

IMS Health & Quintiles are now



Evolución del Mercado de la farmacia Española

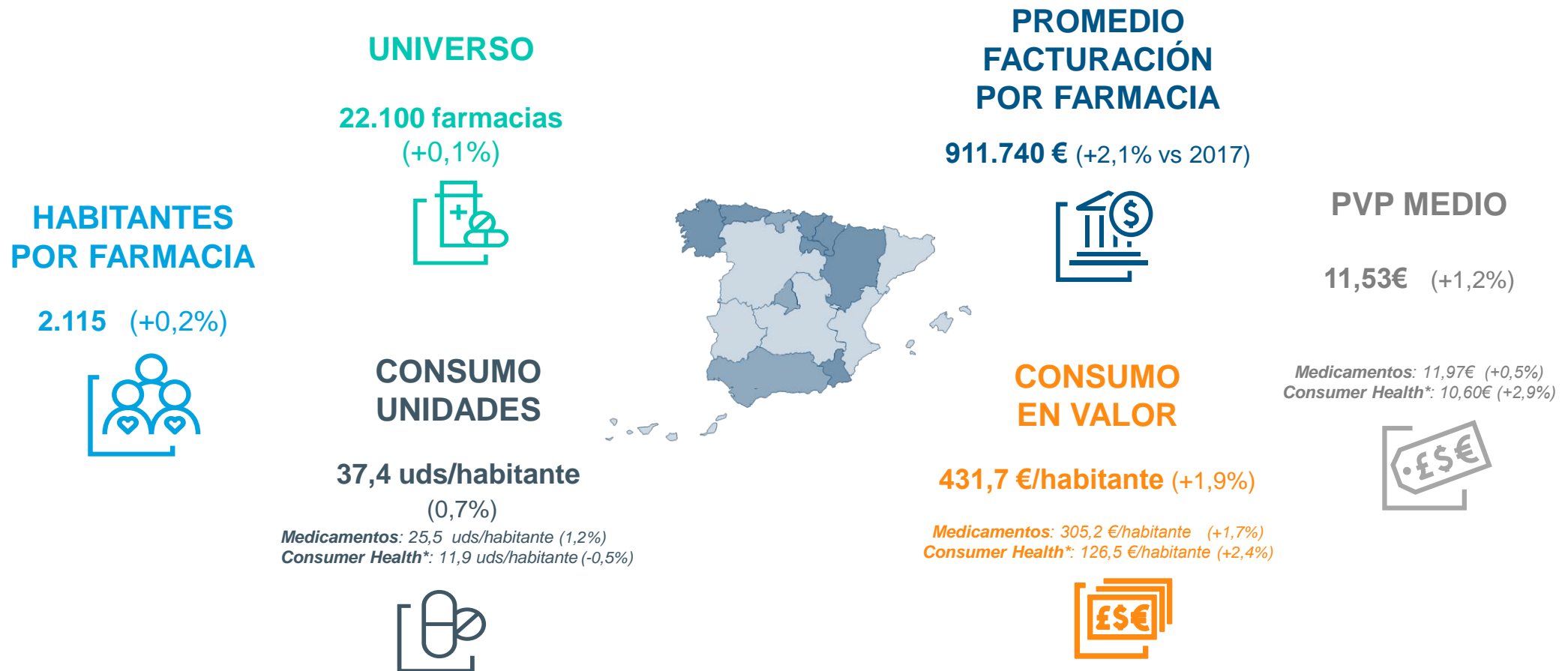
Actualización datos de noviembre 2019

Diciembre 2019

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
 - + Impacto de las subastas en Andalucía

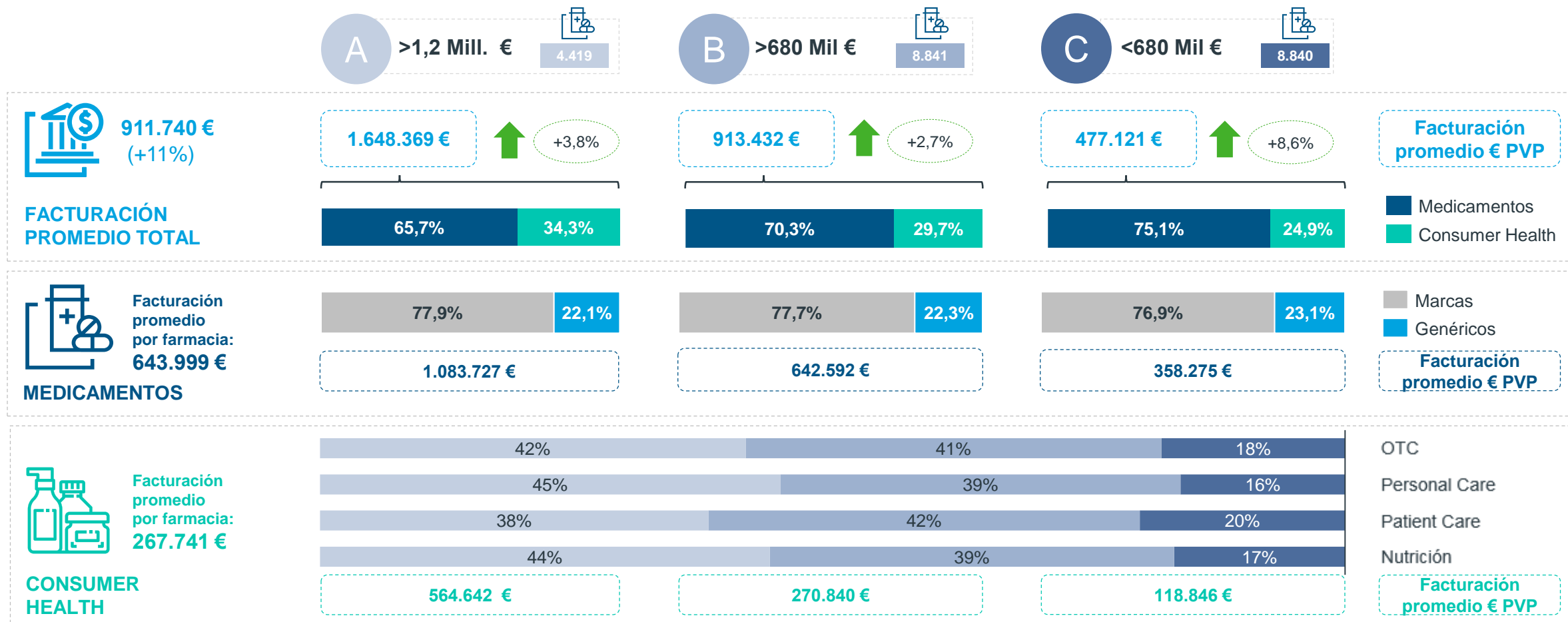
España cuenta con 22.100 farmacias, las cuales facturan de promedio 911K€ con un PVP medio de 11,53€



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

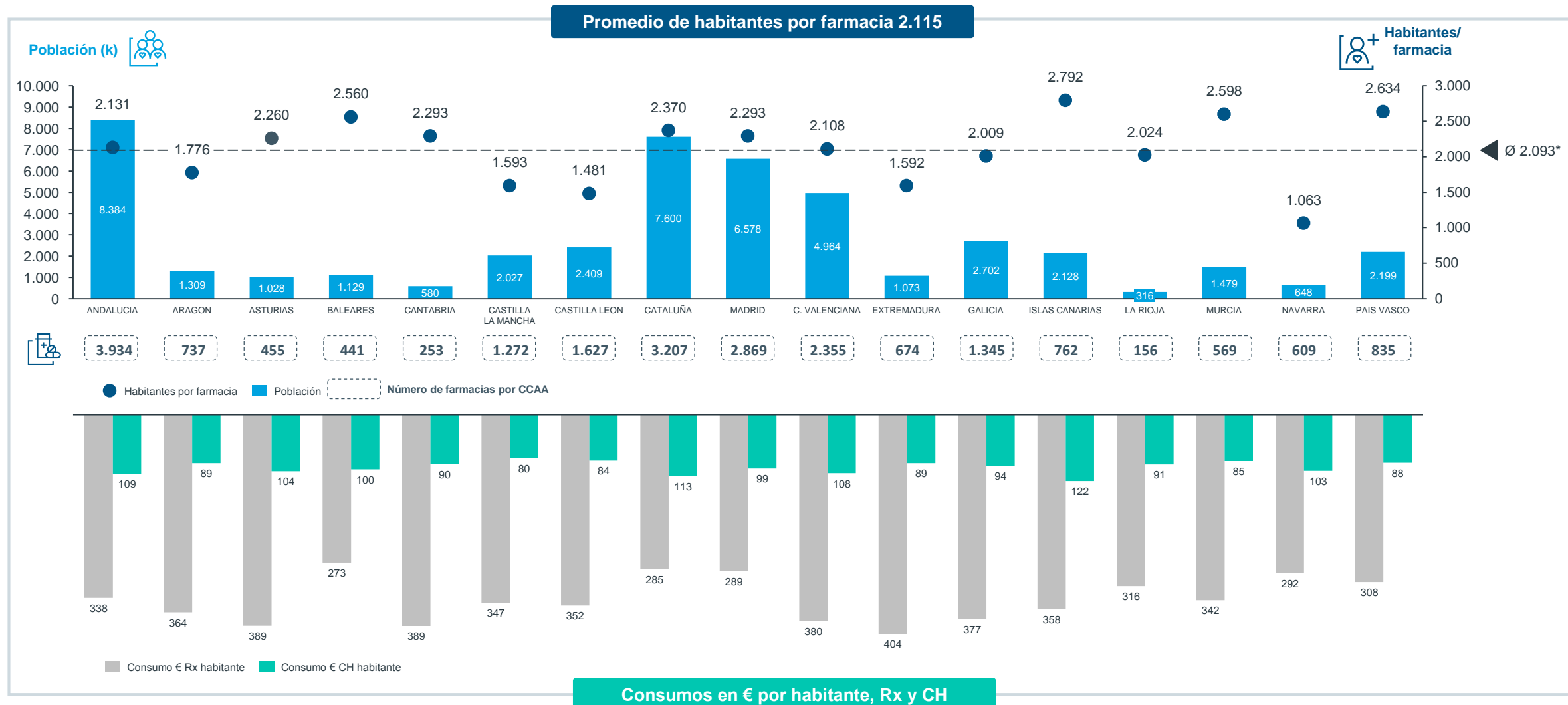
La facturación promedio de una farmacia ha crecido un 11% en los últimos 4 años, el 30% de esta facturación la realizan productos de Consumer Health

La facturación del mercado de medicamentos desciende en las farmacias de alto potencial y se mantiene en las de bajo potencial en la comparativa de los últimos 4 años



Evolución del mercado de la farmacia española (€ PVP)
 *Semieticos y EFP's dentro del mercado de CH
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias
 *% PPG: Crecimiento entre los años 2014 y 2018

Navarra es la CCAA con menos habitantes por farmacia (1.063) mientras que Canarias agrupa el mayor número de habitantes por farmacia (2.792)



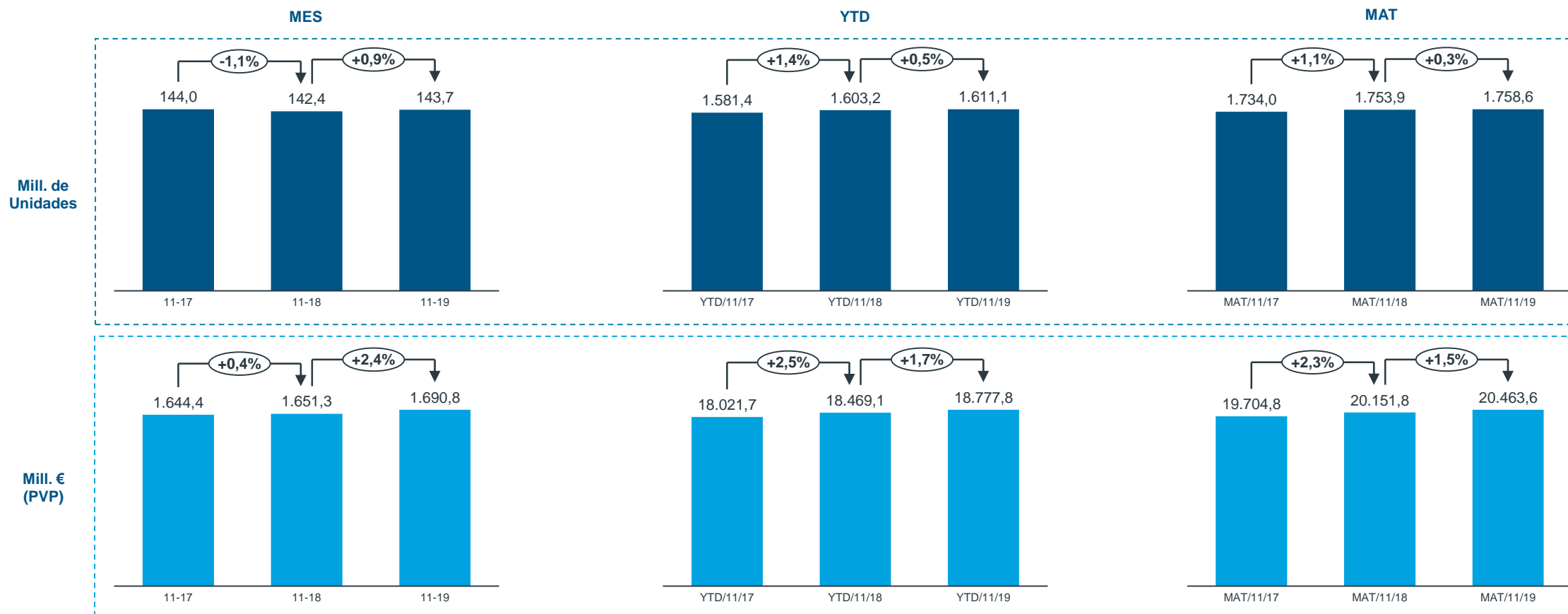
Fuente: datos 2018, los datos de promedio de habitantes por farmacia incluyen Ceuta y Melilla
 *El promedio no incluye Ceuta ni Melilla

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
 - + Impacto de las subastas en Andalucía

