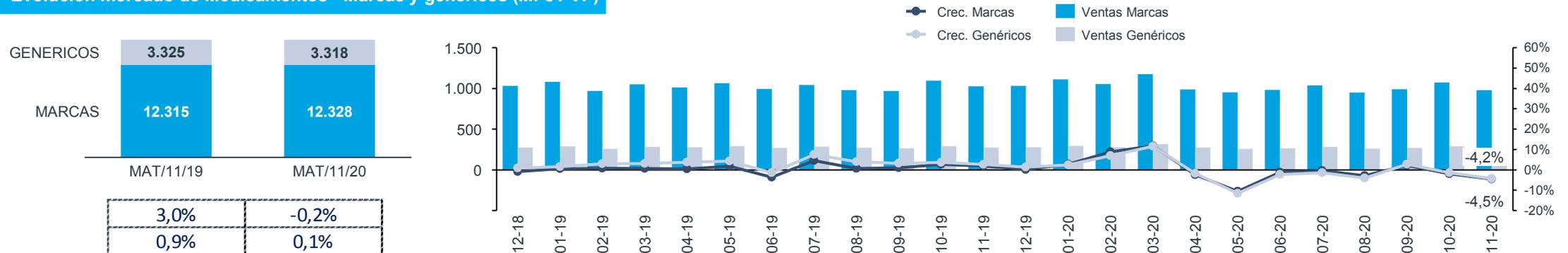
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Semieticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

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

Evolución mercado de Medicamentos - Marcas y genéricos (M. Unid)



Evolución mercado de Medicamentos - Marcas y genéricos (M. € PVP)



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

*Semieticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos

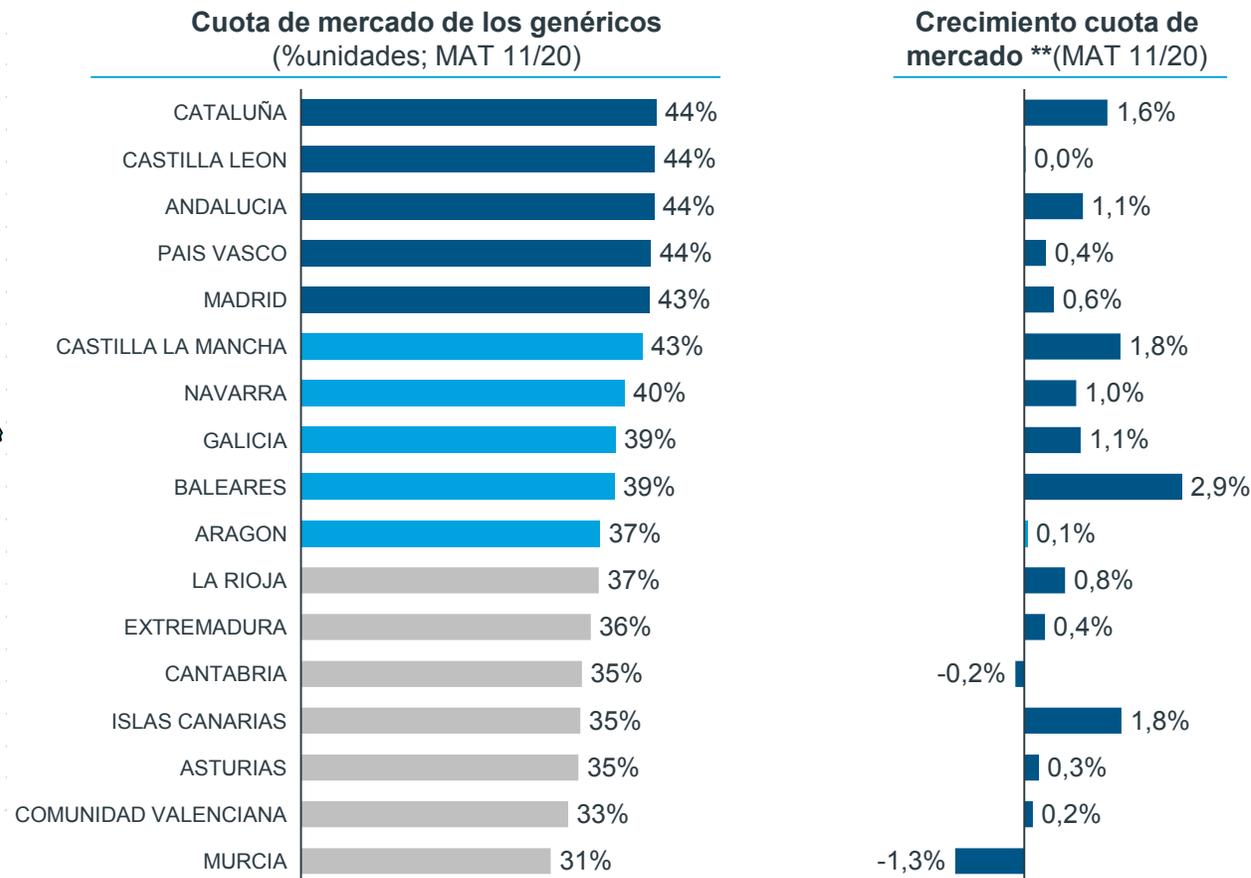
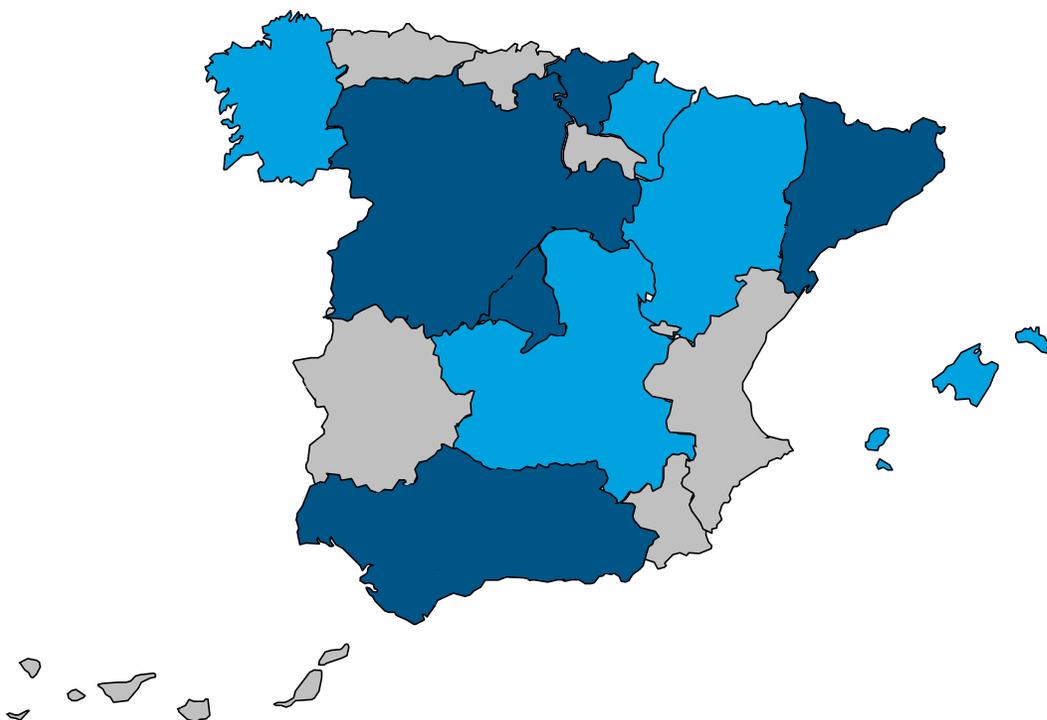
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

*PPG=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 12 meses, Cataluña junto con Castilla-León, Andalucía, País Vasco, y Madrid son las CCAA con mayor penetración de genéricos

Sin embargo, si analizamos el crecimiento de cuota de genéricos, observamos tendencias negativas en Cantabria y Murcia



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

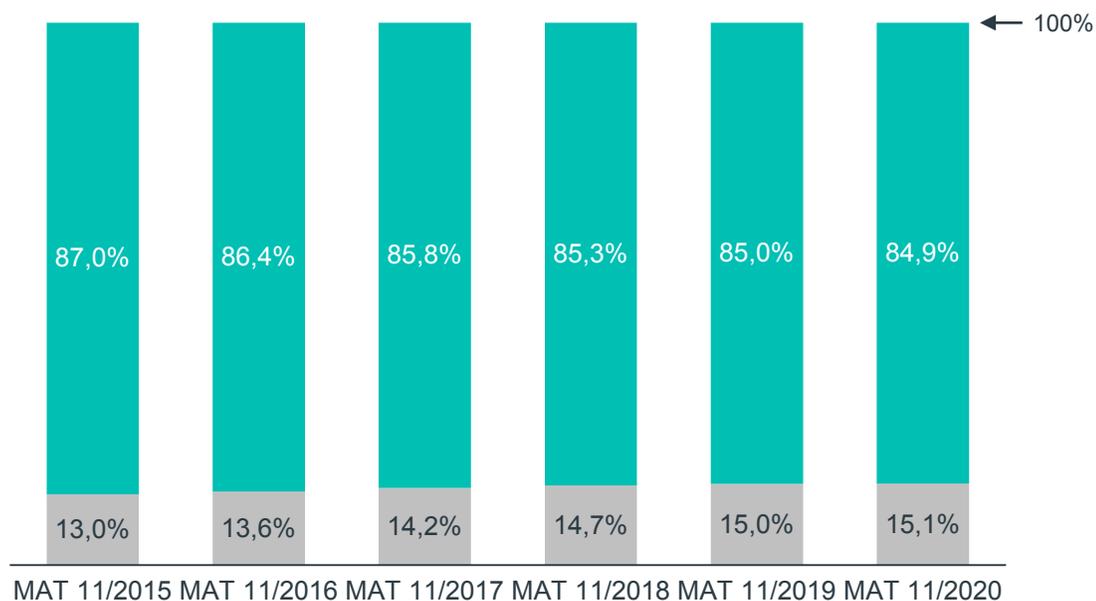
*Semieéticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos