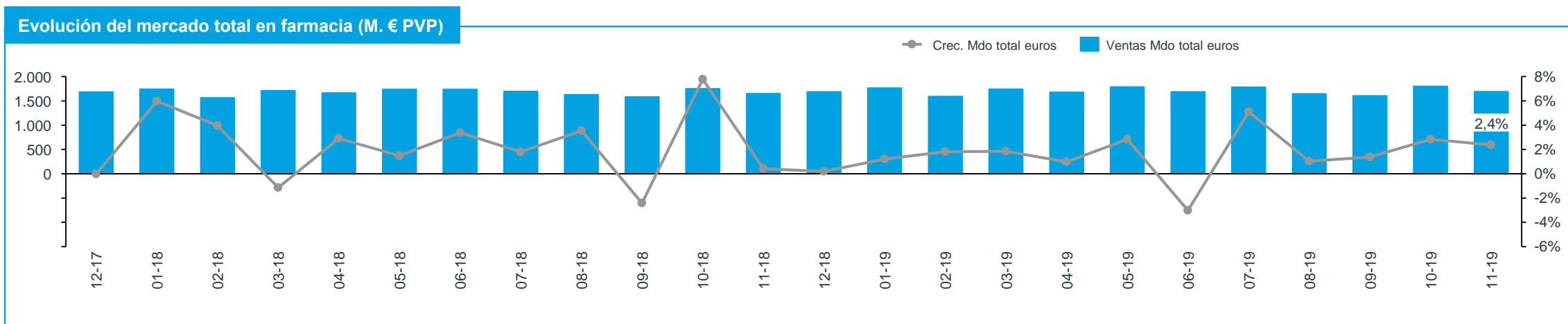
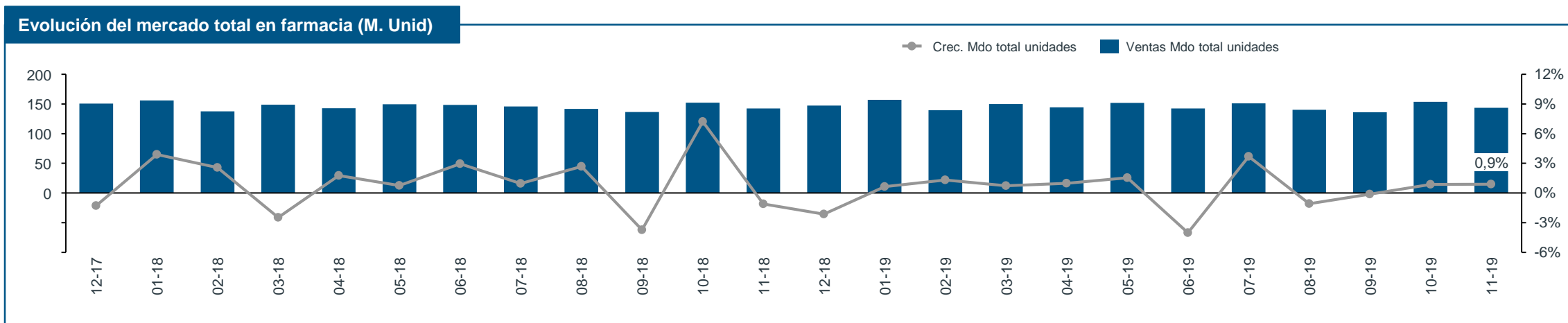
El mercado farmacéutico presenta un crecimiento del +1,5% en valores y del +0,3% en unidades en el acumulado de los últimos 12 meses

Total mercado farmacéutico



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

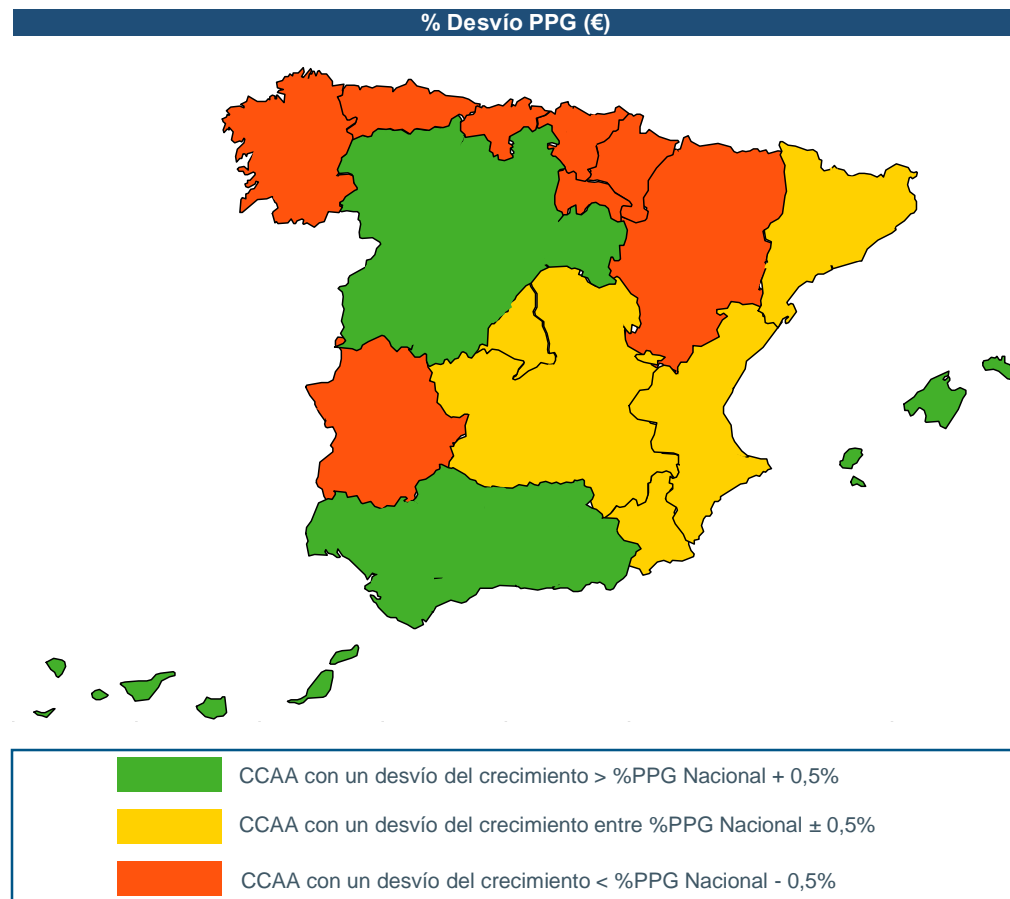
En noviembre, el mercado crece tanto en unidades (+0,9%) como en valores (+2,4%) vs el noviembre 2018



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

8 de las 17 Comunidades Autónomas tienen un crecimiento superior al crecimiento nacional

Baleares es la CCAA con mayor crecimiento en el último MAT, siendo Andalucía la que más aporta al crecimiento



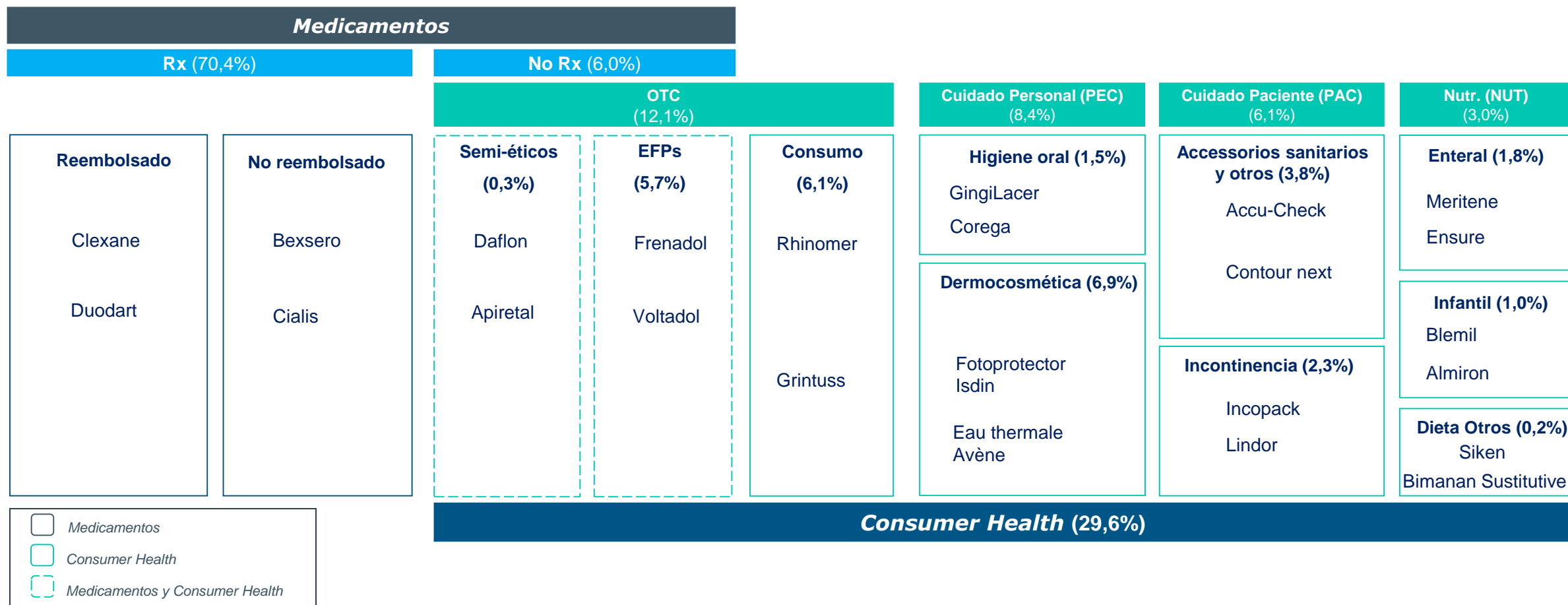
MAT/11/2019	TOTAL MERCADO	
	Crecimiento (%PPG, €)	Aportación al Crecimiento (% , €)
BALEARES	3,3%	4,4%
ISLAS CANARIAS	3,2%	10,6%
CASTILLA LEON	2,4%	8,0%
ANDALUCIA	2,3%	27,6%
CASTILLA LA MANCHA	1,9%	5,4%
MURCIA	1,9%	3,8%
COMUNIDAD VALENCIANA	1,8%	14,0%
CATALUÑA	1,6%	15,3%
MADRID	1,4%	11,7%
EXTREMADURA	1,0%	1,7%
CANTABRIA	0,5%	0,5%
ARAGON	0,4%	0,8%
ASTURIAS	0,2%	0,4%
GALICIA	0,2%	0,7%
LA RIOJA	-1,0%	-0,4%
NAVARRA	-1,2%	-1,0%
PAIS VASCO	-1,2%	-3,5%
TOTAL NACIONAL	1,5%	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
- + Anexo
 - + Impacto de las subastas en Andalucía

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



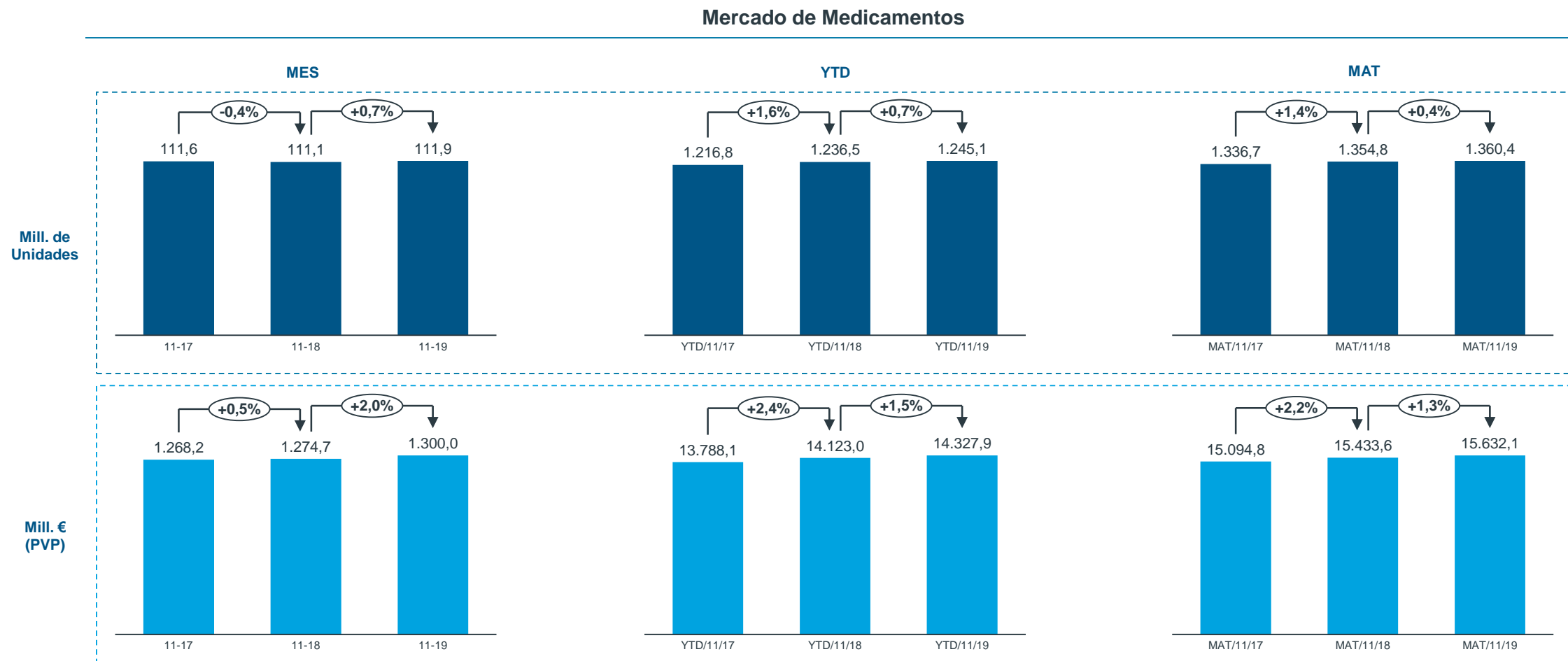
Los % se refieren al peso en valor de cada segmento a MAT 09/2019 sobre el mercado farmacéutico total
 Los imágenes se refieren a los Top 2 productos de cada subcategoría en Valor a MAT 09/2019
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

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
 - + Impacto de las subastas en Andalucía

El mercado de medicamentos muestra una evolución positiva en el último mes, YTD y MAT