**Crecimiento relativo de la cuota de los genéricos

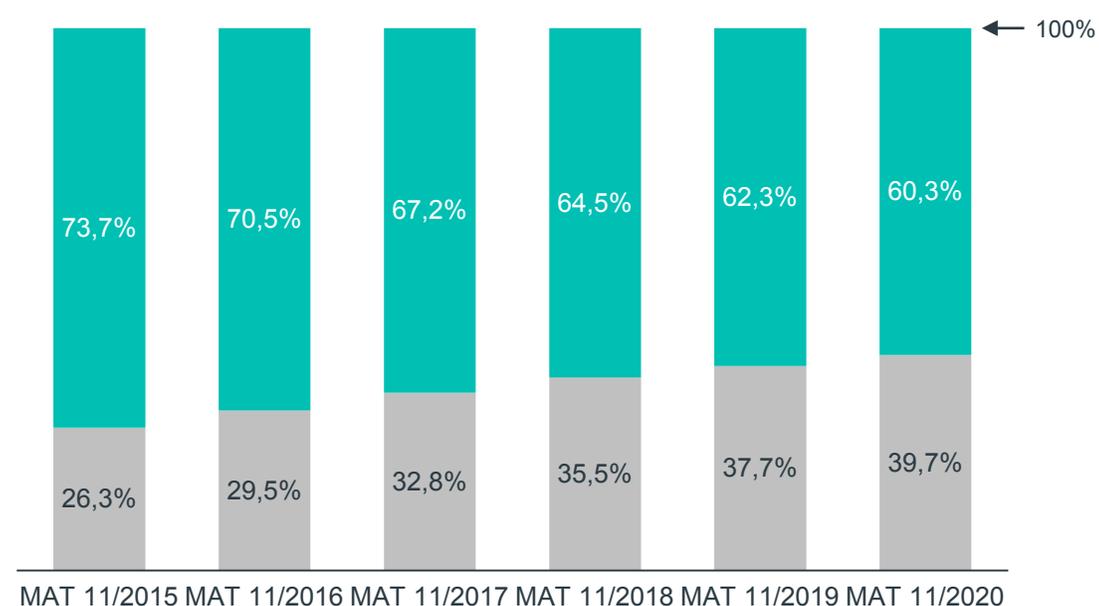
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

El mercado protegido supone un 15,1% del total mercado medicamentos en unidades y acumula un ~40% en valores PVL

Cuotas en unidades para los segmentos Protegido/No Protegido del mercado de medicamentos



Cuotas en valores PVL para los segmentos Protegido/No Protegido del mercado de medicamentos



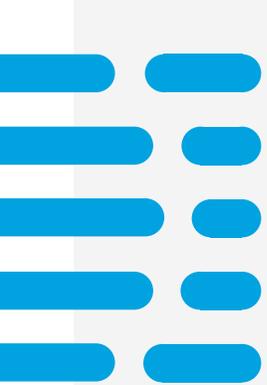
■ No protegidos ■ Protegidos

Se incluyen en Protegidos aquellos medicamentos con deducciones del 4%, 7,5% y 15%. Están incluidos aquellos medicamentos con deducciones publicadas a fecha de junio 2020 para todos los periodos.

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

*Semiéticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias



Índice

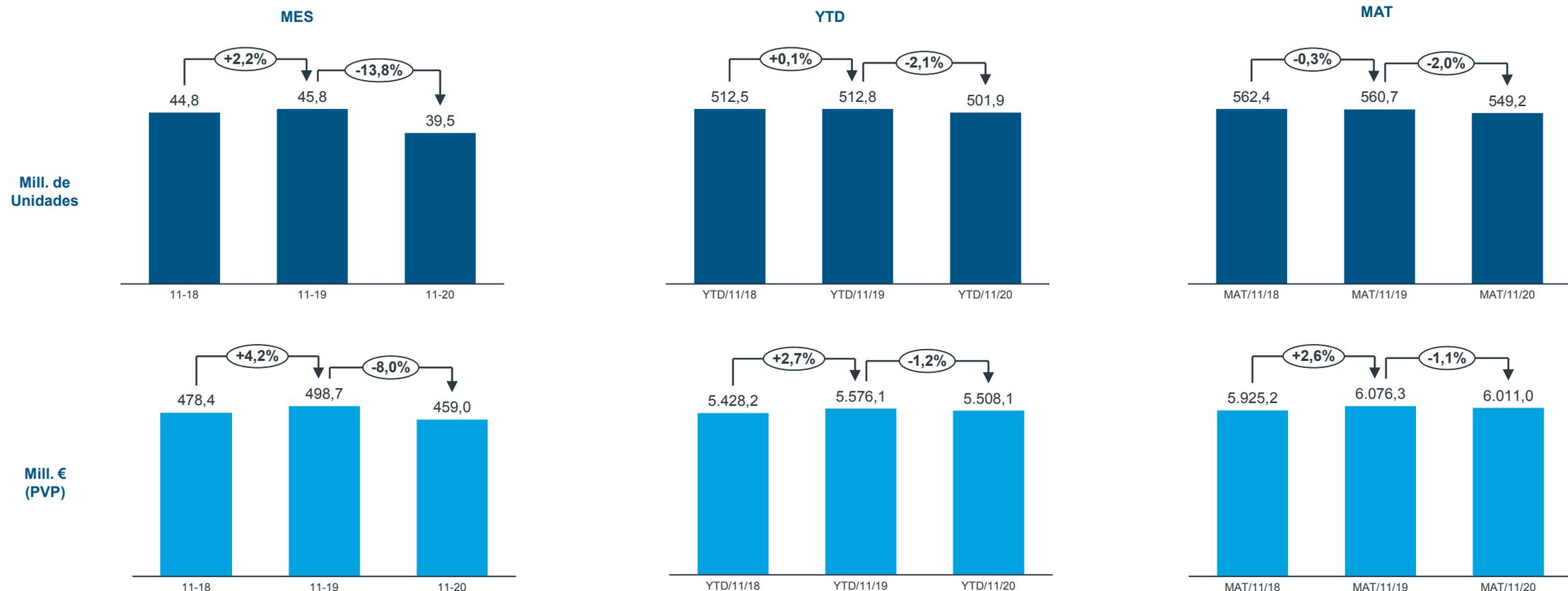
- + Indicadores clave de la farmacia española
- + Evolución del mercado farmacéutico
- + **Evolución por segmentos:**
 - + Análisis del mercado de Medicamentos
 - + **Análisis del mercado Consumer Health**

En el acumulado de los últimos 12 meses, Consumer Health* decrece tanto en unidades (-2,0%) como en valores (-1,1%)

El mes de noviembre 2020 decrece tanto en unidades (-13,8%) como en valores (-8,0%) vs noviembre 2019

*Excluidos geles hidroalcohólicos, mascarillas y guantes procedentes de fabricantes que no operan en España

Mercado de Consumer Health



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

*Semieticos y EFP's dentro del mercado de CH

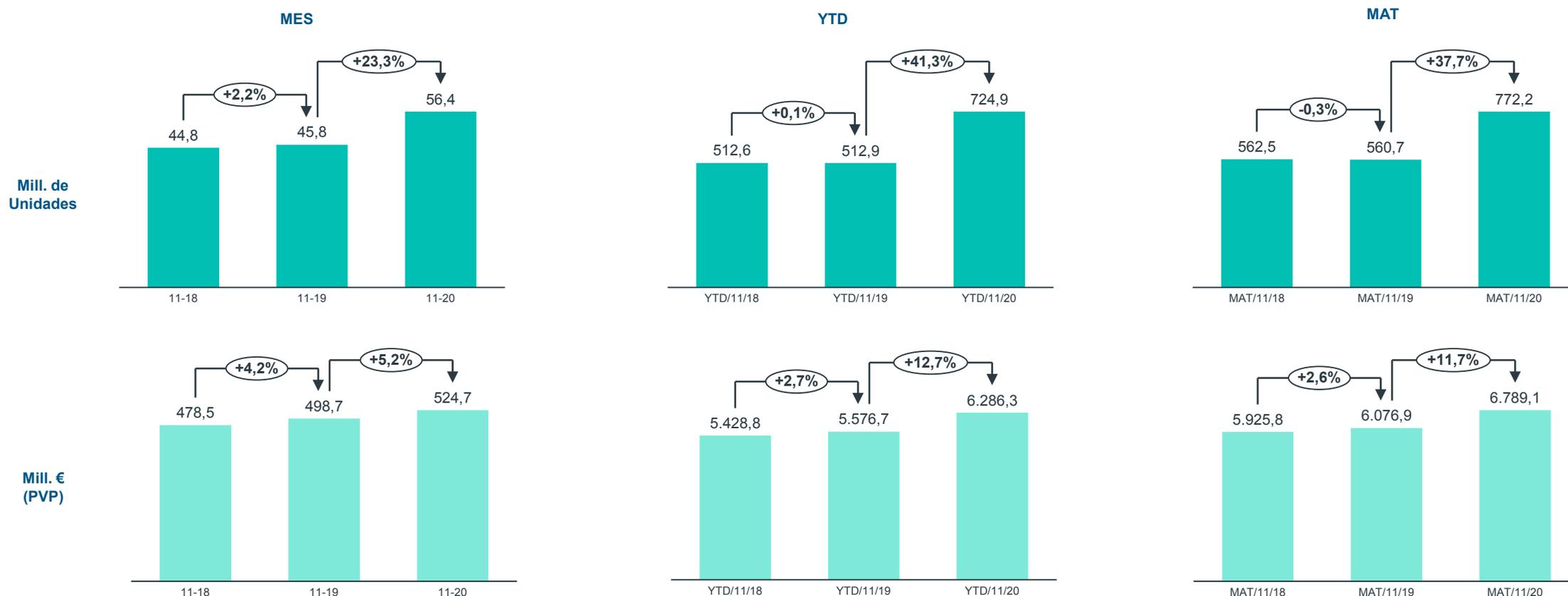
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

En el acumulado de los últimos 12 meses, Consumer Health* crece en volumen (+37,7%) y también en valores (+11,7%)

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

*Incluidos geles hidroalcohólicos, mascarillas y guantes procedentes de fabricantes que no operan en España

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

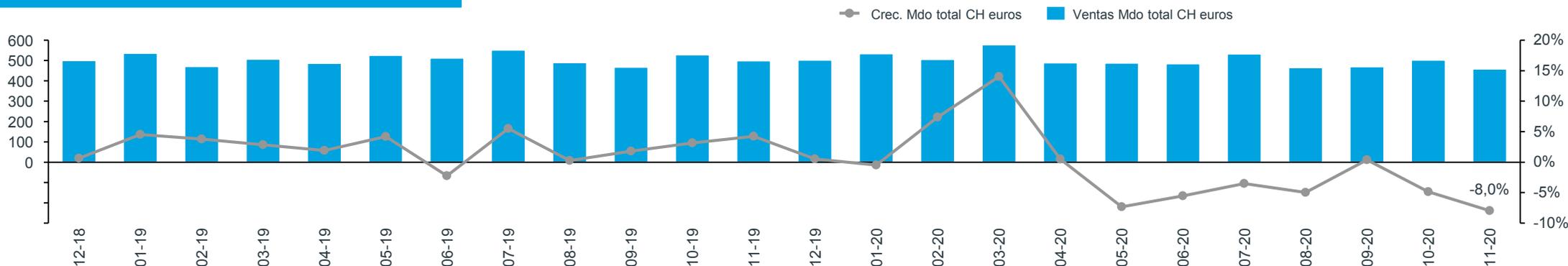
El mercado de Consumer Health decrece en unidades en el mes de noviembre (-13,8%) y también muestra tendencias negativas en valores (-8,0%)