Los periodos acumulados muestran crecimientos más ralentizados que el año pasado

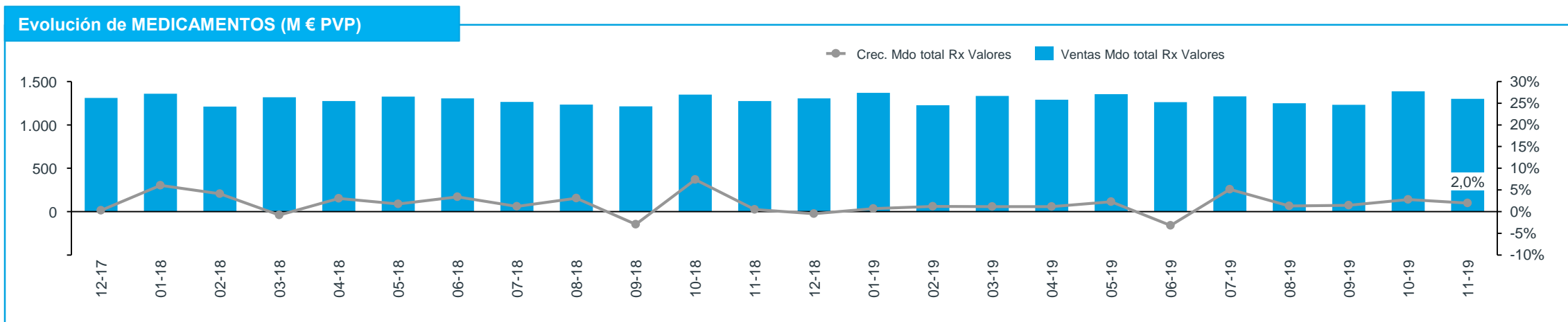
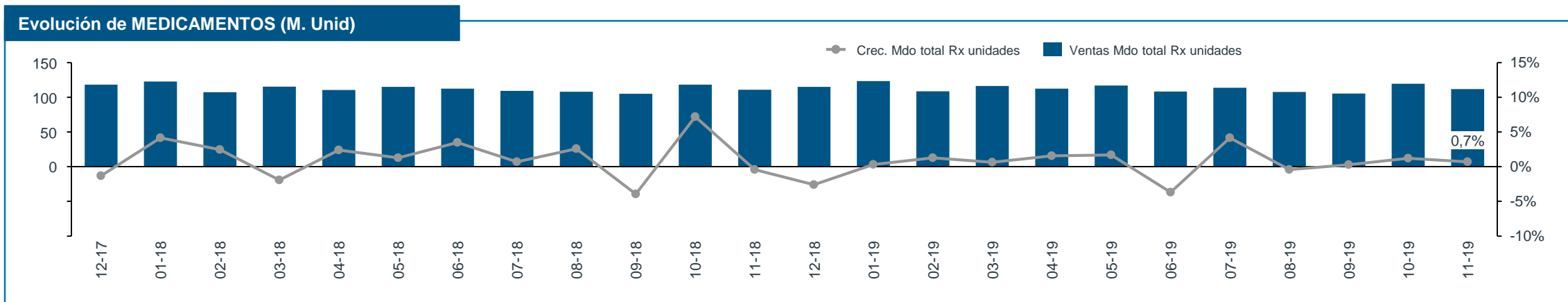


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

*Semieticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

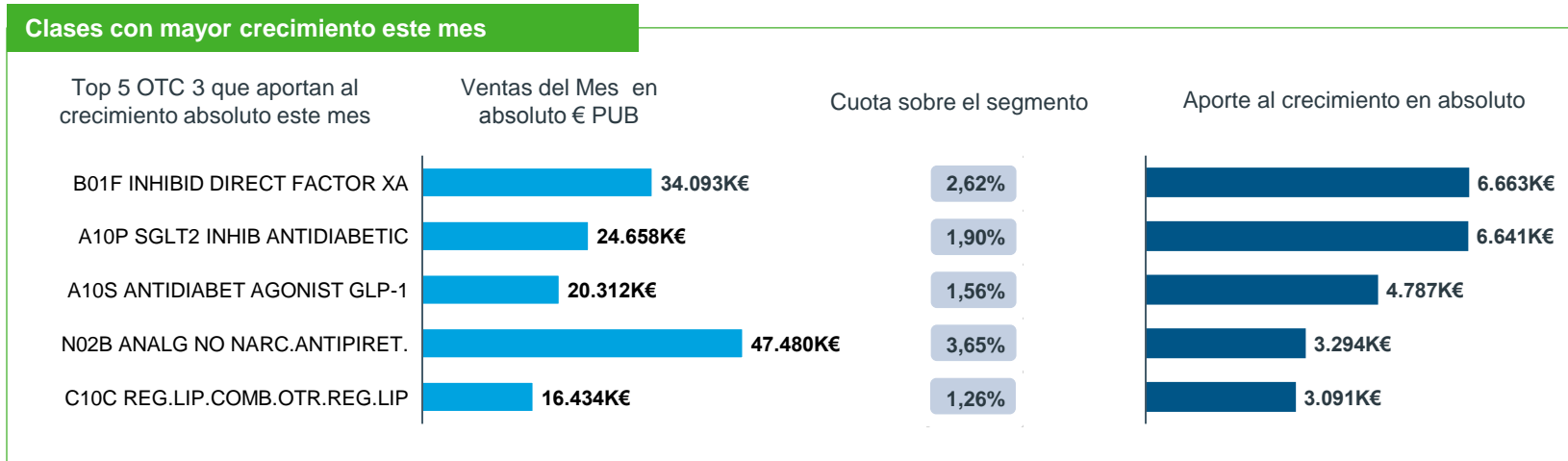
En el mes de noviembre el mercado crece tanto en valores (+2,0%) como en unidades (+0,7%) vs el mismo periodo del año anterior



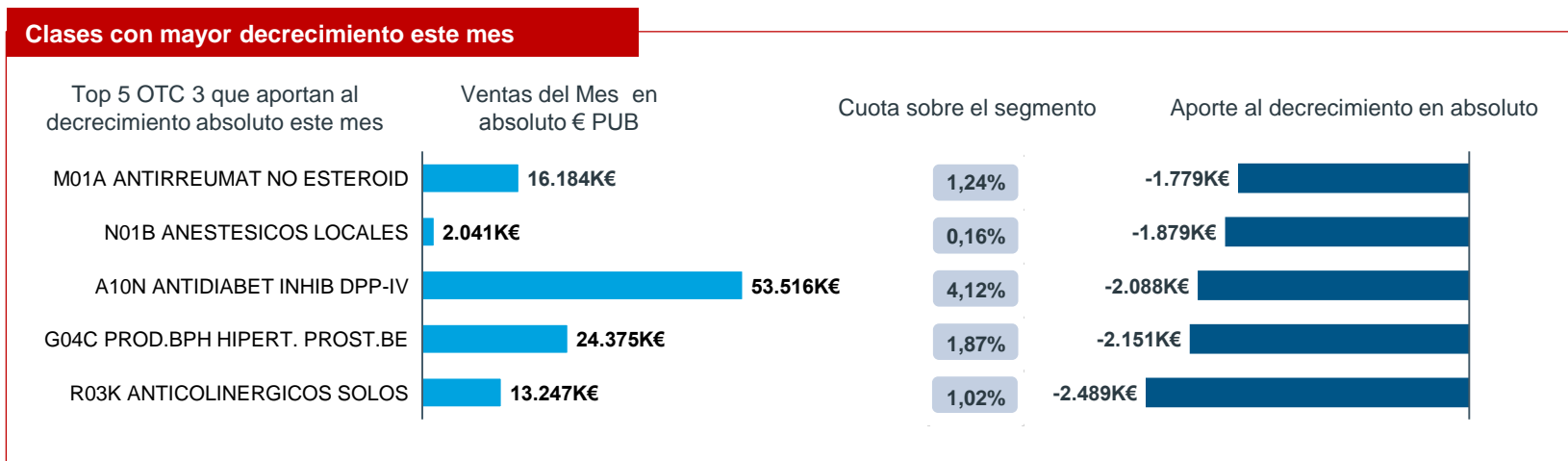
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

Los NACOs de tipo ‘xaban’ (clase B01F) son la clase que más aporta al crecimiento en el mes de noviembre, creciendo 6,7M€

La clase que más decrece en el mercado de medicamentos es la anticolinérgicos solos



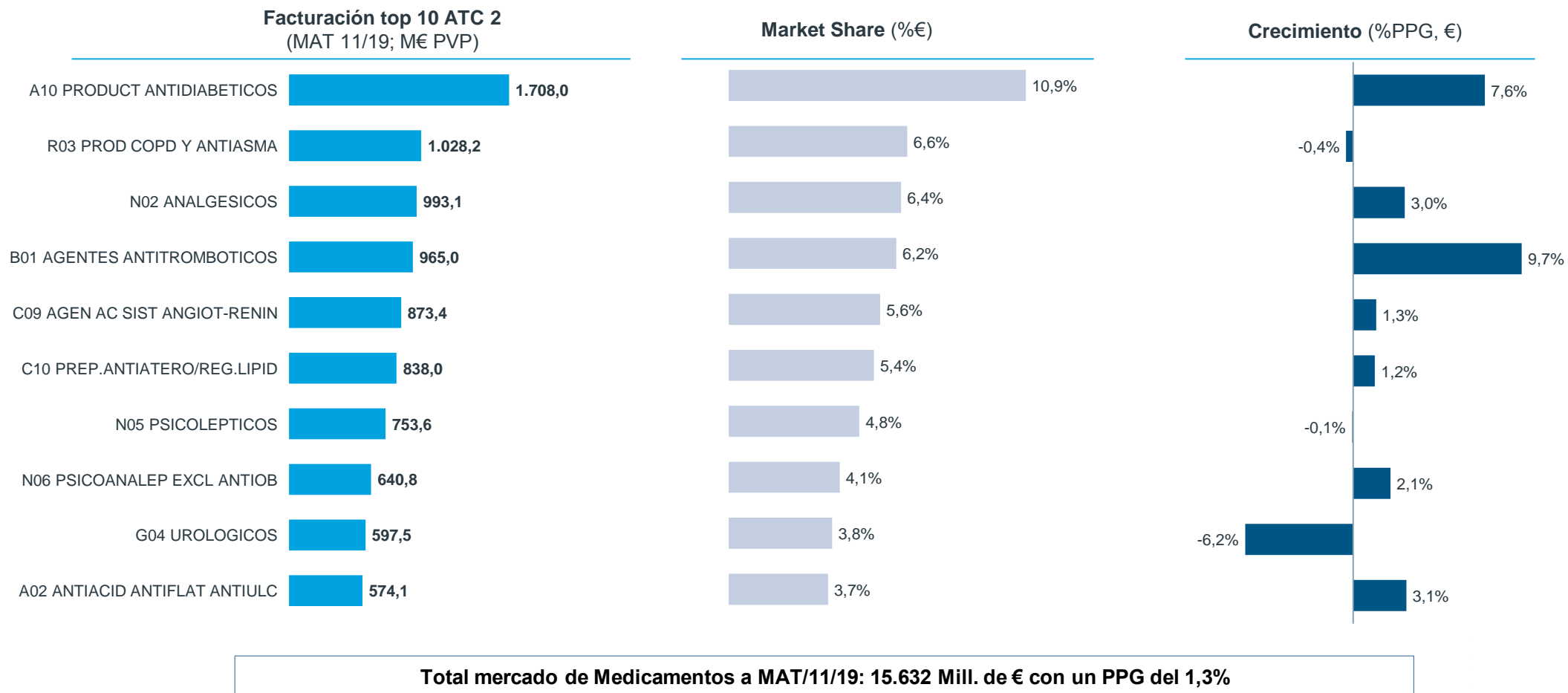
- Los **NACOs crecen 6,6M€**, Eliquis encabeza el crecimiento aportando 3M€, seguido de Lixiana (2,1M€).
- La **segunda clase con mayor aporte al crecimiento siguen siendo los Antidiabéticos inhibidores SGLT2**, su crecimiento se ve favorecido por el aporte de Jardiance (1,7M€) y Synjardy (1,6M€).
- Los **antidiabéticos agonistas GLP-1 aportan 4,9M€** este mes de noviembre, el principal impulsor de este crecimiento es Ozempic (+1,9M€)



- La **primera clase que más contribuye al decrecimiento son los anticolinérgicos solos**, debido a la caída de Spiriva (-2,5M€). A este medicamento se le aplicó una bajada de precio obligatoria en enero 2019.
- Los **anestésicos locales son la segunda clase con peor evolución para este mes (-2,2M€)**, esta cifra negativa viene promovida por el producto Versatis (-2M€). Para este producto cambiaron las **condiciones de dispensación**, siendo necesario un **visado de inspección** desde hace unos meses.

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

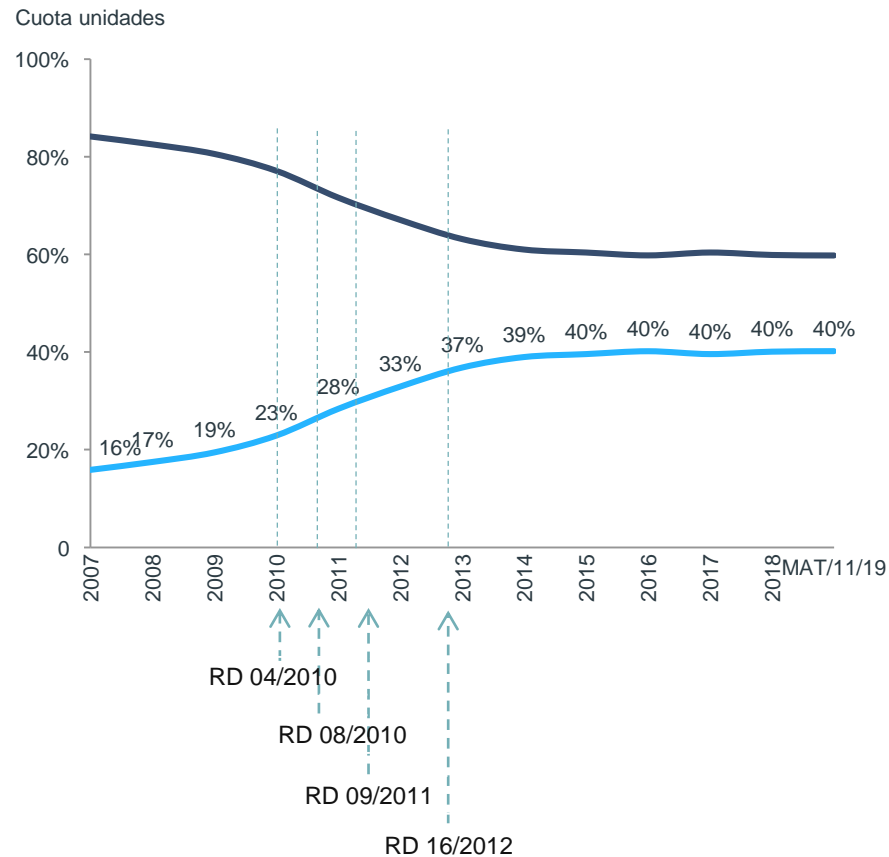
Fuera de las top 10 ATC destacan por su crecimiento positivo la clase de Antihistamínicos (R06) (10,2%) y la de Vitaminas (A11) (10,8%)



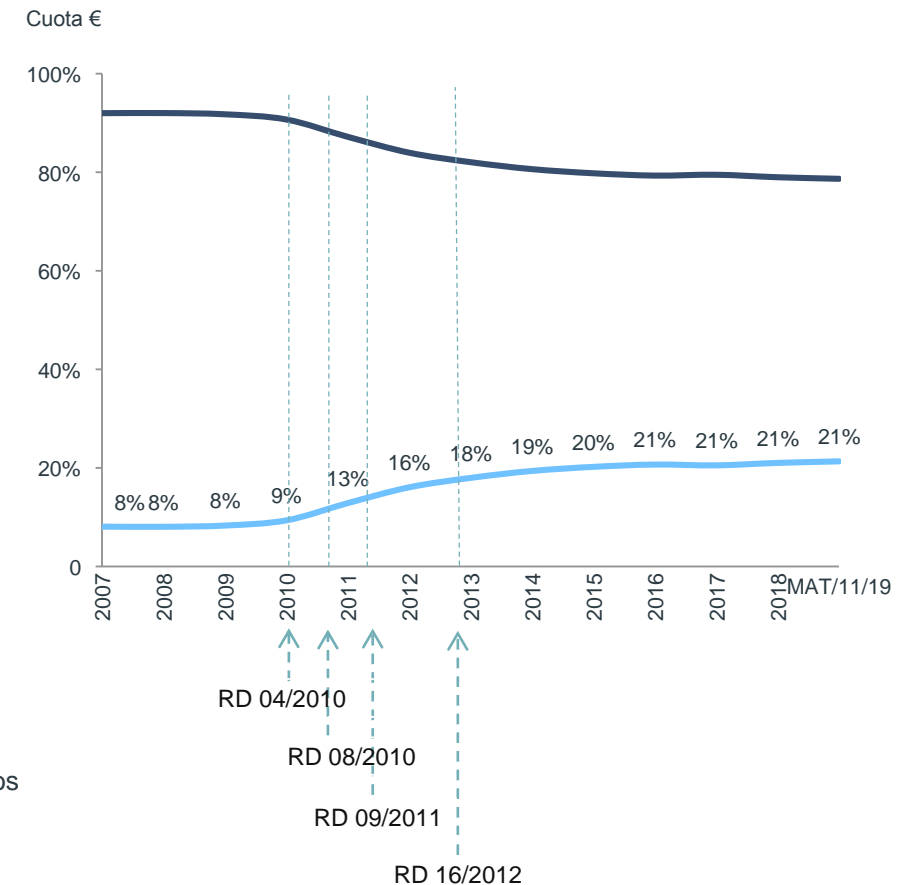
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Semieticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