*Excluidos geles hidroalcohólicos, mascarillas y guantes procedentes de fabricantes que no operan en España

Evolución de CONSUMER HEALTH* (M. Unid)



Evolución de CONSUMER HEALTH* (M. € PVP)



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

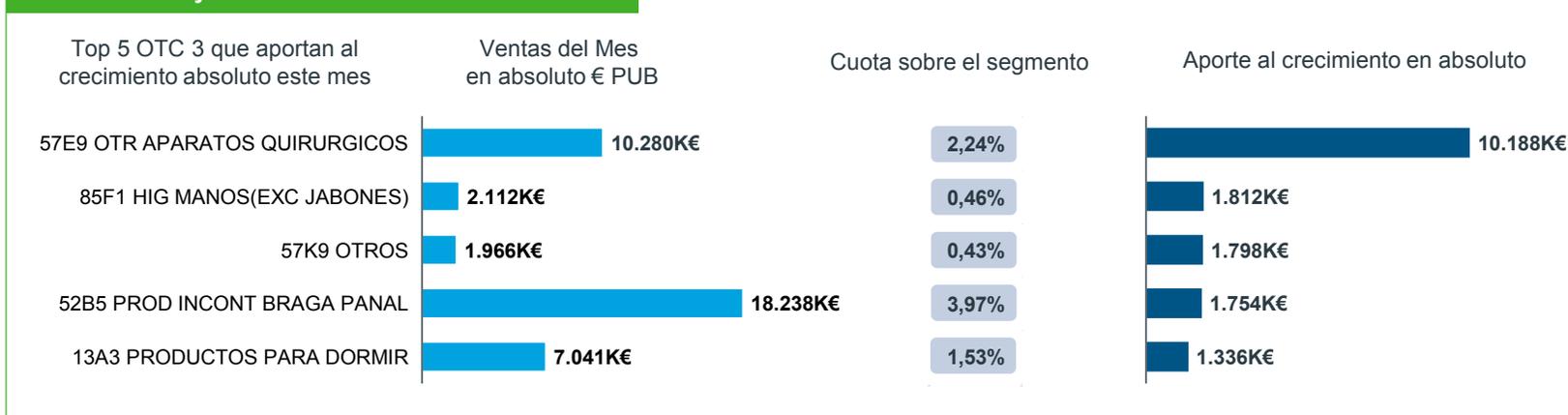
*PPG=Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

En noviembre, 4 de las categorías con mayor aporte al crecimiento están relacionadas con la COVID-19*

Por otro lado, decrecen antigripales y productos para la faringe

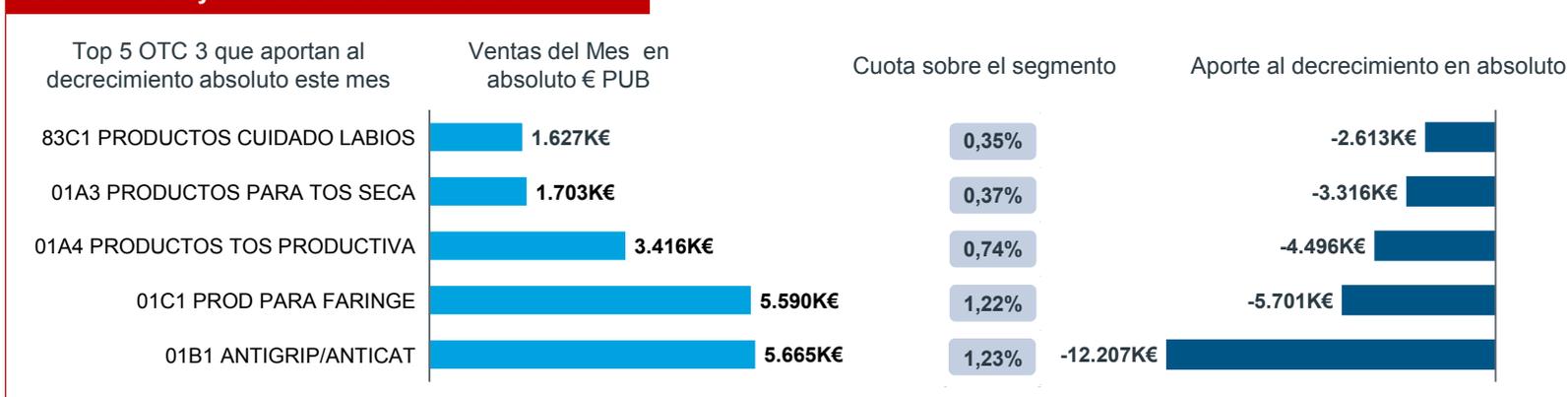
*Excluidos geles hidroalcohólicos, mascarillas y guantes procedentes de fabricantes que no operan en España

Clases con mayor crecimiento este mes



- **Cuatro de las cinco clases con mayor aporte al crecimiento** en el mercado de Consumer Health se relacionan directamente con la **COVID-19**, tanto por medidas de **higiene y prevención** como por medidas contra los efectos que pueda causar la situación actual. Los geles hidroalcohólicos, las mascarillas y los productos para dormir acumulan **más de 15M€**.
- Los productos de incontinencia tipo “braga pañal” aportan **1,8M€** al crecimiento.

Clases con mayor decrecimiento este mes



- Decrecen los **productos para la faringe**, los **antigripales/anticatarrales** y los **productos para la tos** acumulando más de **-25.7M€**, el uso de las mascarillas y el distanciamiento social contribuyen directamente a este comportamiento del mercado.
- Los **productos para el cuidado de labios** decrecen **-2,6M€** en el mes de noviembre.

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

*Semieticos y EFP's dentro del mercado de OTC. Mascarillas incluidas en las clases 57E9 y 57K9.

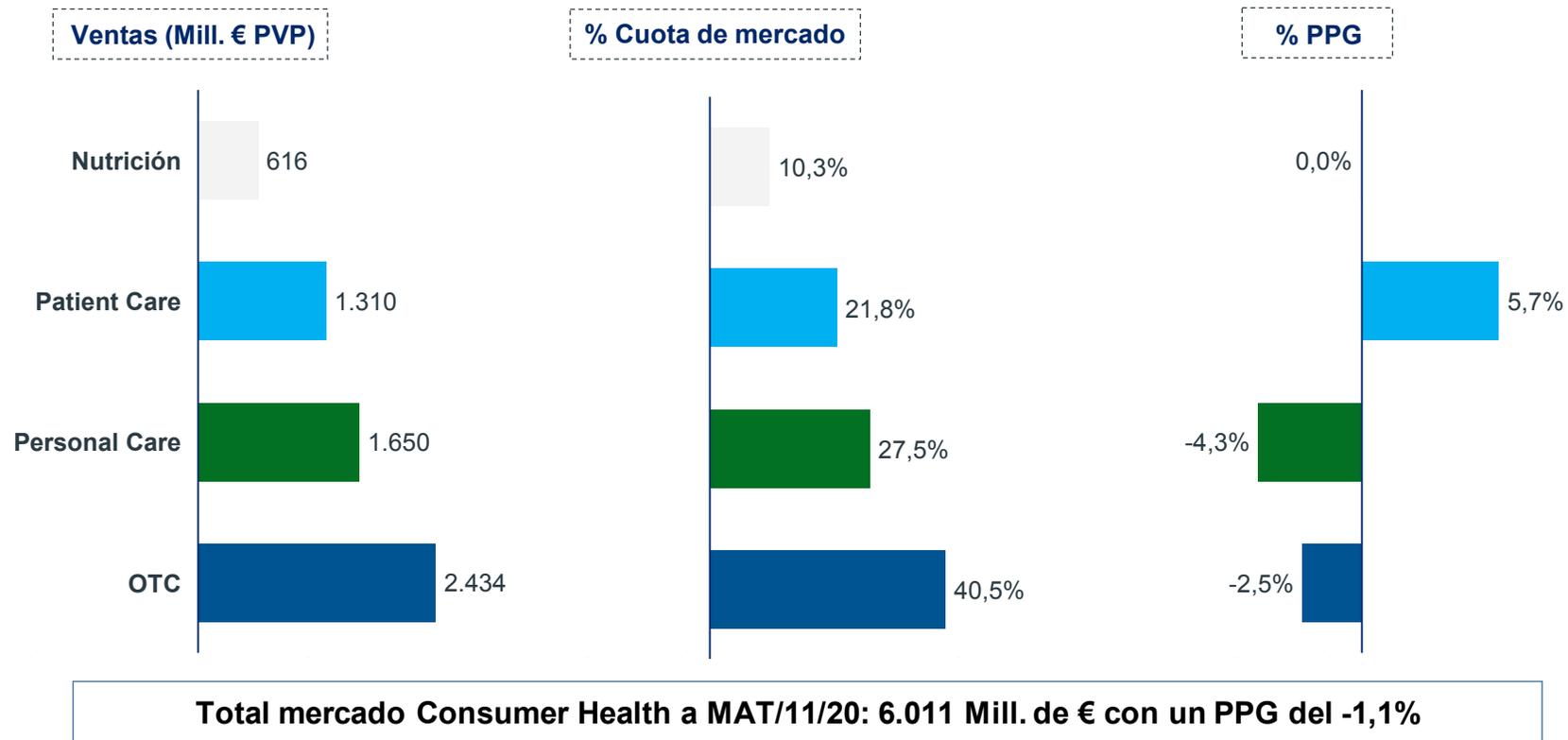
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

El segmento de PAC es el que muestra una evolución más positiva en el acumulado MAT (+5,7%)

PEC y OTC muestran tendencias negativas para el mismo periodo

*Excluidos geles hidroalcohólicos, mascarillas y guantes procedentes de fabricantes que no operan en España

Mercado de Consumer Health (Mill € PVP, MAT 11/2020)



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

*Seméticos y EFP's dentro del mercado de OTC

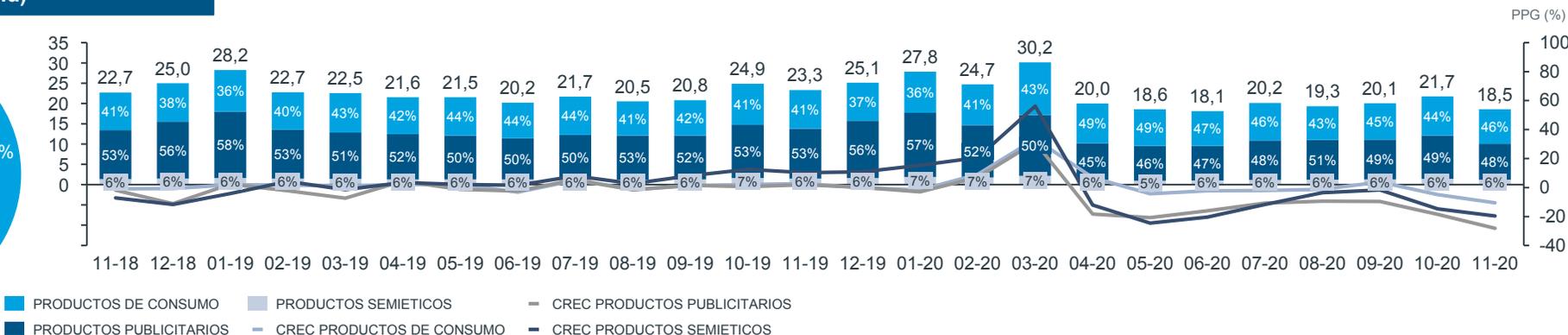
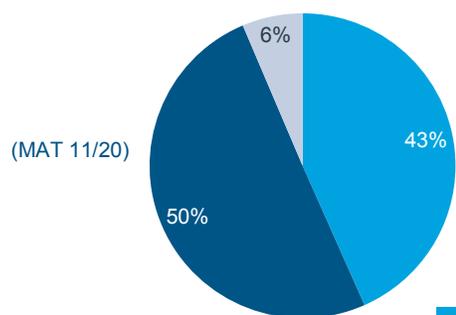
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

*PPG=Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

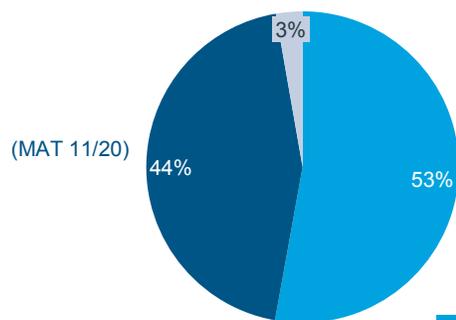
Dentro de OTC, los productos publicitarios presentan un decrecimiento en valores (-27,7%) para el mes de noviembre 2020

Semiéticos, publicitarios y consumo muestran una evolución negativa en valores y unidades durante noviembre

Evolución mercado de OTC (M. Unid)



Evolución mercado de OTC (M. € PVP)



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

*Semiéticos y EFP's dentro del mercado de OTC

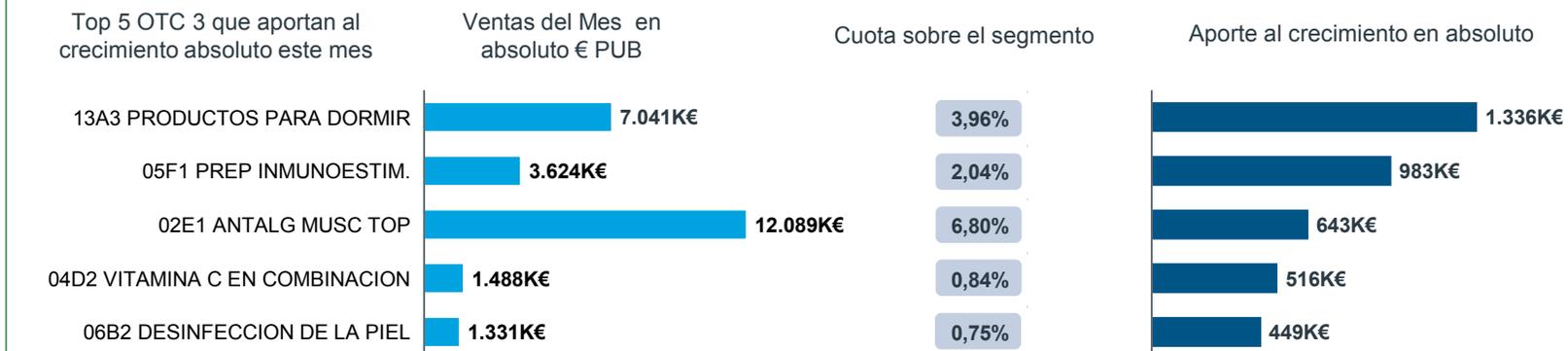
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

*PPG=Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

Los productos para dormir aportan 1,3M€ al crecimiento del segmento OTC este mes de noviembre

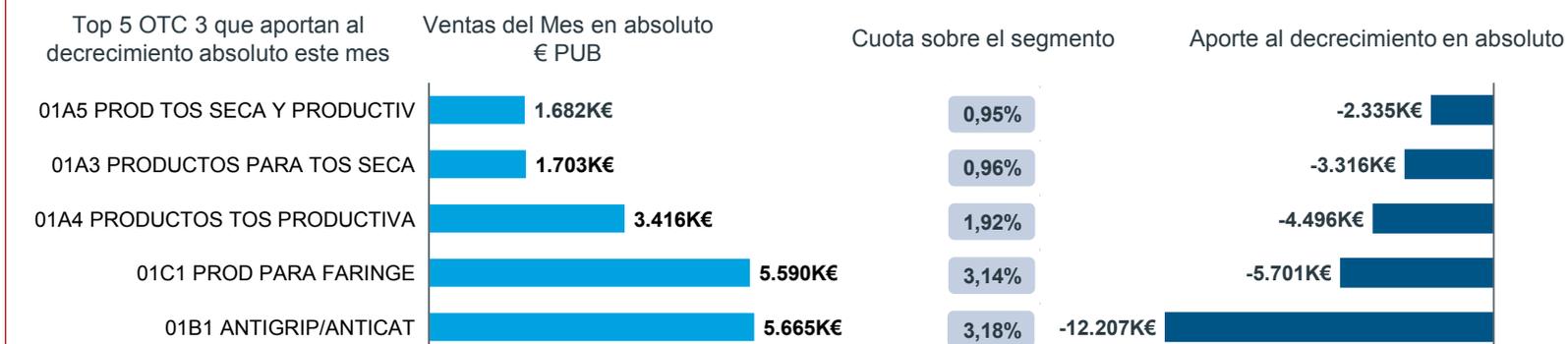
Las 5 OTCs que más decrecen este mes acumulan un decrecimiento de -28,1M€

Clases con mayor crecimiento este mes



- Las top 5 clases con mayor crecimiento en el mes de noviembre acumulan ~4M€.
- La mayoría de estas clases están relacionadas directamente con la **situación excepcional** que estamos viviendo, ya sea para **prevenir** la COVID-19 (inmunoestimulantes, vitamina C y desinfectantes para la piel, +1,9M€) o para **paliar efectos derivados** (productos para dormir, +1,3M€).
- Por otro lado, el aumento de antiinflamatorios musculares puede estar relacionado con el teletrabajo.

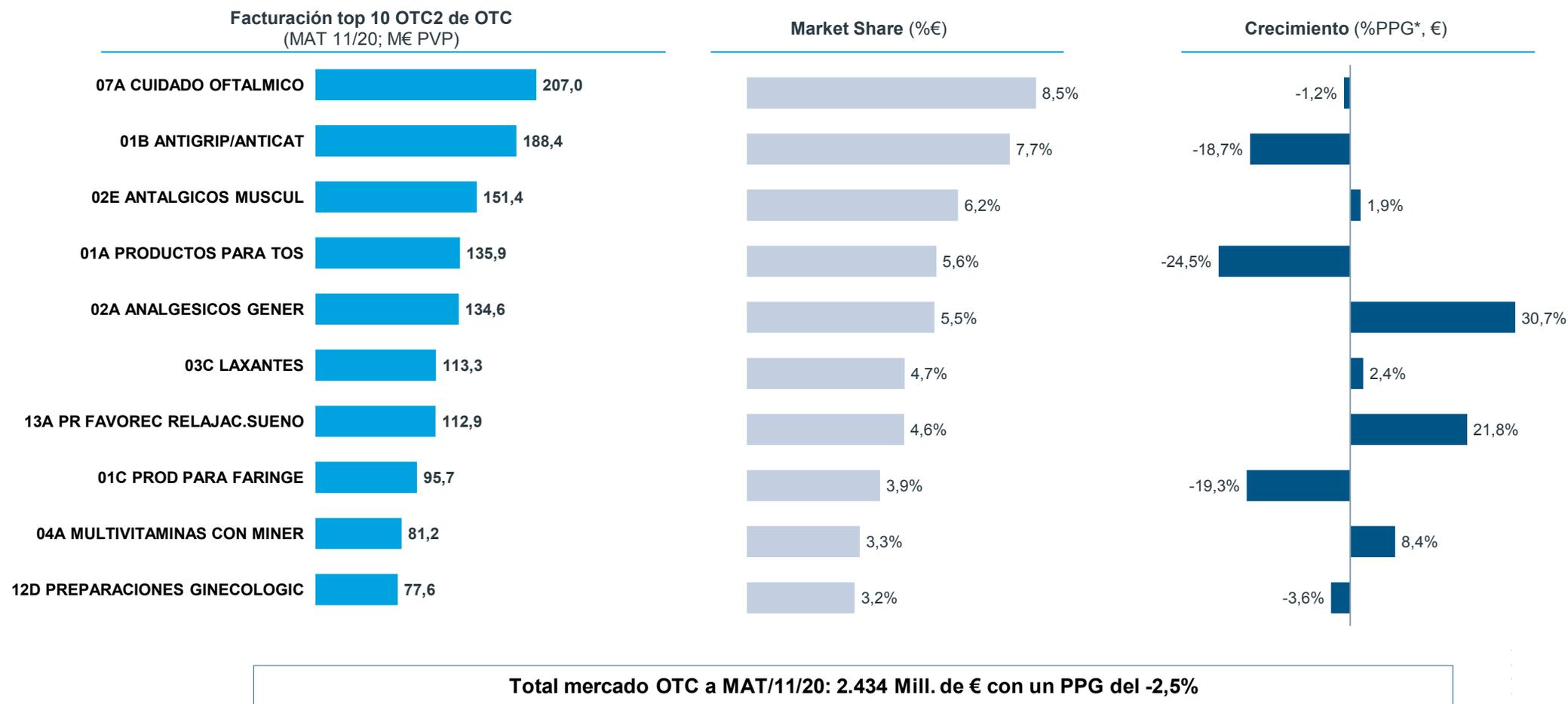
Clases con mayor decrecimiento este mes



- Las cinco clases que más aportan al **decrecimiento** del mercado OTC están **relacionadas con el resfriado** y acumulan **-28,1M€**. En condiciones habituales los resfriados son de alto contagio, sin embargo, el uso de mascarillas y el distanciamiento social favorecen que los contagios disminuyan.