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

Evolución genéricos total mercado farmacéutico (unidades)



Evolución genéricos total mercado farmacéutico (Euros, PVP)



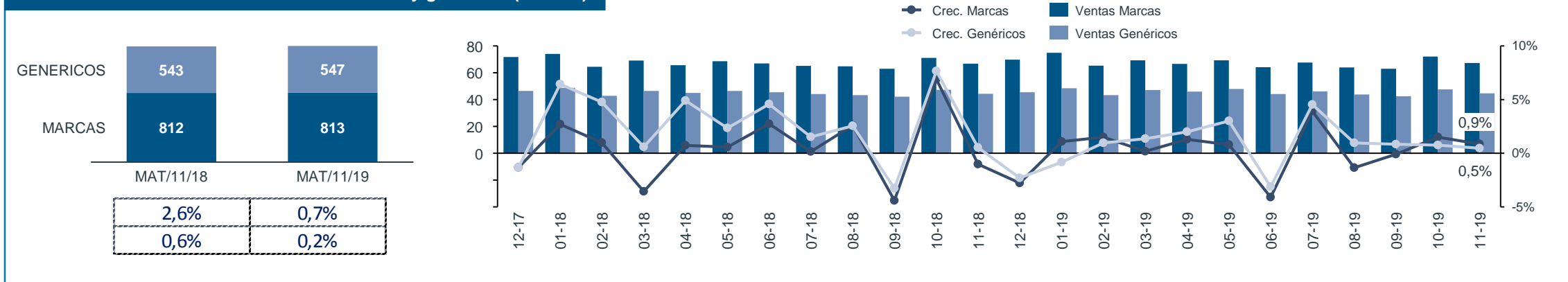
— Marcas
— Genéricos

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

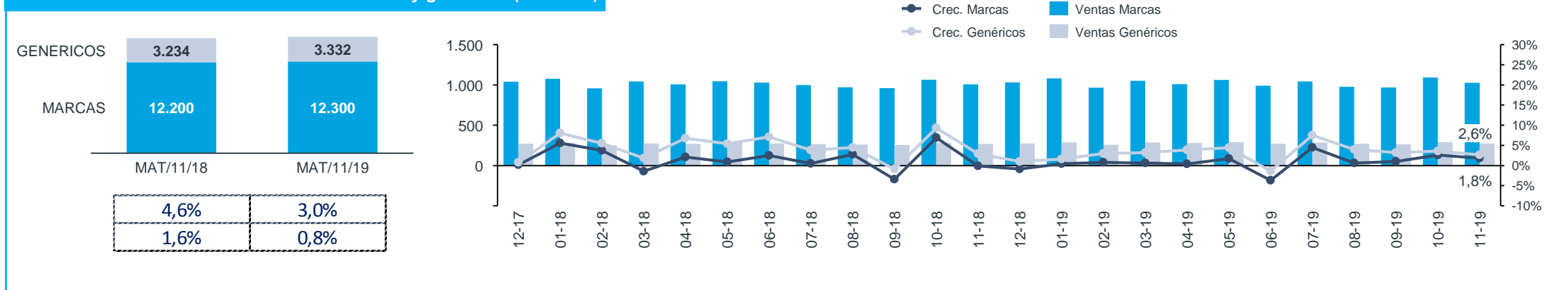
En el acumulado de los últimos 12 meses, los genéricos muestran crecimientos por encima de las marcas tanto en unidades como en valores

En los últimos dos meses (octubre y noviembre 2019), las marcas empiezan a mostrar crecimientos positivos por encima de los genéricos en unidades

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)

*Semieéticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

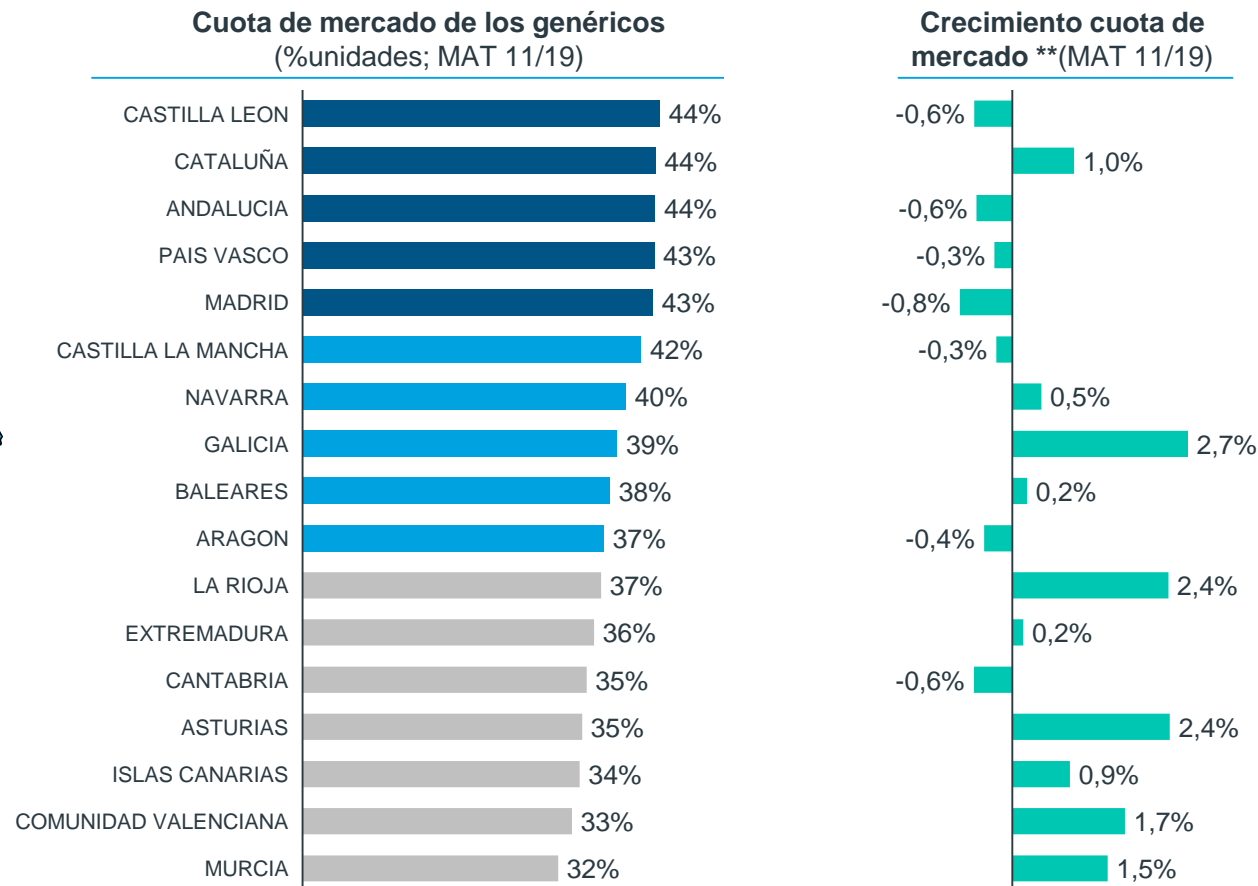
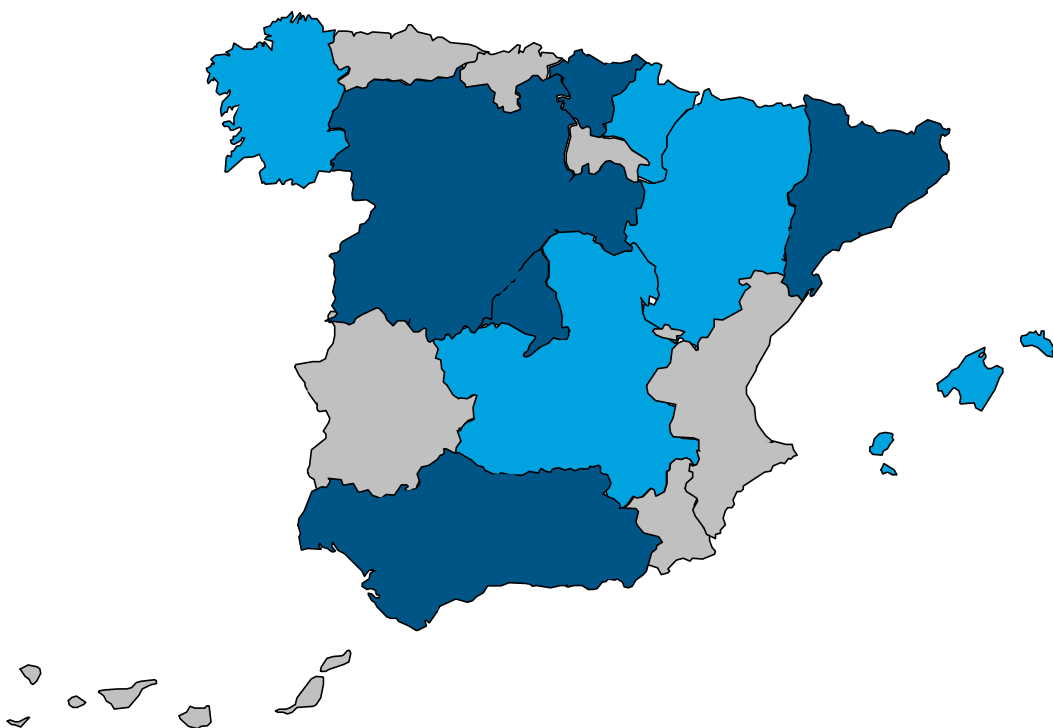
Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

Crecimientos genéricos vs mismo periodo del año anterior

Crecimientos marcas vs mismo periodo del año anterior

En el acumulado 12 meses, Castilla-León junto con Cataluña, 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 Castilla y León, Andalucía, País Vasco, Madrid, Castilla y la Mancha, Aragón y Cantabria



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

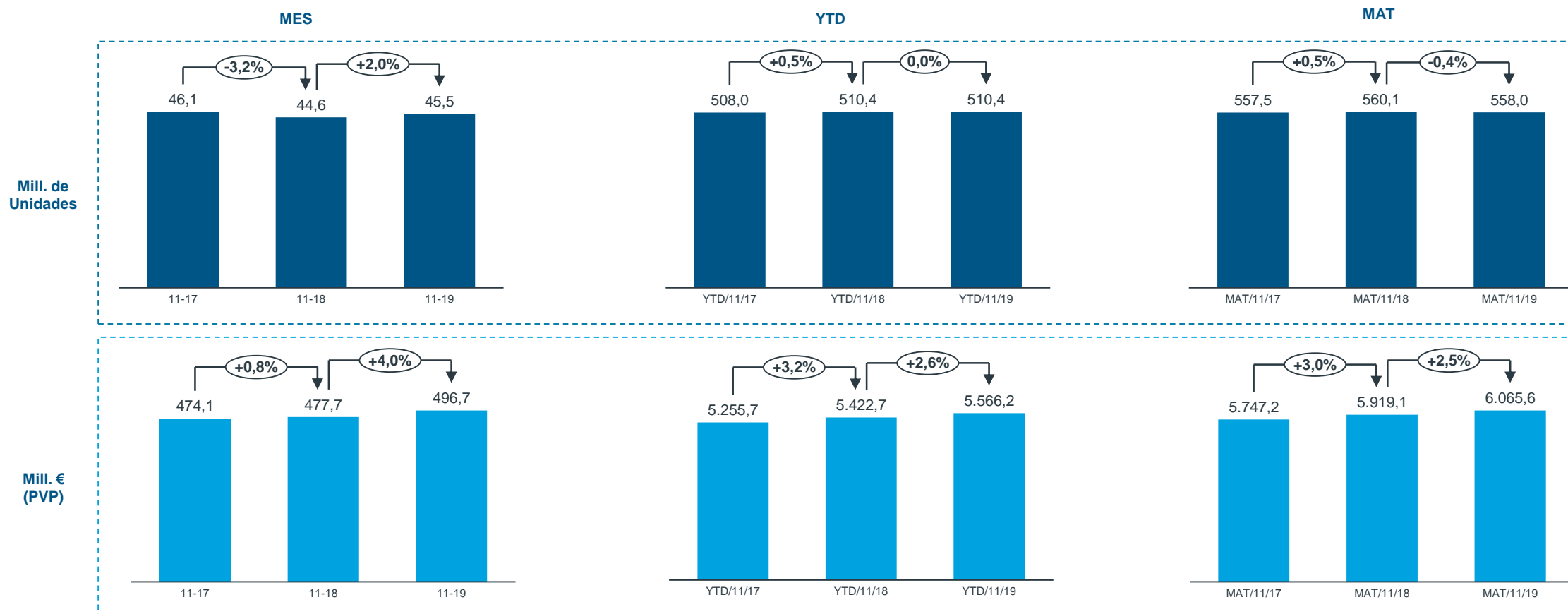
Índice

- + Indicadores clave de la farmacia española
- + Evolución del mercado farmacéutico
- + **Evolución por segmentos:**
 - + Análisis del mercado de Medicamentos
 - + **Análisis del mercado Consumer Health**
- + Anexo
 - + Impacto de las subastas en Andalucía

En el acumulado del año, Consumer Health muestra un leve decrecimiento en volumen (-0,4%) aunque crece en valores (+2,5%)