En los últimos 12 meses, 5 de las Top 10 OTC2 evolucionan positivamente en valores

6 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

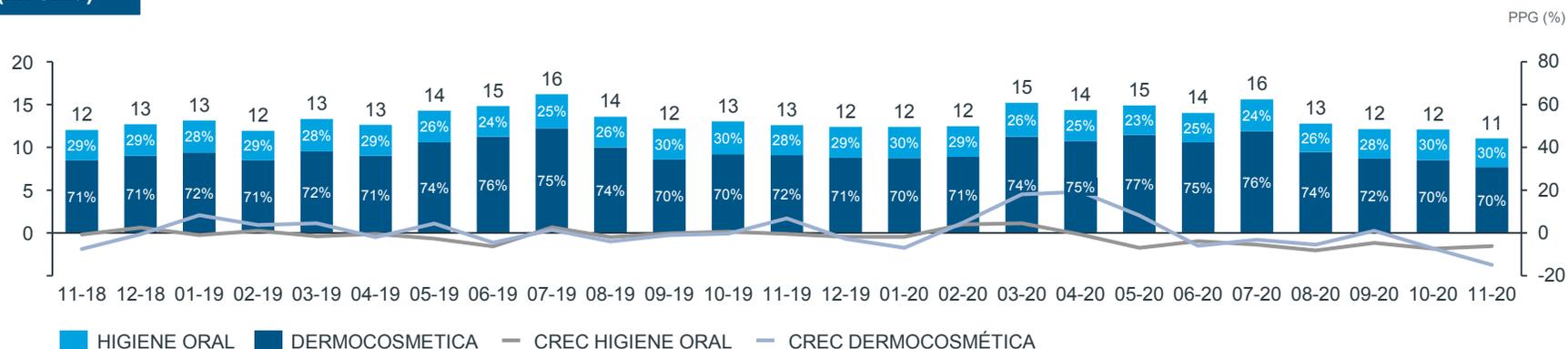
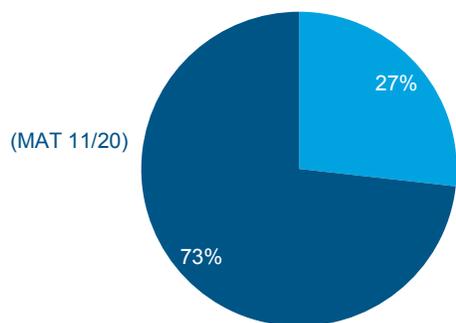
*PPG=Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

Cuidado Personal* muestra una tendencia negativa en unidades (-12,5%) y valores (-10,3%) frente a noviembre 2019

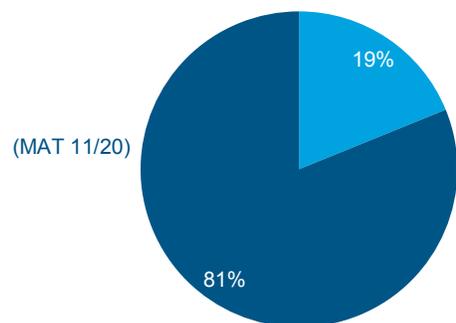
Higiene oral y Dermocosmética muestran decrecimientos en unidades y valores en el mes de noviembre

*Excluidos geles hidroalcohólicos procedentes de fabricantes que no operan en España

Evolución mercado de PERSONAL CARE (M. Unid)



Evolución mercado de PERSONAL CARE (M. € PVP)

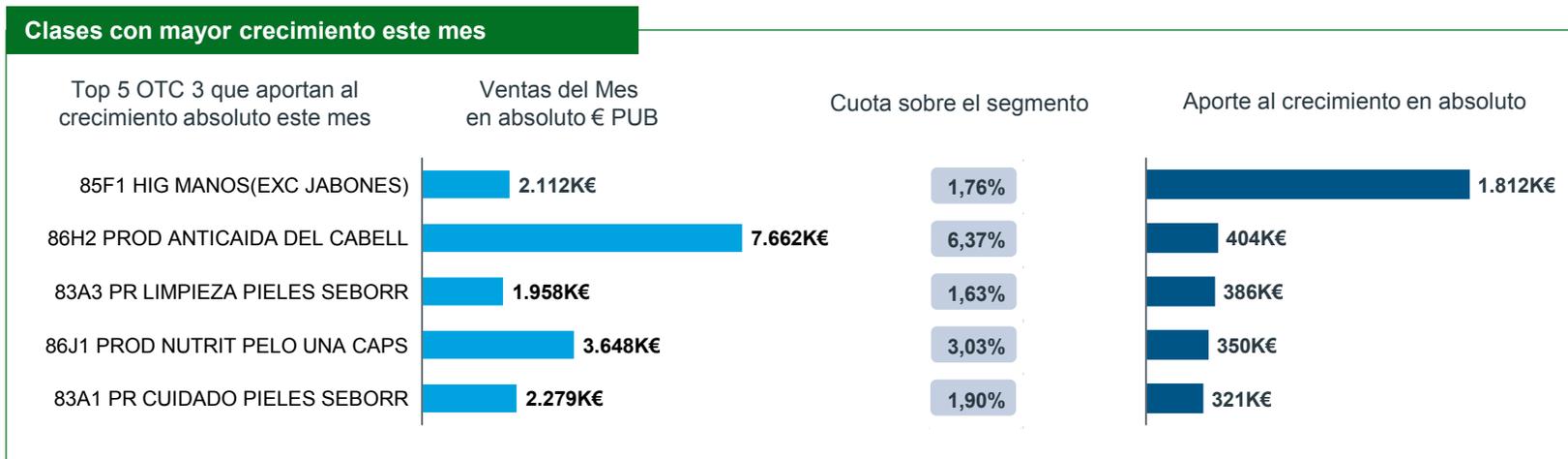


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias
 *PPG=Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

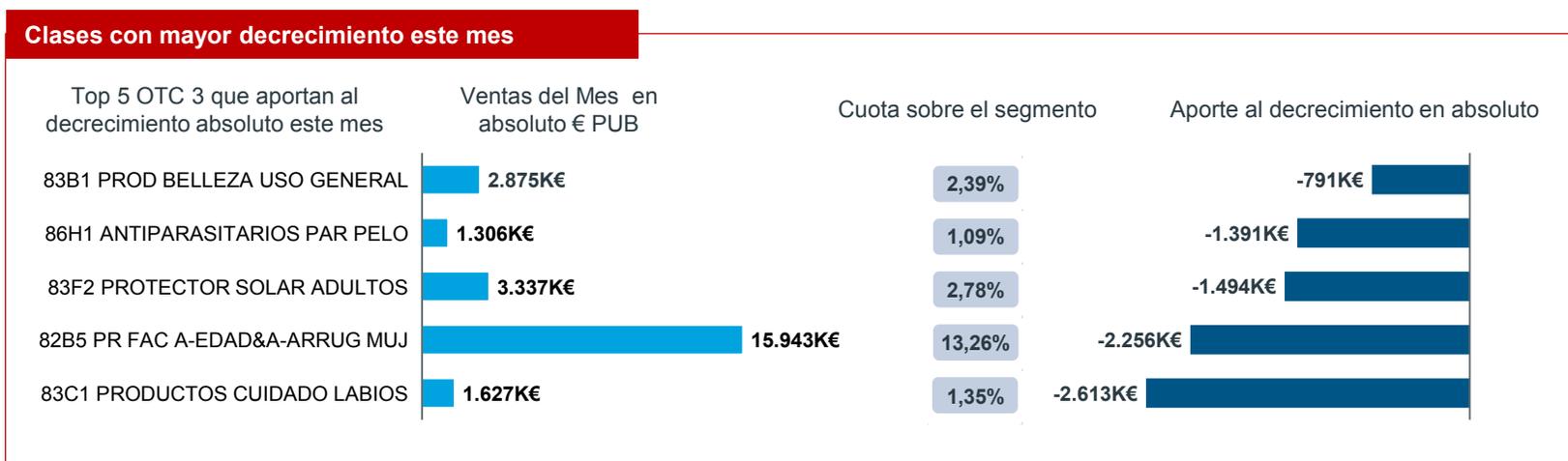
La clase de productos de higiene de manos (excluyendo jabones) aporta 1,8M€ al crecimiento del segmento PEC este mes de noviembre*

La clase que más aporta al decrecimiento es productos para el cuidado de labios

*Excluidos geles hidroalcohólicos procedentes de fabricantes que no operan en España



- La clase con mayor aporte al crecimiento es la de **higiene de manos (excluyendo jabones)**, en la que se incluyen los **geles hidroalcohólicos**, que crece +1,8M€. Este crecimiento viene promovido por las medidas de higiene tomadas para combatir la COVID-19.
- Los **productos anticaída del cabello y productos nutritivos para pelo y uñas** se sitúan en el top 5 de clases con más aporte al crecimiento. Uno de los factores que ha podido aumentar este consumo es el estrés a raíz de la situación actual con sus consecuencias sobre el cabello.

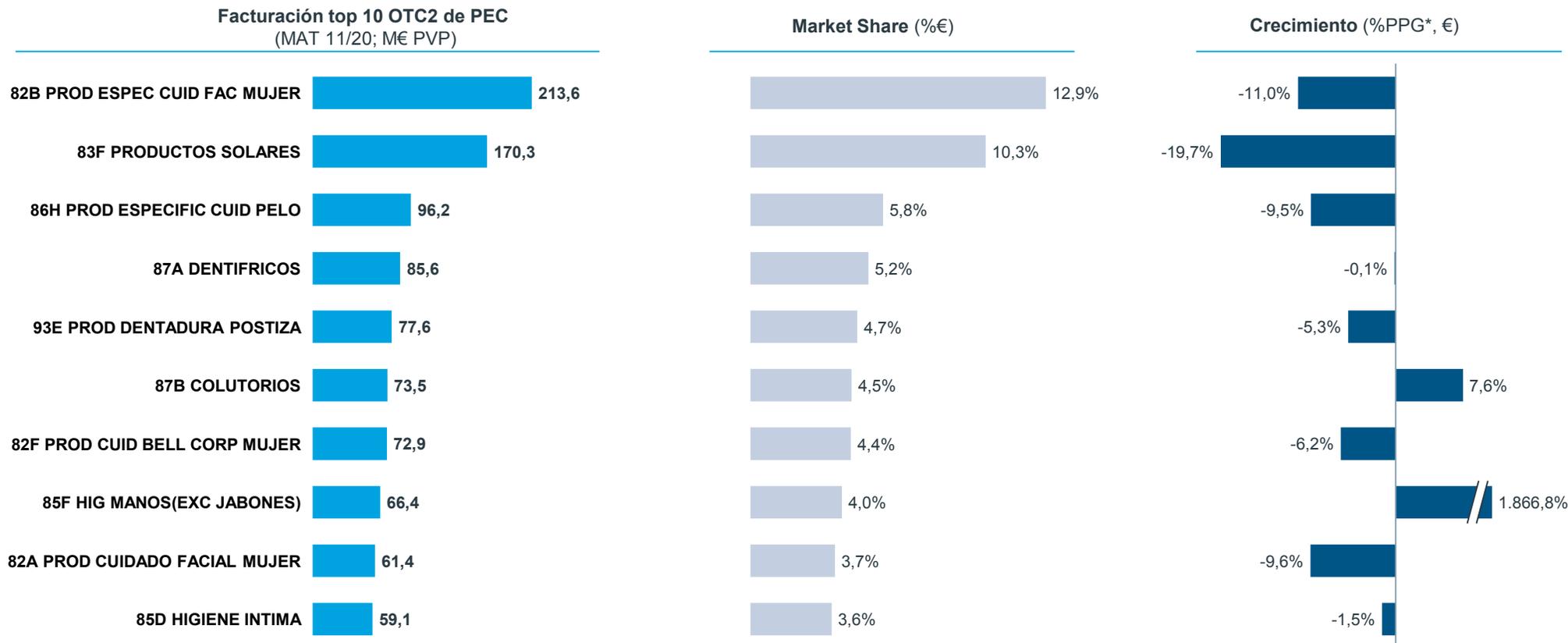


- Los **productos para el cuidado de labios (-2,6M€)** y los **productos faciales anti-edad y anti-arrugas para la mujer (-2,3M€)** son las clases que más decrecen este mes de noviembre.
- Decrecen también los **solares (-1,5M€)**, los **antiparasitarios para el pelo (-1,4M€)** y los **productos de belleza de uso general (-0,8M€)**.

En los 12 últimos meses, 2 del top 10 clases de PEC crecen, siendo los productos de higiene de manos* los de mejor evolución

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

*Excluidos geles hidroalcohólicos procedentes de fabricantes que no operan en España



Total mercado PEC a MAT/11/20: 1.650 Mill. de € con un PPG del -4,3%

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

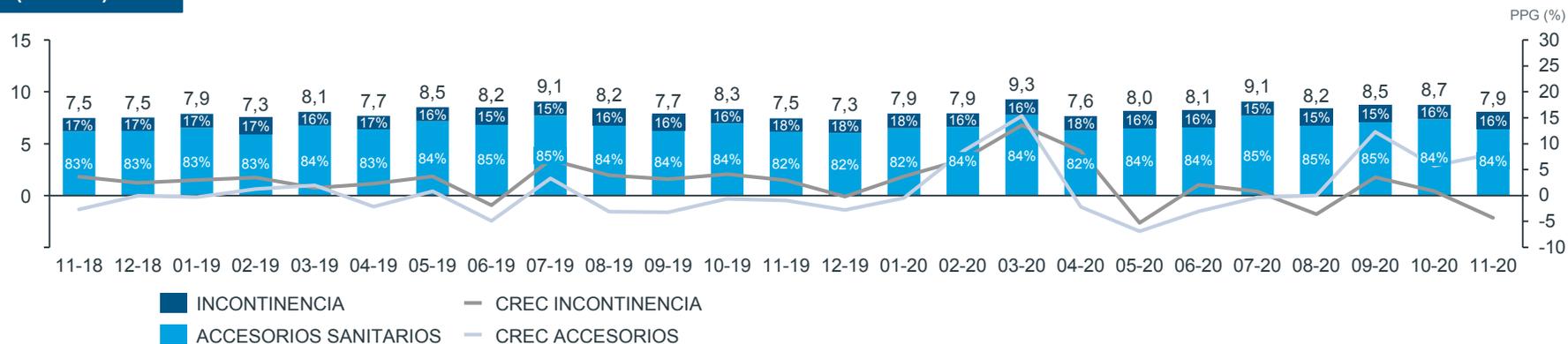
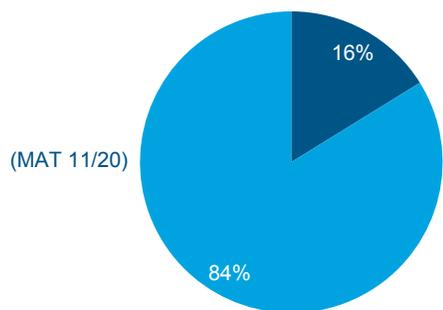
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

*PPG=Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

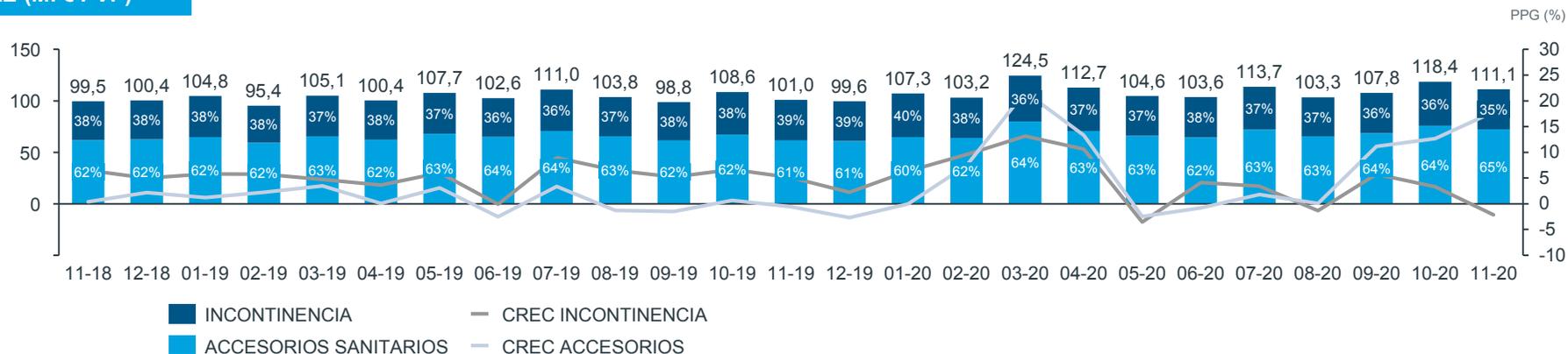
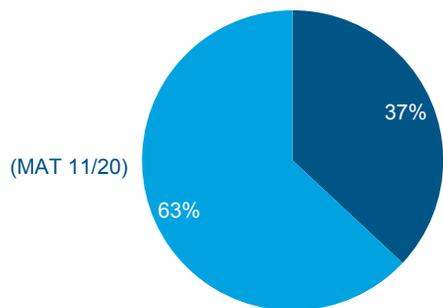
En el acumulado de los últimos 12 meses, los Accesorios Sanitarios suponen el 63% del mercado de PAC en valores

*Excluidos mascarillas y guantes procedentes de fabricantes que no operan en España

Evolución mercado de PATIENT CARE (M. Unid)



Evolución mercado de PATIENT CARE (M. € PVP)

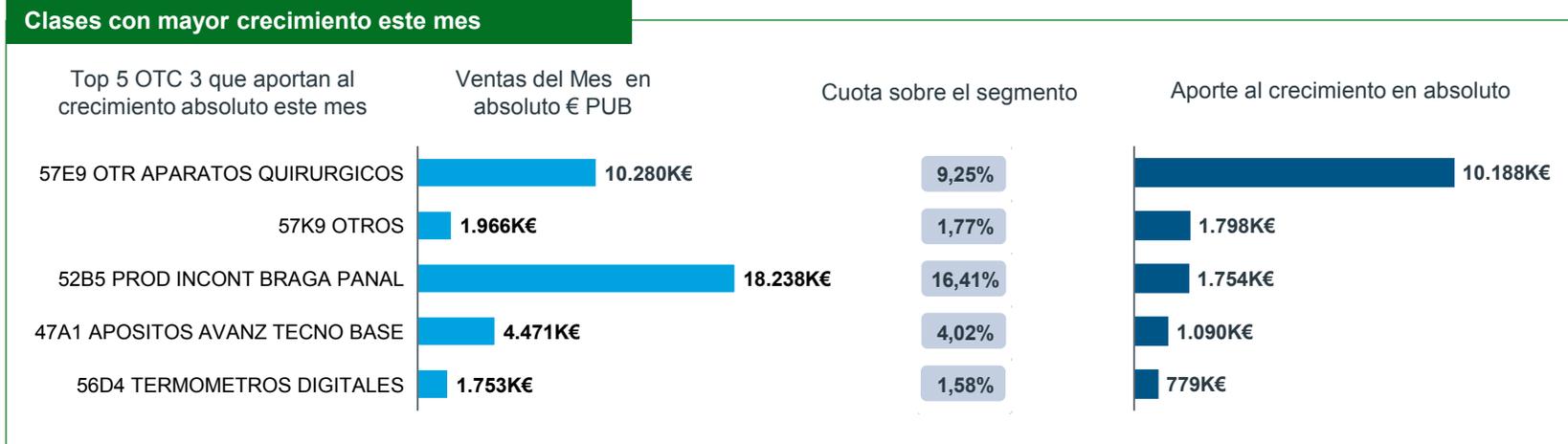


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias
 *PPG=Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