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

Mercado de Consumer Health



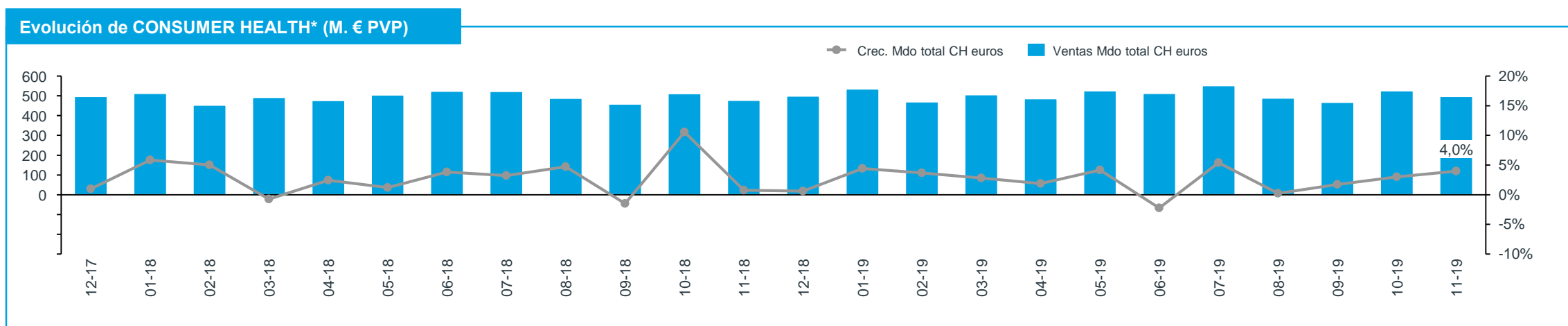
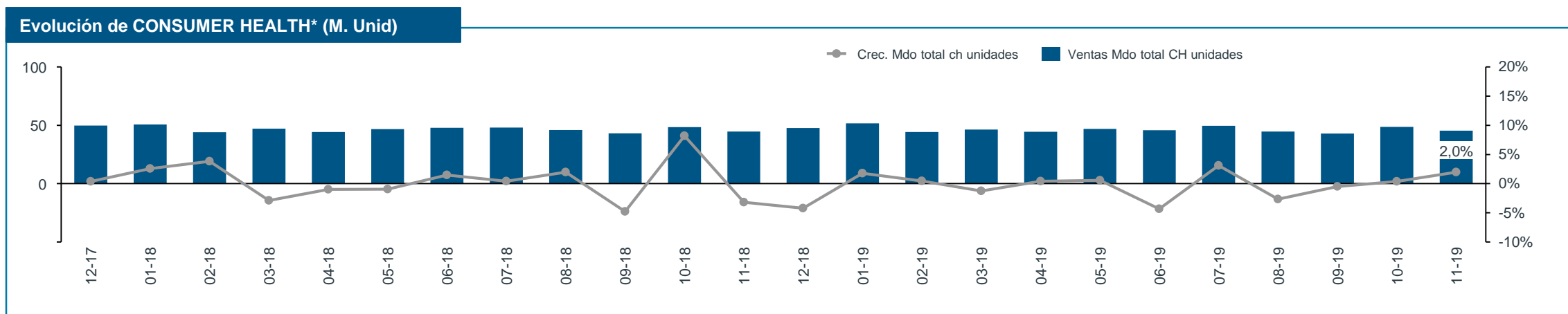
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

*Seméticos y EFP's dentro del mercado de CH

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

El mercado de Consumer Health crece en el mes de noviembre un +4,0% en valores y un +2,0% en unidades

El mes de noviembre 2019 prosigue con la tendencia positiva del mes anterior

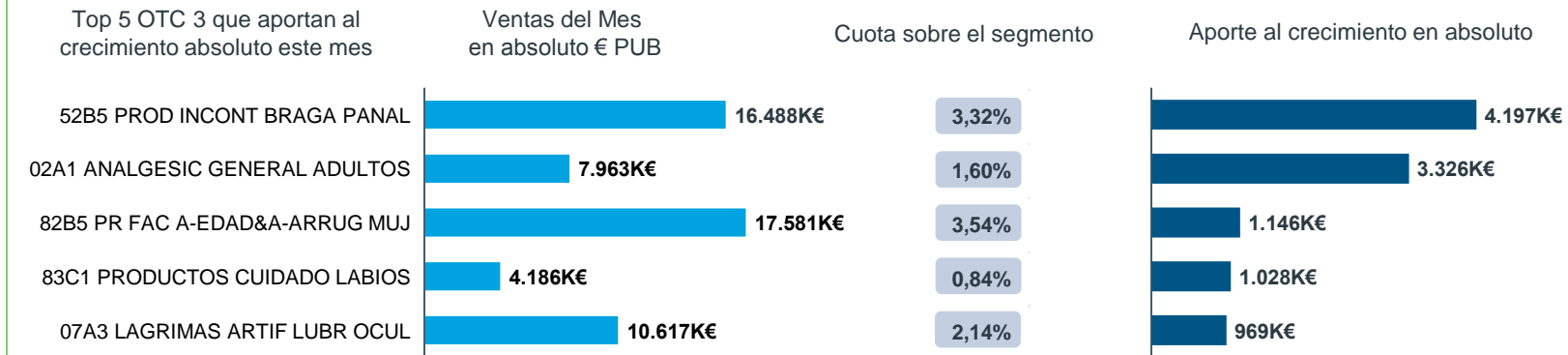


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Seméticos y EFP's dentro del mercado de CH
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

En el mes de noviembre, observamos crecimientos en analgésicos generales para adultos y productos faciales antiedad y arrugas mujer

Seguimos observando un intercambio en los productos de incontinencia a presentaciones financiadas

Clases con mayor crecimiento este mes

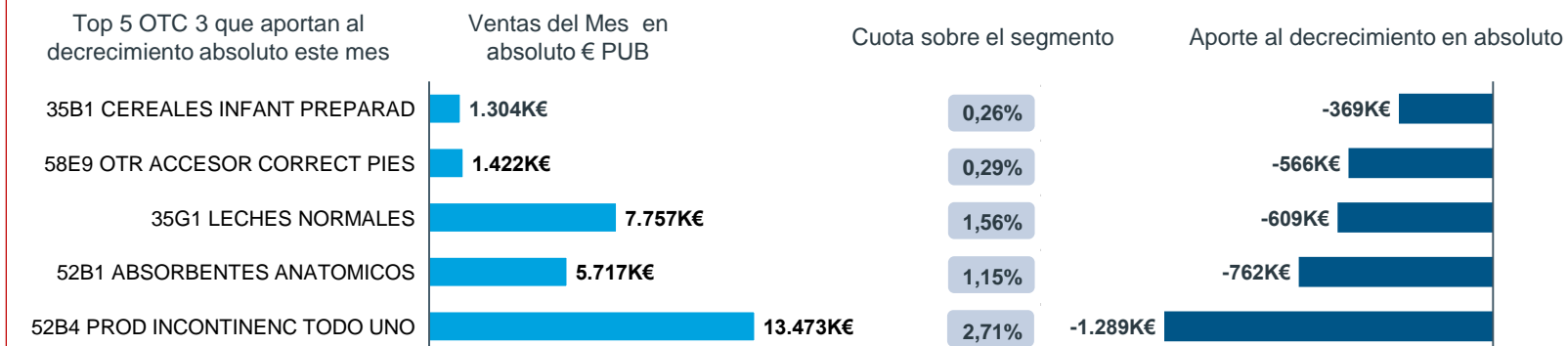


- La clase con más aporte al crecimiento es la clase de Braga-Pañal (+4,2M€), gracias a la financiación de esta clase.

- La segunda clase con mayor aporte al crecimiento es la de analgésicos generales de adultos (+3,3M€). Esta tendencia positiva viene impulsada por los productos Espidol (1,4M€) y Gelocatil (5,5k€).

- Destacan siendo la cuarta clase con mayor aporte al crecimiento los **productos del cuidado labios**, con mayor venta en época de frío.

Clases con mayor decrecimiento este mes

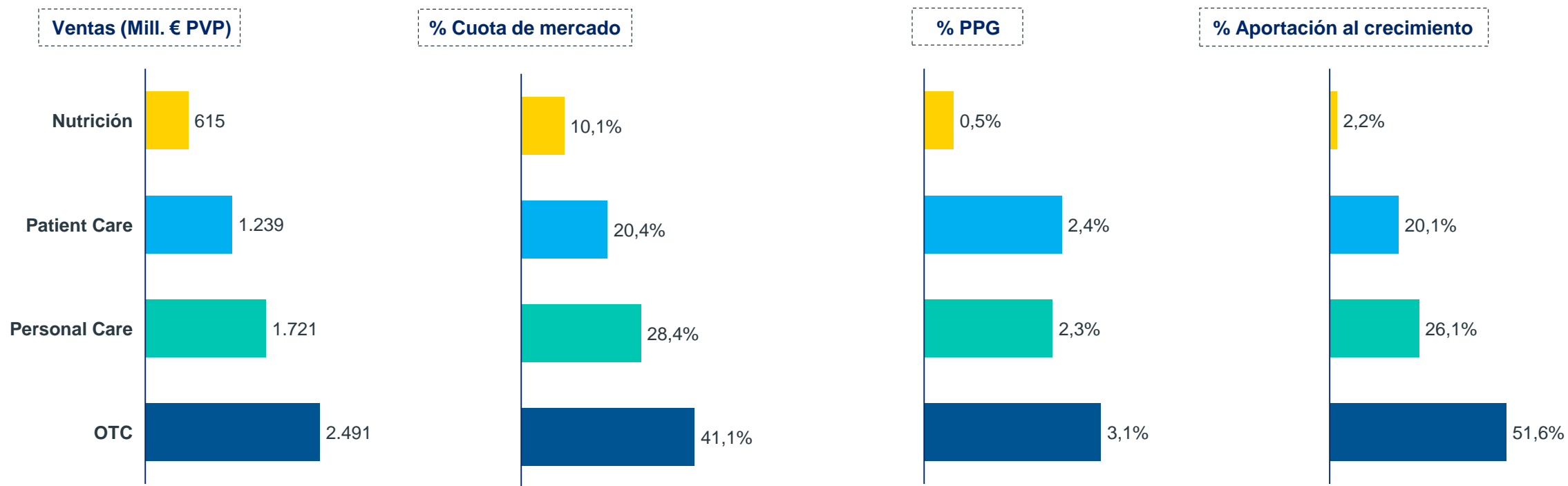


- Los **absorbentes anatómicos y los productos para incontinencia todo en uno** son las clases terapéuticas con mayor decrecimiento este mes. Conjuntamente, las dos clases de incontinencia decrecen más de **-2,1M€**. Estos productos se han visto sustituidos por la clase Braga-Pañal, gracias a la financiación de esta clase y a su mayor comodidad de uso.

El 51,6% del crecimiento del mercado de CH en los 12 últimos meses proviene del crecimiento del segmento OTC

El segmento de Nutrición revierte su tendencia negativa y consigue un leve crecimiento de +0,5%

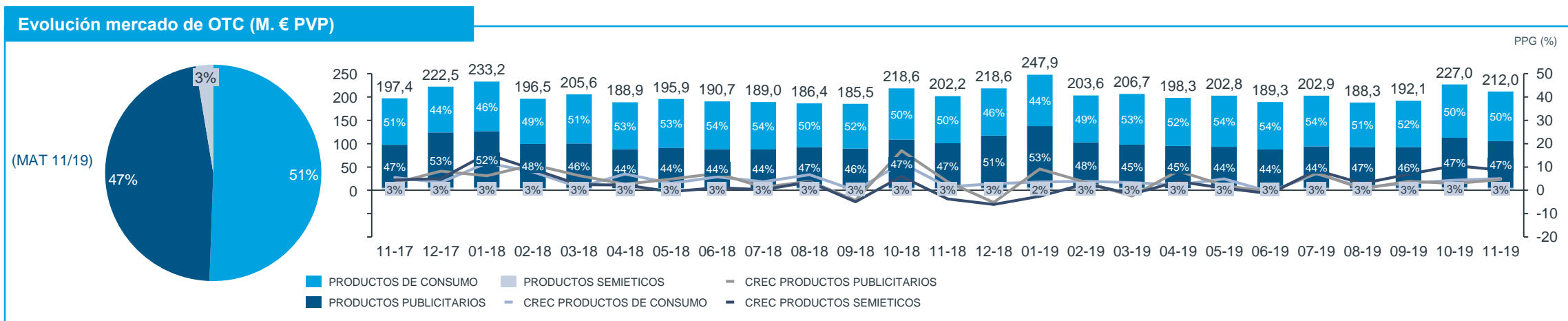
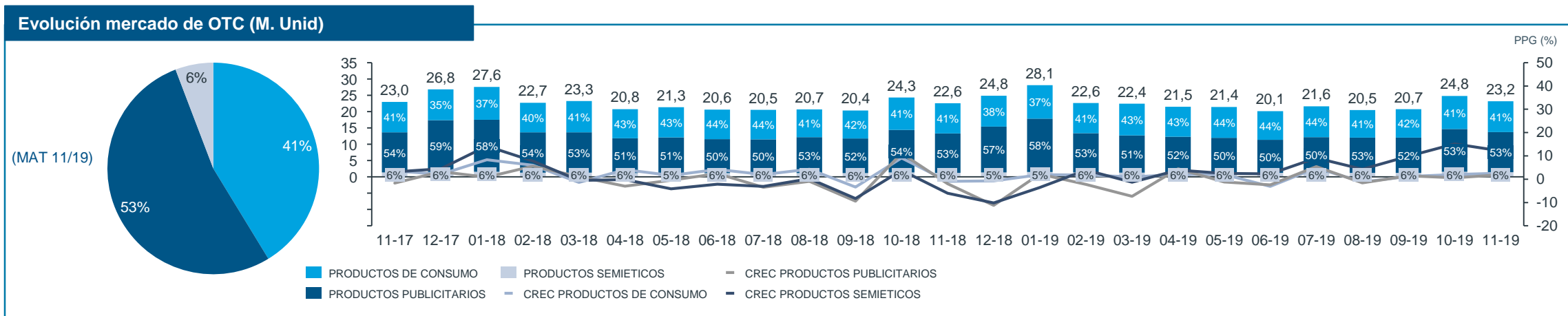
Mercado de Consumer Health (Mill € PVP, MAT 11/2019)



Total mercado Consumer Health a MAT/11/19: 6.066 Mill. de € con un PPG del 2,5%

Dentro de OTC, los productos semiéticos son los que presentan un mayor crecimiento en valores (+8,6%) para el mes de noviembre 2019

Todos los subsegmentos OTC muestran una evolución positiva en valores y unidades para el mes de noviembre 2019