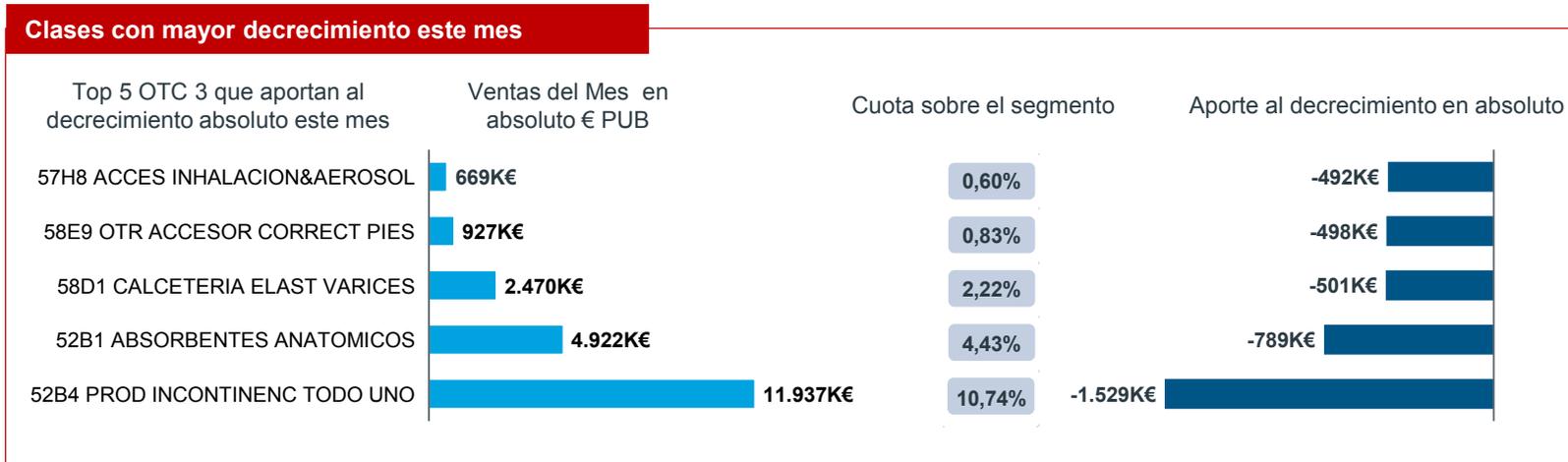
En el mes de noviembre, las mascarillas (clases 57E9 y 57K9) son las clases con mayor aporte al crecimiento del segmento PAC*

Los productos de incontinencia todo en uno decrecen cerca de 1,5M€

*Excluidos mascarillas y guantes procedentes de fabricantes que no operan en España



- Destaca el crecimiento de **mascarillas*** ~12M€.
- Como viene siendo habitual en los últimos meses, **Braga Pañal sigue creciendo** ~1,8M€, tratándose de una clase **financiada**.
- Observamos también **crecimientos en apósitos** (+1,1M€) y **termómetros digitales** (+0,8M€).

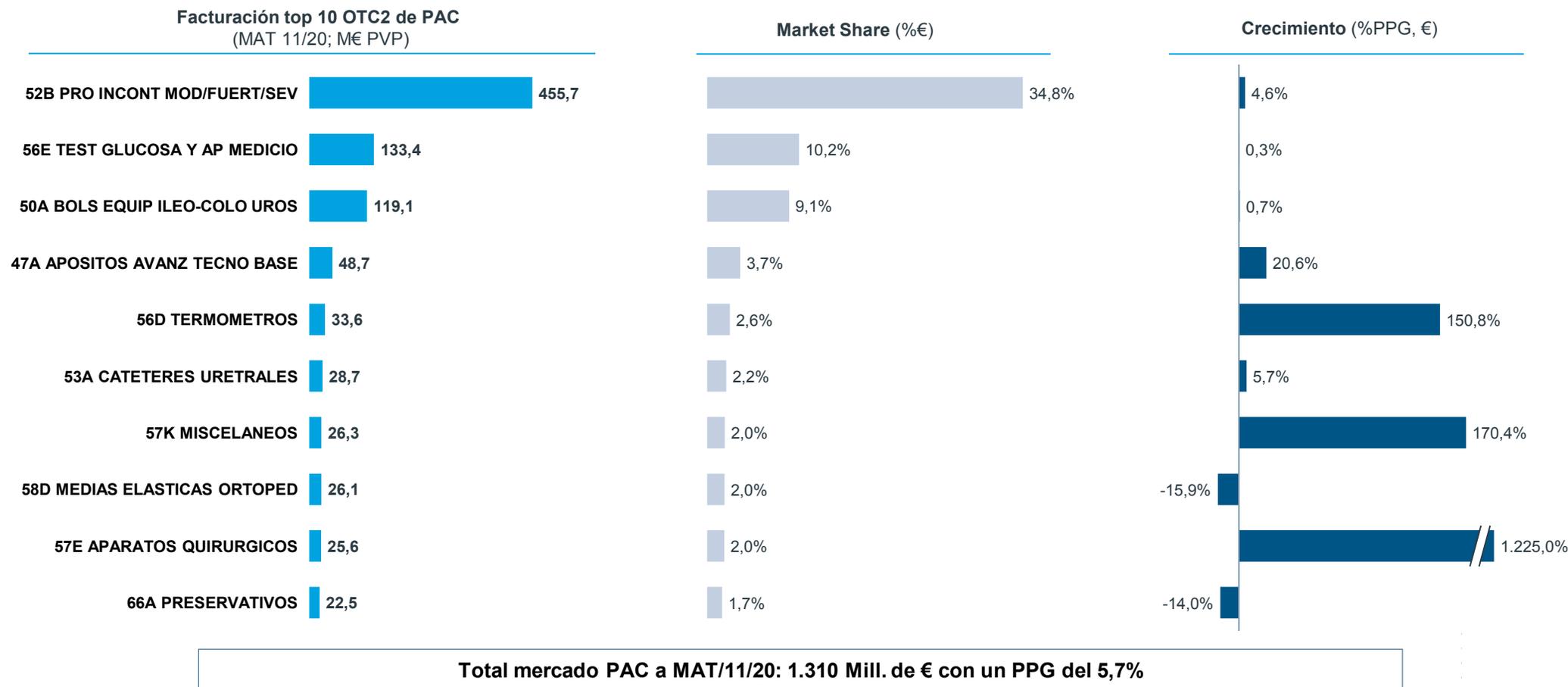


- Las categorías con más aporte al decrecimiento acumulan ~-3,8M€.
- La clase de productos **de incontinencia todo en uno** es la que presenta un mayor aporte al decrecimiento, decreciendo -1,5M€. Esto se relaciona directamente con el crecimiento de la braga pañal a raíz de su incorporación a la financiación.

Los productos para incontinencia son la OTC2 con mayor cuota de mercado dentro de PAC* (34,8%) y presentan un crecimiento positivo en el último MAT

Destacan por su crecimiento en el acumulado las mascarillas (clase 57K y 57E) y los termómetros

*Excluidos mascarillas y guantes procedentes de fabricantes que no operan en España



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

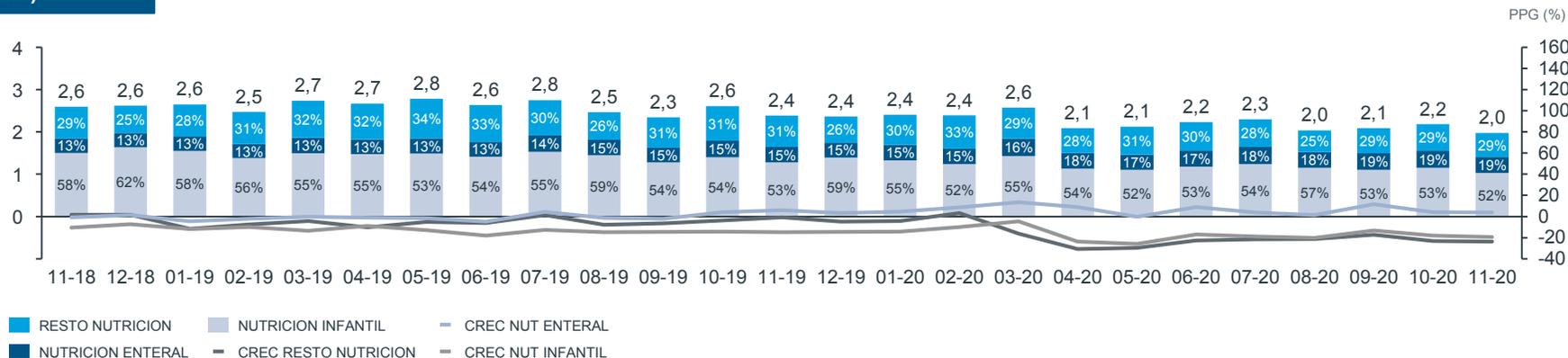
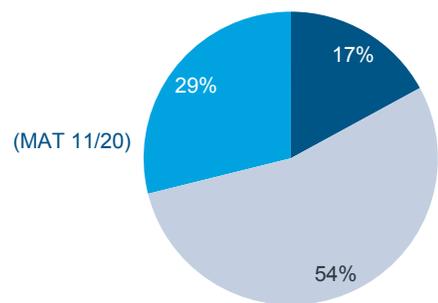
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

*PPG=Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

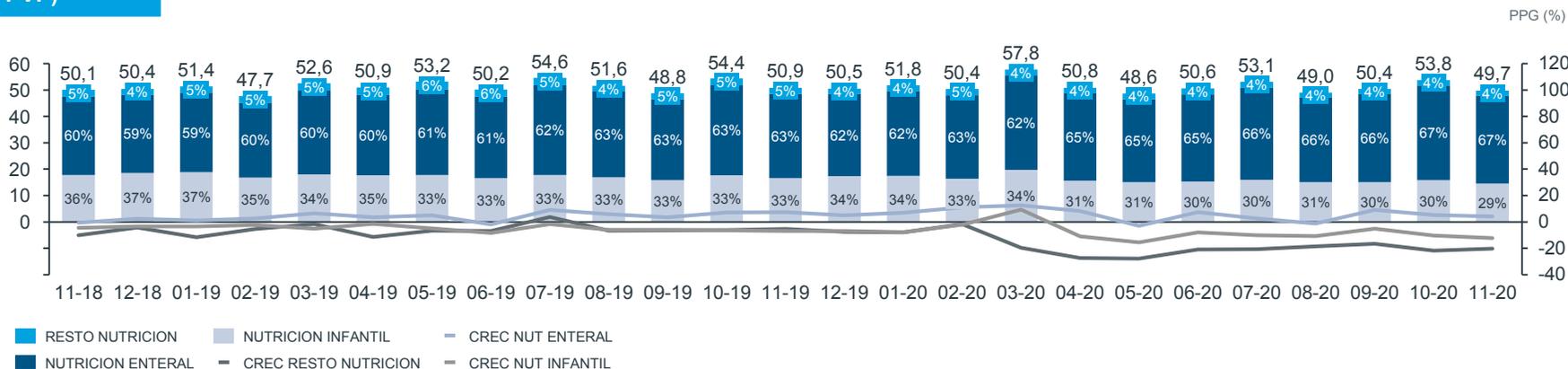
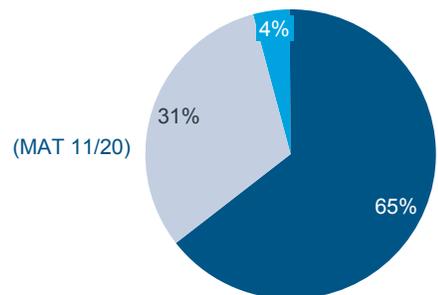
El mercado de nutrición en el último MAT se mantiene gracias al crecimiento de NUT enteral que compensa la caída de NUT infantil y resto de nutrición