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

*Semiéticos y EFP's dentro del mercado de OTC

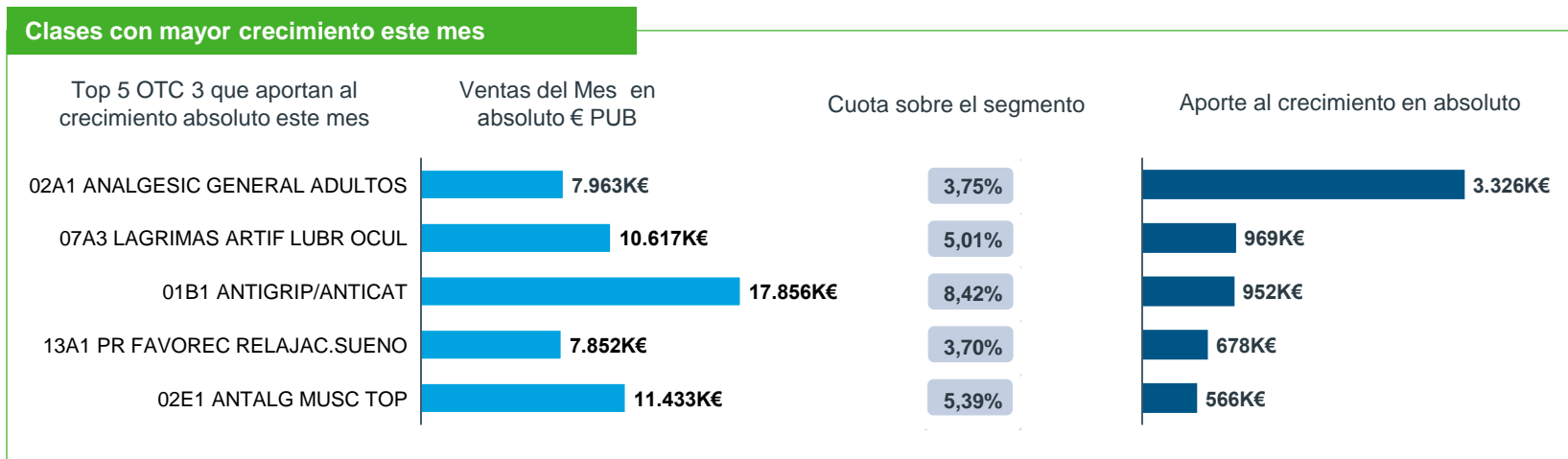
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

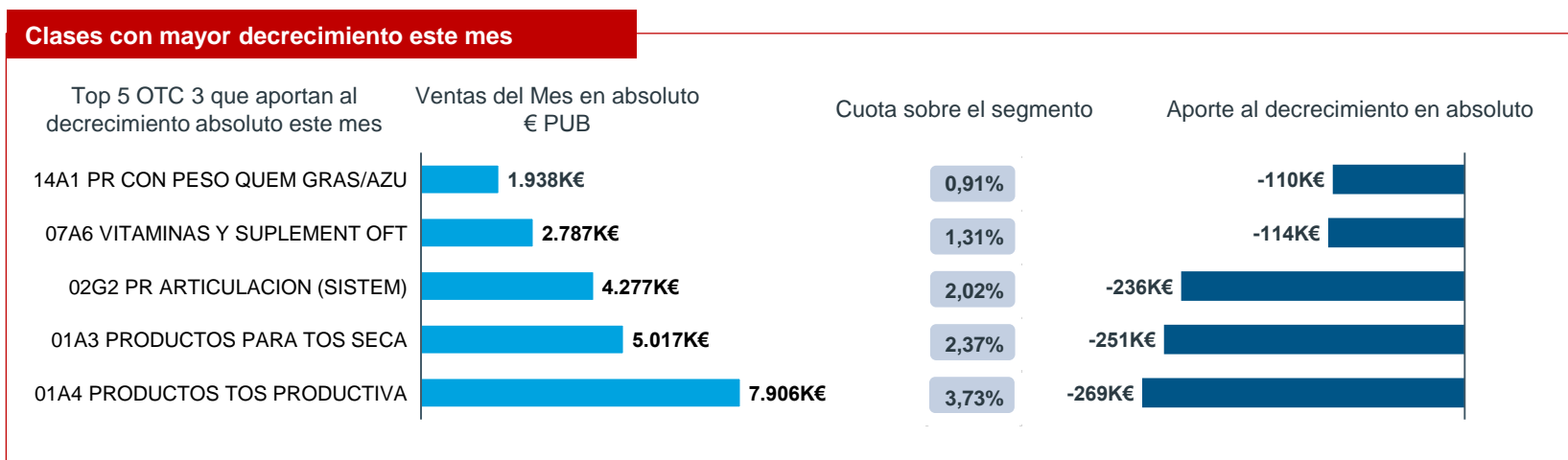
*Previous Period Growth

Los analgésicos generales para adultos aportan 3,3M€ al crecimiento del segmento OTC este mes de noviembre

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



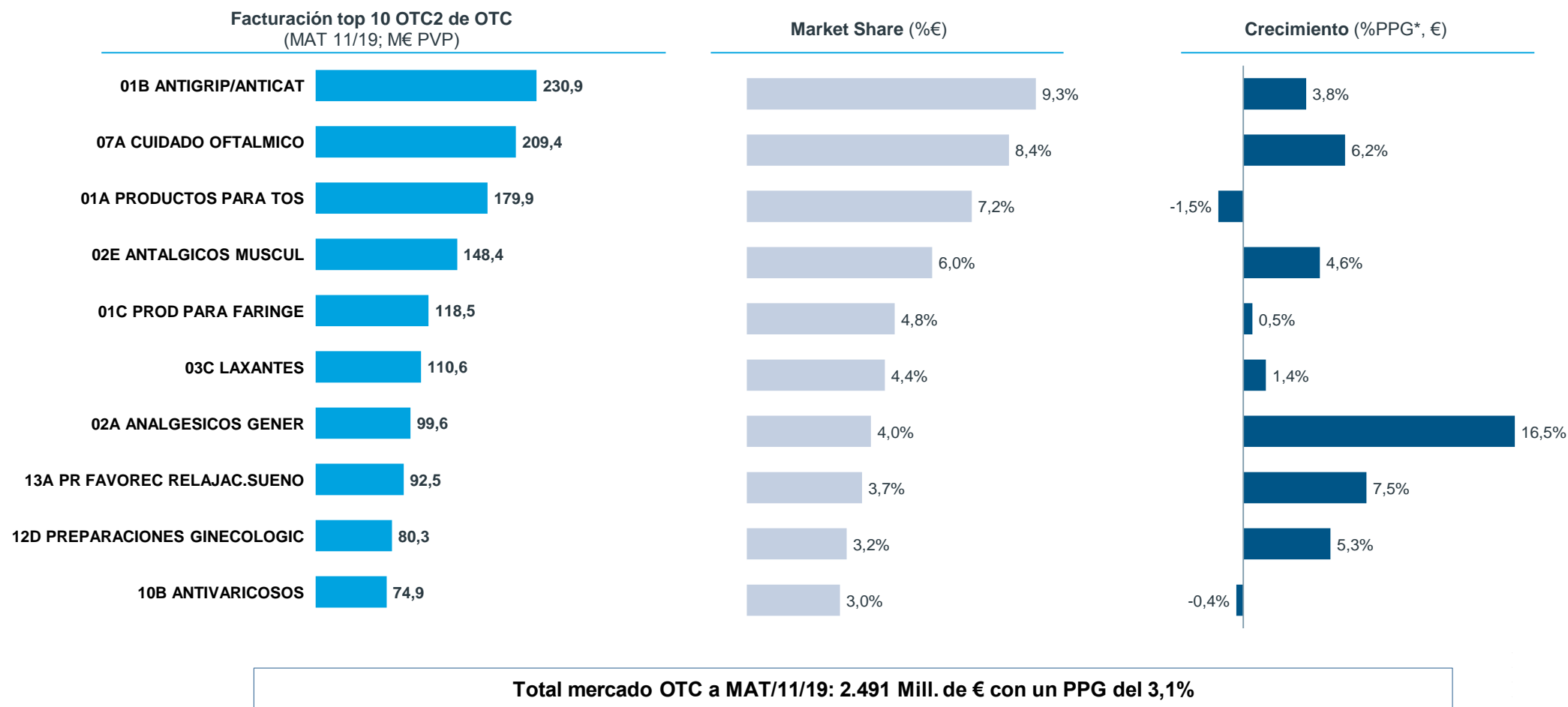
- La clase con mayor aporte al crecimiento este mes de noviembre sigue siendo la de **analgésicos generales para adultos (+3,3M€)** gracias a la evolución positiva de Espididol (+1,4M€) y Gelocatil (+5,5k€).
- Seguimos viendo crecimientos positivos en la clase de **Lágrimas artificiales y lubricantes oculares**. En esta clase, observamos que **top 5 productos crecen (Systane, Aquoral, Hylo-Gel, Thealoz Duo e Hyabak)**.
- **Crece también los Antigripales/ Anticatarrales casi 1M€ vs noviembre del año pasado.**



- Aunque **las clases que más frenan el crecimiento este mes tienen poco peso**, observamos decrecimientos en productos para la tos productiva y tos seca, productos para la circulación. También decrecen vitaminas y suplementos oftálmicos y productos para el control de peso de tipo quemagrasas.

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

En antigripales/anticatarrales, los top 5 productos acumulan el 45% del mercado



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

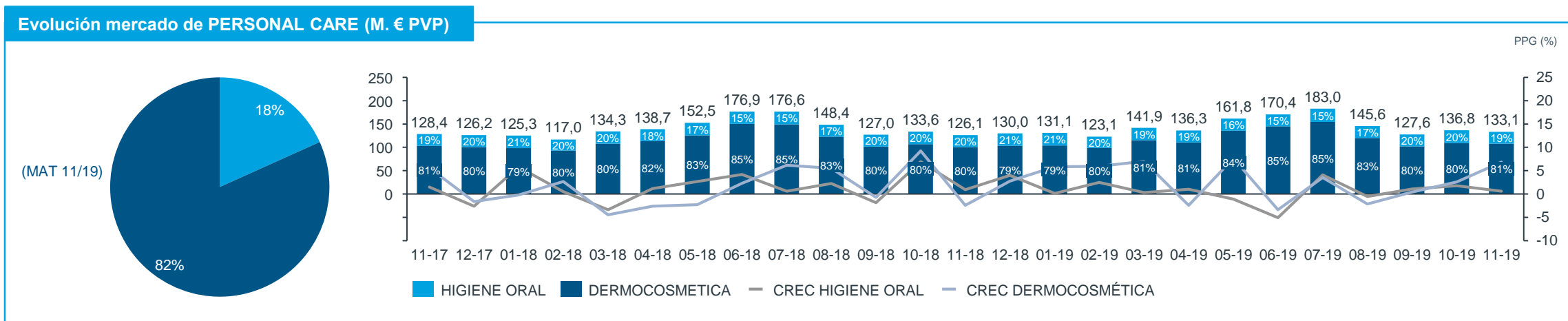
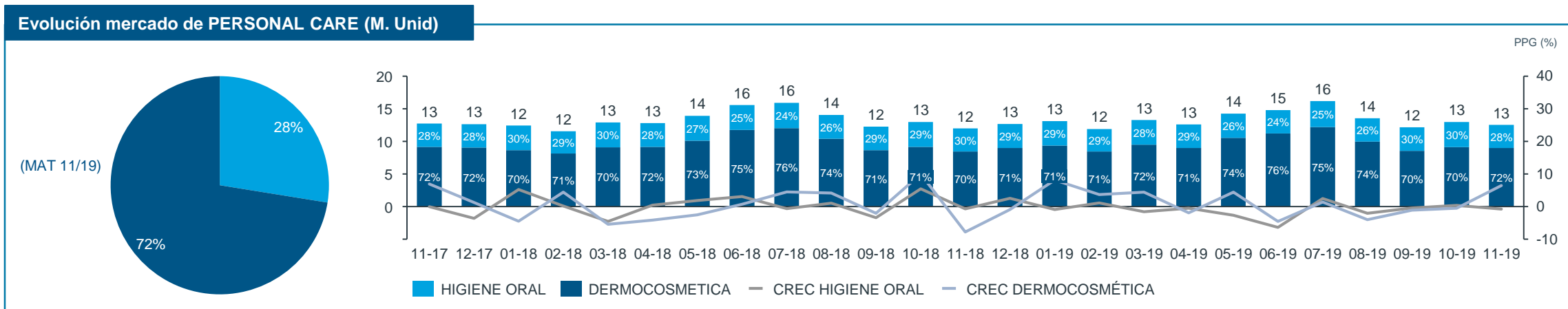
*Seméticos y EFP's dentro del mercado de OTC

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias

*Previous Period Growth

Cuidado Personal muestra una tendencia positiva tanto en unidades (+4,3%) para el mes de noviembre como para los valores (+5,6%)

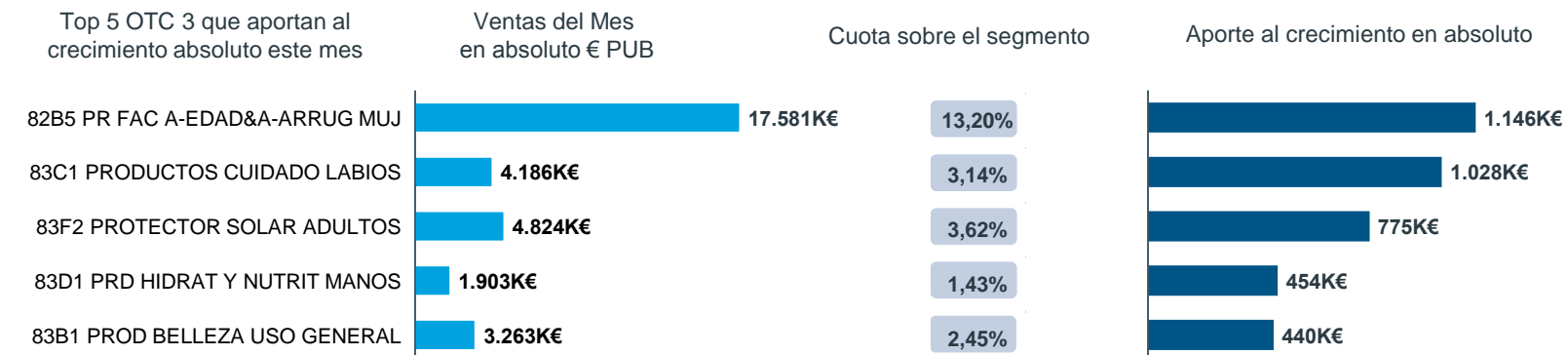
Tanto el segmento de higiene oral como el de dermocosmética muestran crecimientos este mes de noviembre, +0,6% y +6,8% respectivamente



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

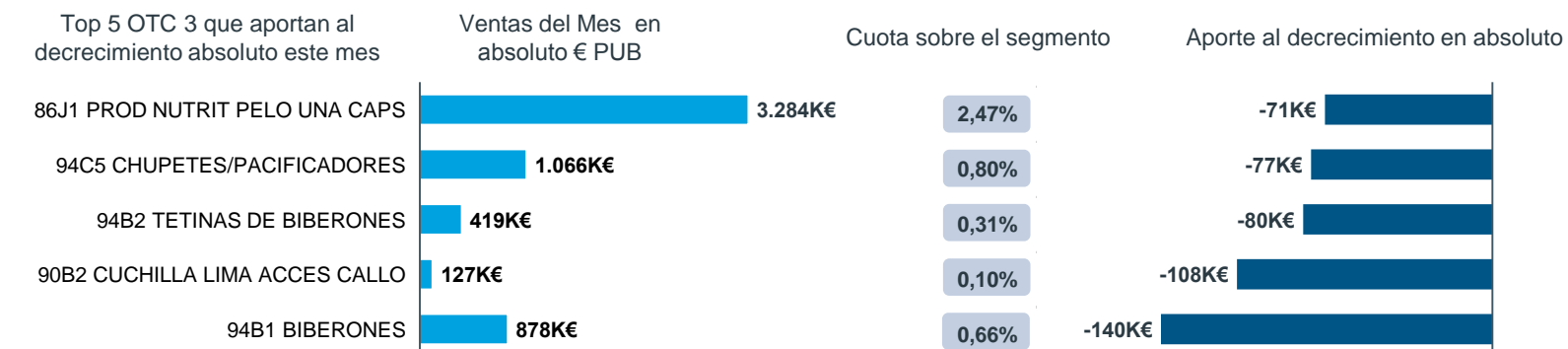
El segmento PEC muestra un mejor crecimiento que el mes anterior, creciendo en noviembre (+5,6%, 7,1m€)

Clases con mayor crecimiento este mes



- En el mes de noviembre, **la clase que más aporta al crecimiento es la de productos faciales antiedad/antiarrugas mujer**, que aporta **+1,1M€** al segmento de PEC este mes. Los top 5 players en esta clase muestran evoluciones positivas (Martiderm, Vichy, Dermofarm, Cantabria Labs y Caudalie)
- Crecen también por encima de 1M€ los **productos para el cuidado de labios**; esta categoría junto con protectores solares de adultos e hidratantes de manos están muy relacionadas con la llegada del frío y la nieve.

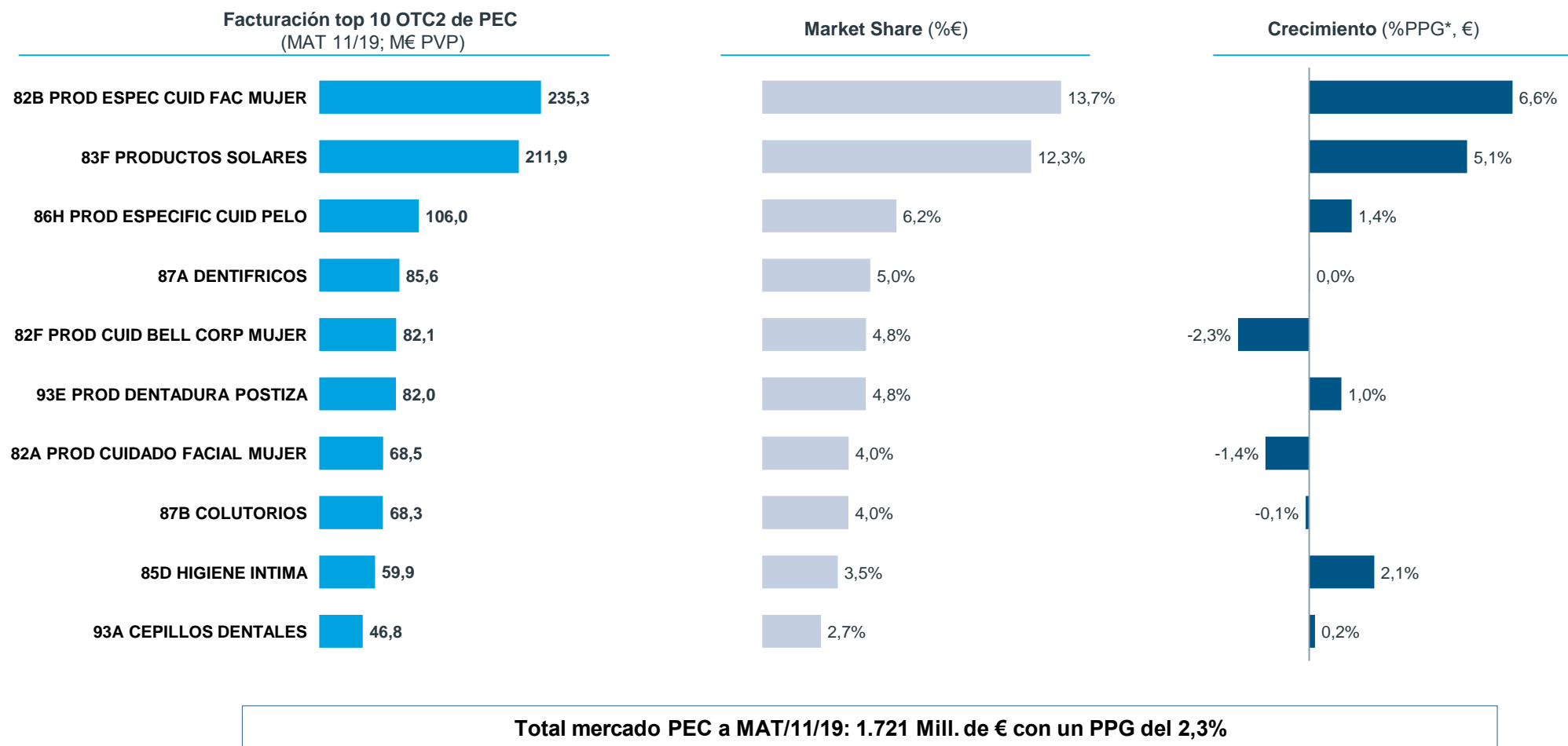
Clases con mayor decrecimiento este mes



- Las 5 clases que más frenan el crecimiento en el mes de noviembre acumulan **-476k€**, por lo que tiene muy poco impacto en la evolución de este segmento.

En los 12 últimos meses, 6 del top 10 clases de PEC crecen, siendo los productos especiales cuidado facial mujer y solares los de mejor evolución

En la clase con mejor evolución destaca el comportamiento positivo los top 5 competidores



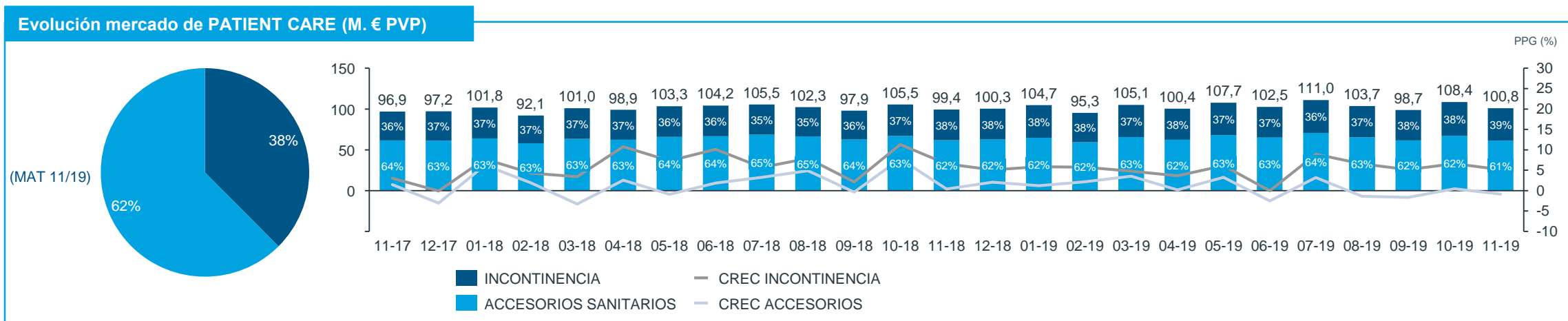
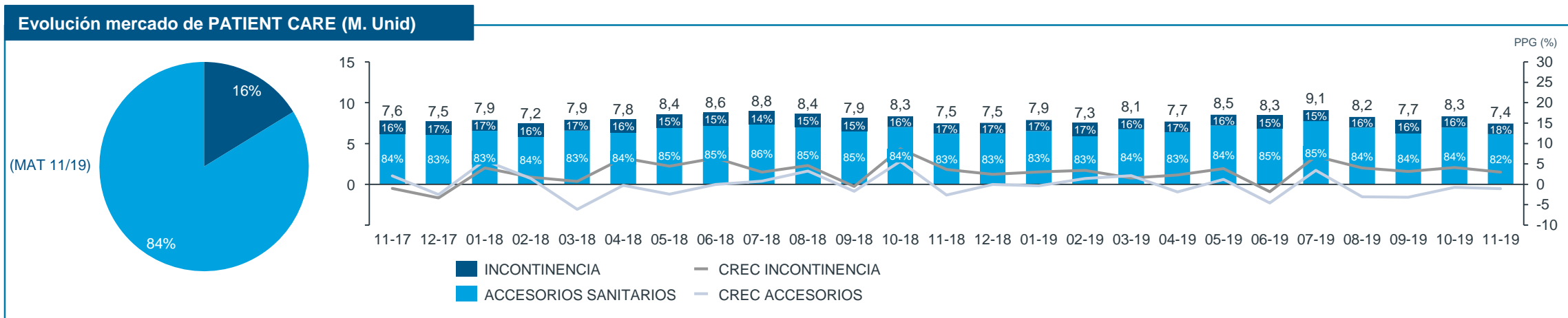
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

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

Las principales categorías dentro del segmento PAC están reembolsadas por lo que sus dinámicas son distintas a las del mercado de Consumer Health

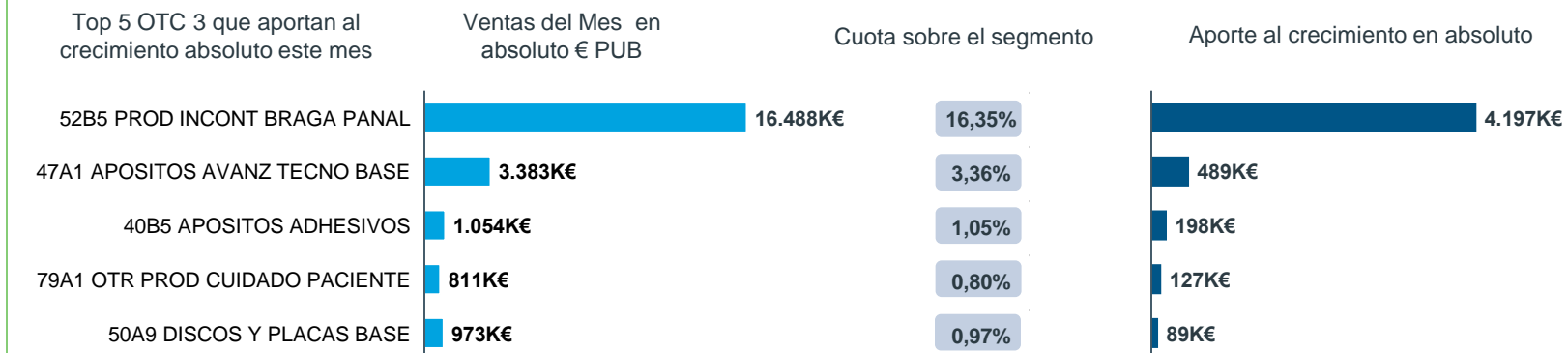


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior
 *Previous Period Growth

En el mes de noviembre, los productos para Incontinencia tipo Braga-Pañal siguen siendo la clase con mayor aporte al crecimiento del segmento PAC

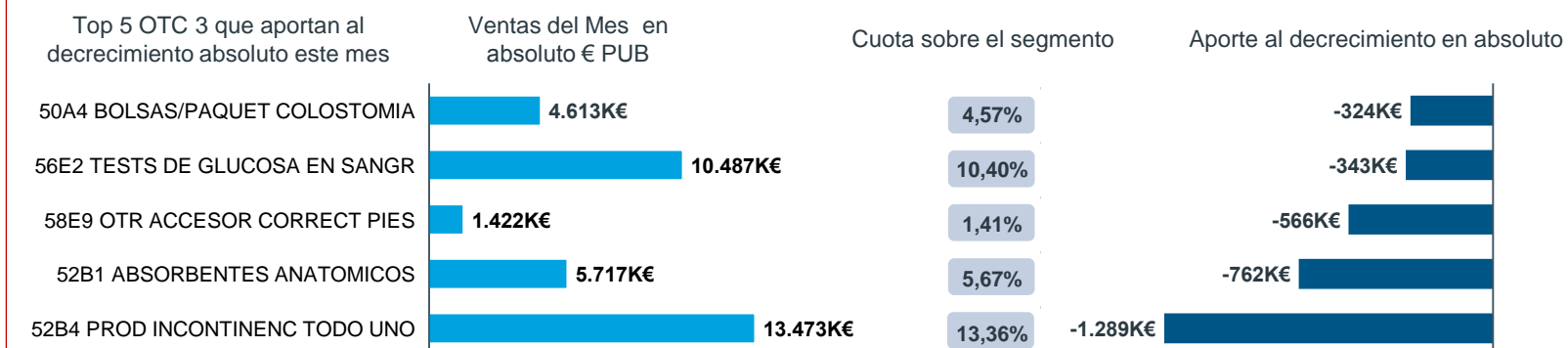
Los productos para Incontinencia Todo en Uno decrecen cerca de 1,3M€

Clases con mayor crecimiento este mes



- En noviembre, y siguiendo la misma tendencia que los últimos meses, la clase con mayor aporte al crecimiento es la clase de **Braga Pañal, creciendo 4,2M€**. Este crecimiento viene promovido por la evolución positiva de los líderes en este mercado (Indas, Hartman, Bimedica, Essity y Ontex ID). Todos ellos muestran crecimientos superiores al 19%. Esto se debe a la **financiación de esta clase** que, por su **comodidad**, ha reemplazado a otros productos para la incontinencia.

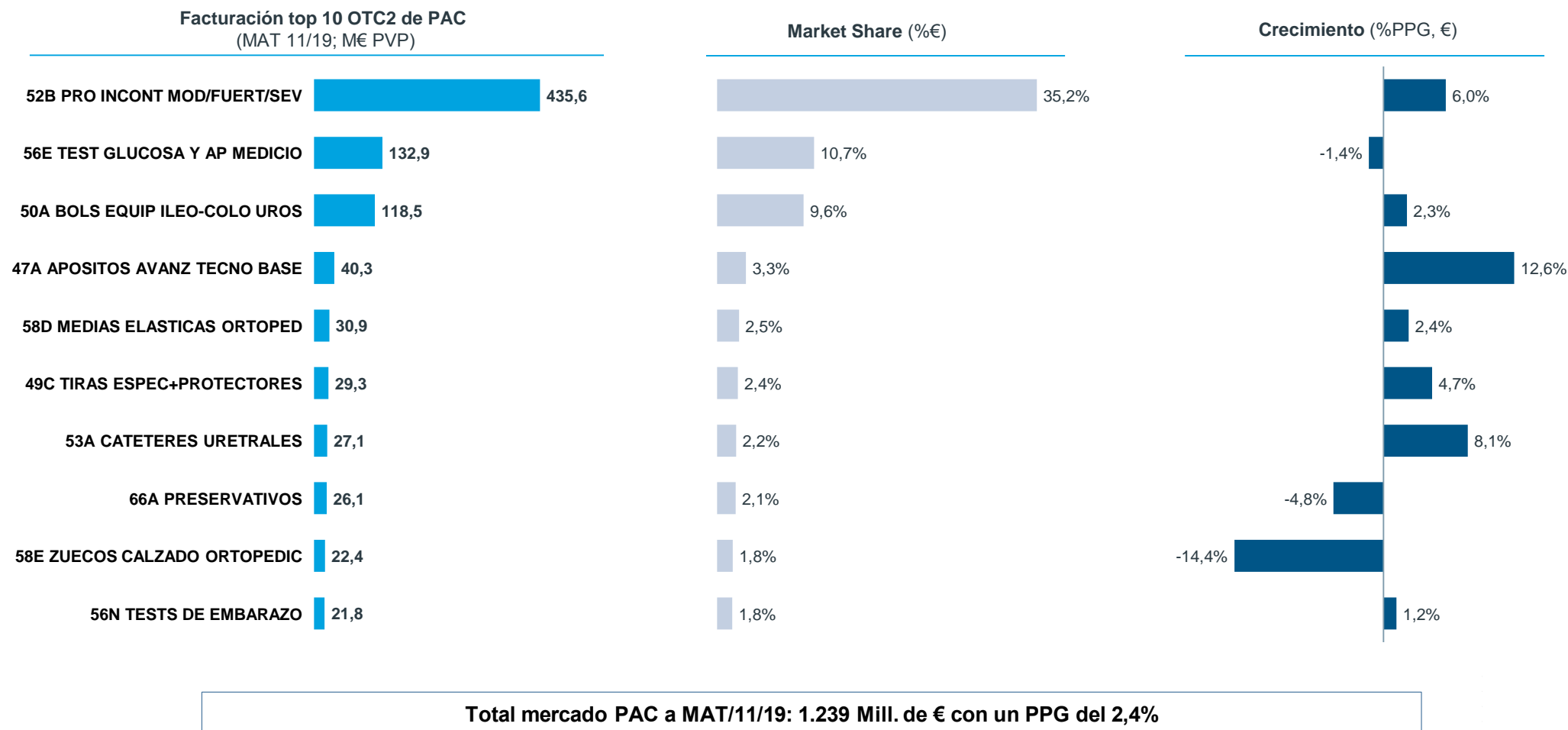
Clases con mayor decrecimiento este mes



- Siguen decreciendo los productos para incontinencia todo en uno y los **absorbentes anatómicos**, como intercambio de estos productos por los productos financiados Braga Pañal.