En noviembre 2020, todos los subsegmentos decrecen excepto Nutrición enteral

Evolución mercado de NUTRICIÓN (M. Unid)



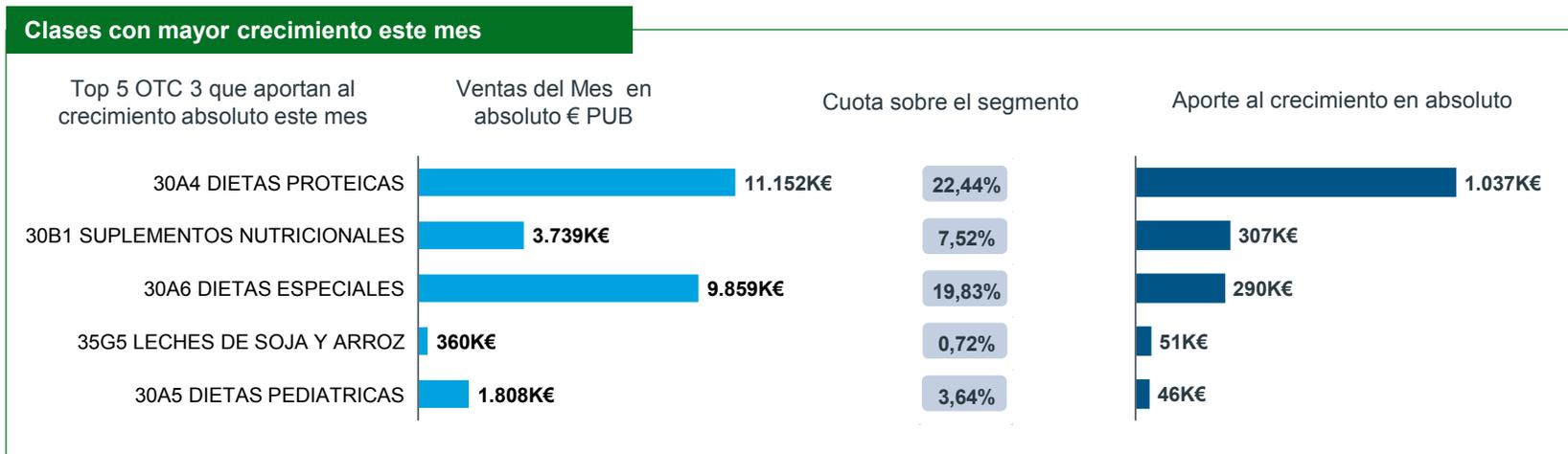
Evolución mercado de NUTRICIÓN (M. € PVP)



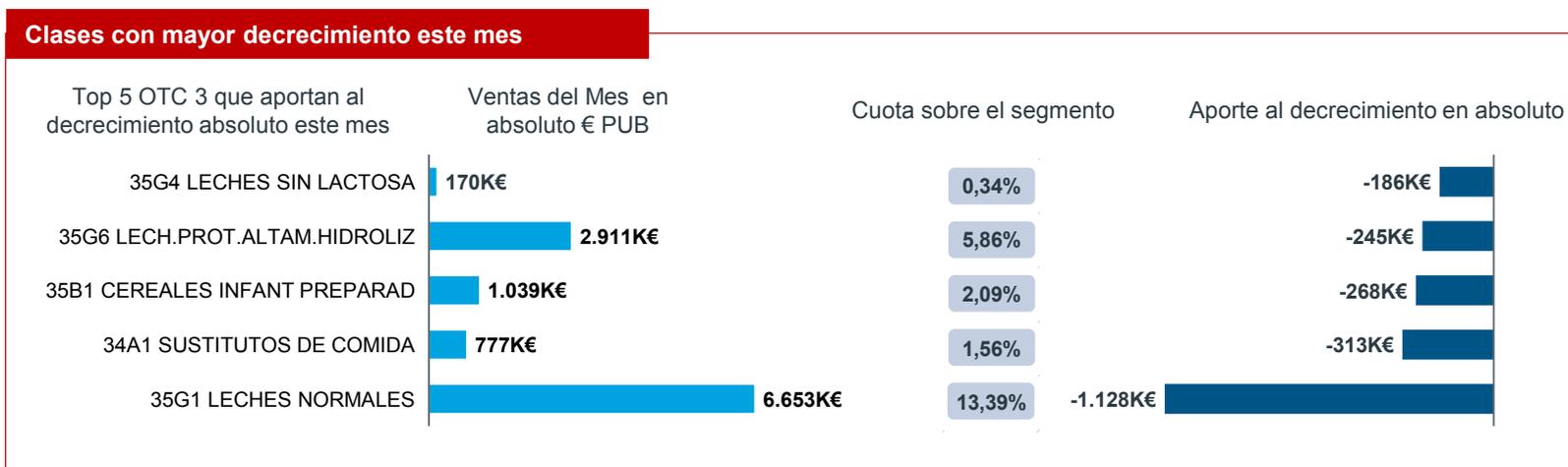
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias
 *PPG=Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

En noviembre, las clases con mayor aporte al crecimiento son las de dietas proteicas y suplementos nutricionales

Decrecen las leches normales, sustitutos de comida, así como los cereales infantiles preparados



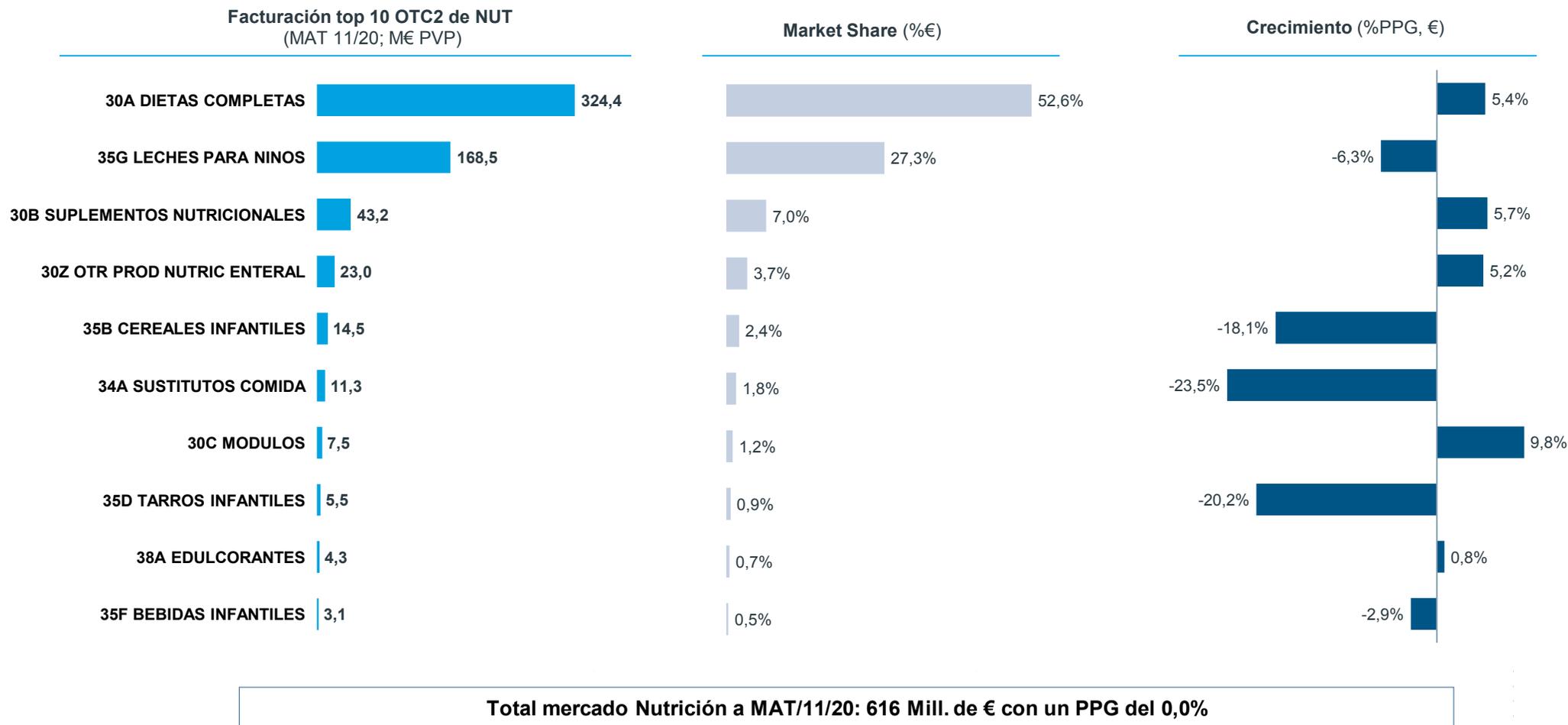
- Este mes, la clase que más aporta al crecimiento del segmento NUT es la clase de **dietas proteicas (+1M€)**, seguida de suplementos nutricionales y dietas especiales.



- La clase de **leches normales** es la clase que aporta más al decrecimiento en el mes de noviembre, siguiendo la tendencia de los 6 meses anteriores. Se trata de un mercado muy concentrado, en el que los top 5 laboratorios concentran ~90%.

En el segmento de nutrición, la categoría de módulos es la que más crece (+9,8%, +0,7M €)

Para los últimos 12 meses, Dietas Completas es la clase con mayor cuota (52,6%) con un crecimiento 5,4%



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

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

*PPG=Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

Evolución del Mercado de la farmacia Española

Actualización datos de noviembre 2020

Diciembre 2020