Los productos para incontinencia son la OTC2 con mayor cuota de mercado dentro de PAC (35,2%) y también la que más aporta al segmento (+24,7M€)

En el segmento de PAC decrecen 3 de las top 10 clases para el acumulado de los últimos 12 meses



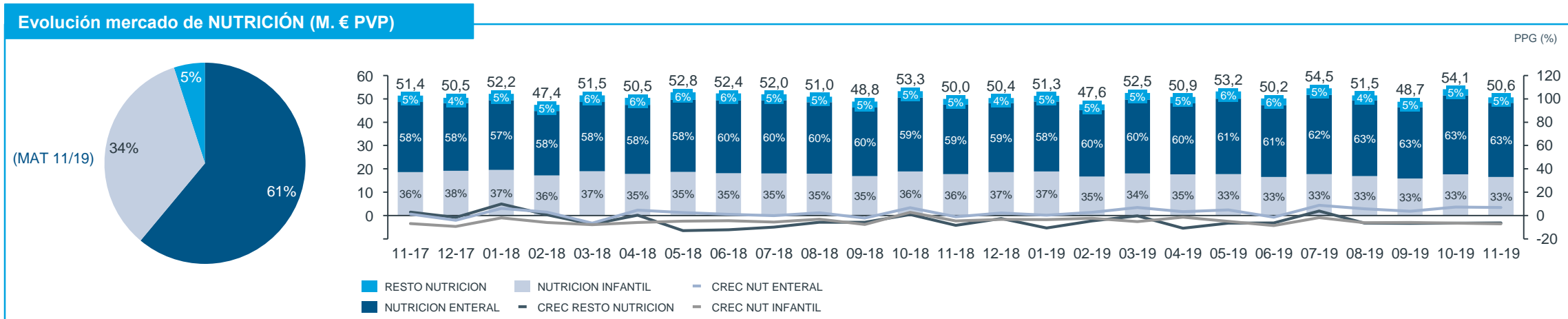
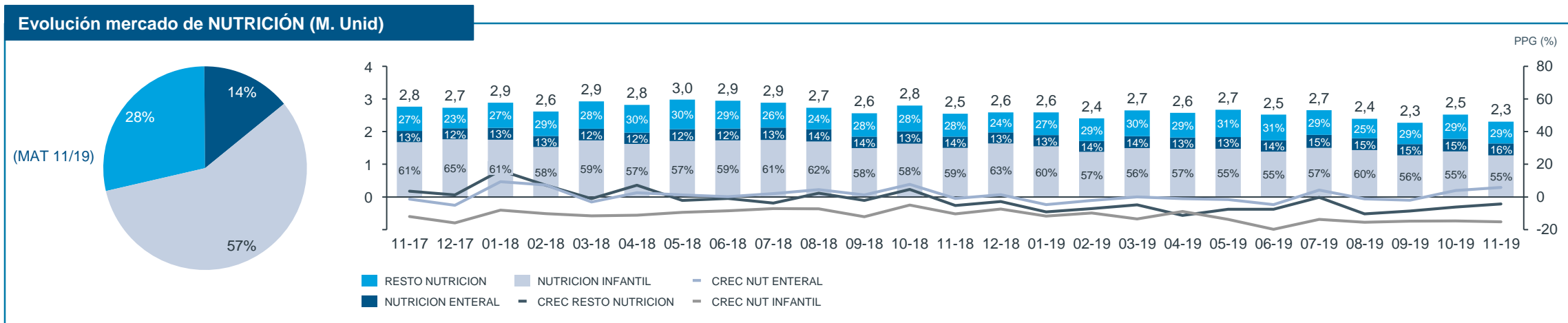
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

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

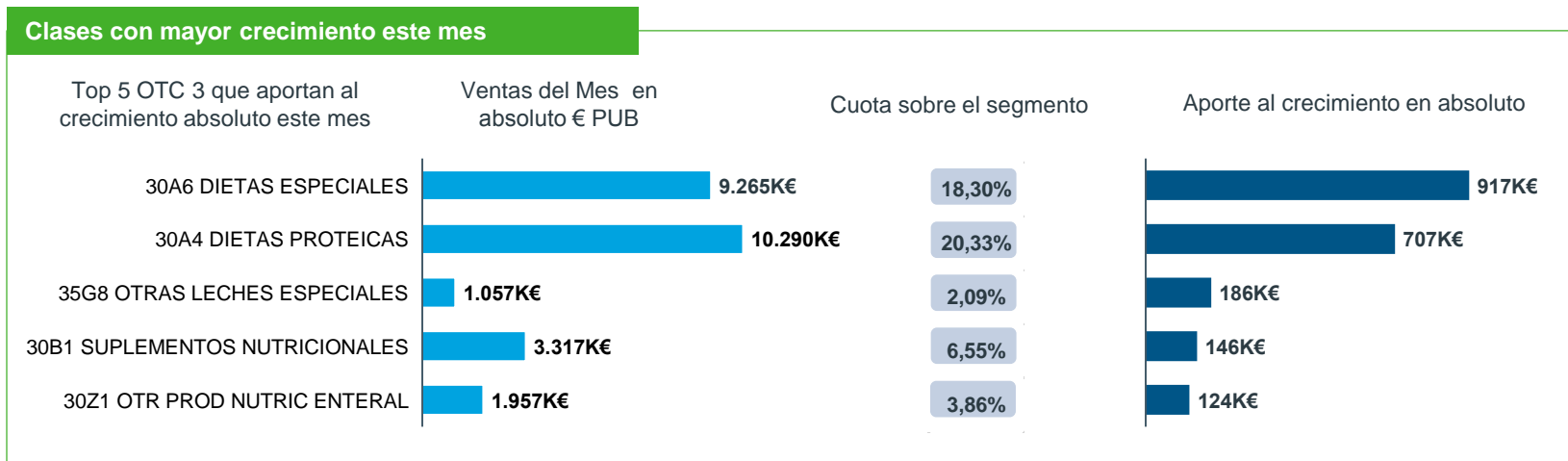
Siguiendo la misma tendencia que en el acumulado, en noviembre 2019 nutrición enteral crece un +6,9% mientras que nutrición infantil y resto de nutrición decrecen un -7,2% y un -3,2% en valores respectivamente



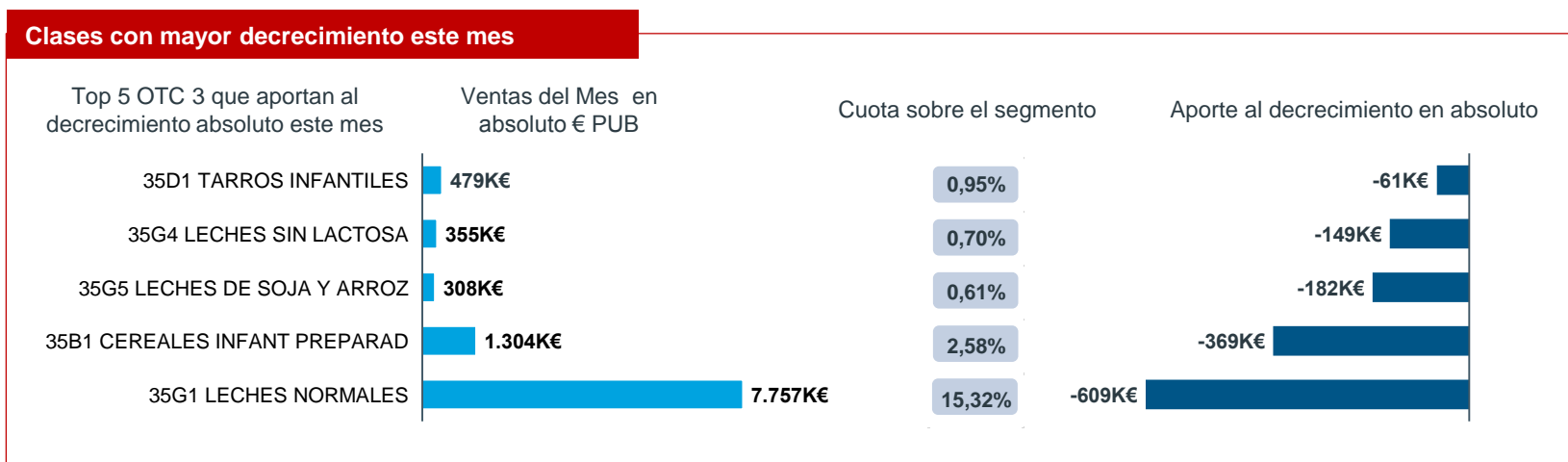
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.300 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior
 *Previous Period Growth

En noviembre, 4 de las clases con mayor aporte al crecimiento son clases de nutrición enteral

Decrecen los cereales, así como las leches normales y sin lactosa, entre otras



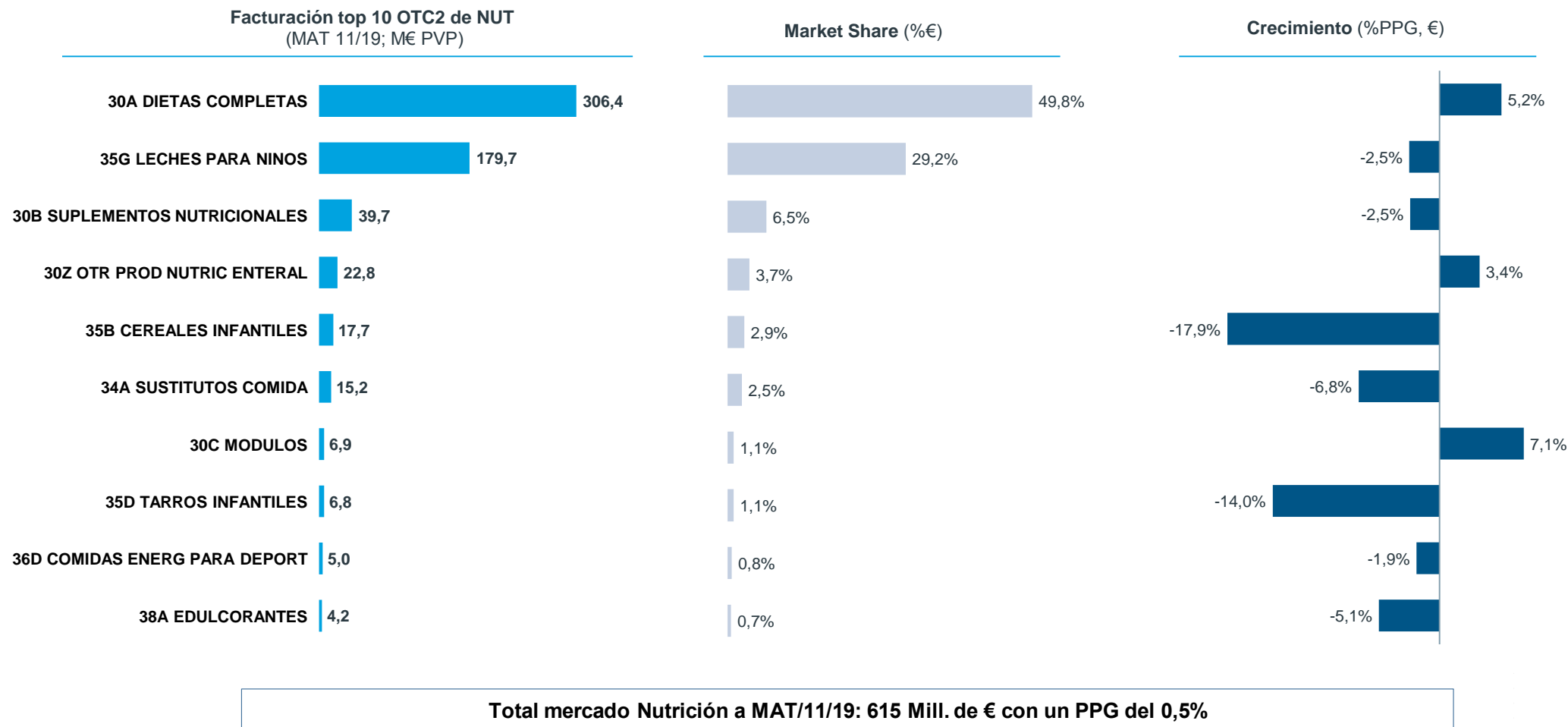
- Las dos **clases de nutrición enteral con mayor aporte al crecimiento aportan un total de ~1,6€** en el mes de noviembre. En dietas especiales observamos un crecimiento generalizado de los top 5 players, y en dietas proteicas crecen 4 de los 5 líderes en el mercado.
- La tercera clase con mayor aporte al crecimiento es la clase de otras leches especiales en la que 4 de los top 5 líderes muestran evoluciones positivas vs noviembre 2018.



- Las top 5 clases con mayor evolución negativa este mes de noviembre son clases de alimentación infantil.
- El mercado de **Leches normales** está muy concentrado y los top 5 laboratorios concentran el 90% del mercado, todos ellos muestran evolución negativa en noviembre.
- En la clase de **Cereales infantiles preparados** observamos también una **caída generalizada de los diferentes laboratorios**.

El mercado de nutrición revierte su tendencia negativa, siendo la categoría de módulos la que más crece (+7,1%, +0,5M €)

Para los últimos 12 meses, Dietas Completas es la clase con mayor cuota (49,8%) y mayor aporte (+15,2M)



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**
 - + **Impacto de las subastas en Andalucía**



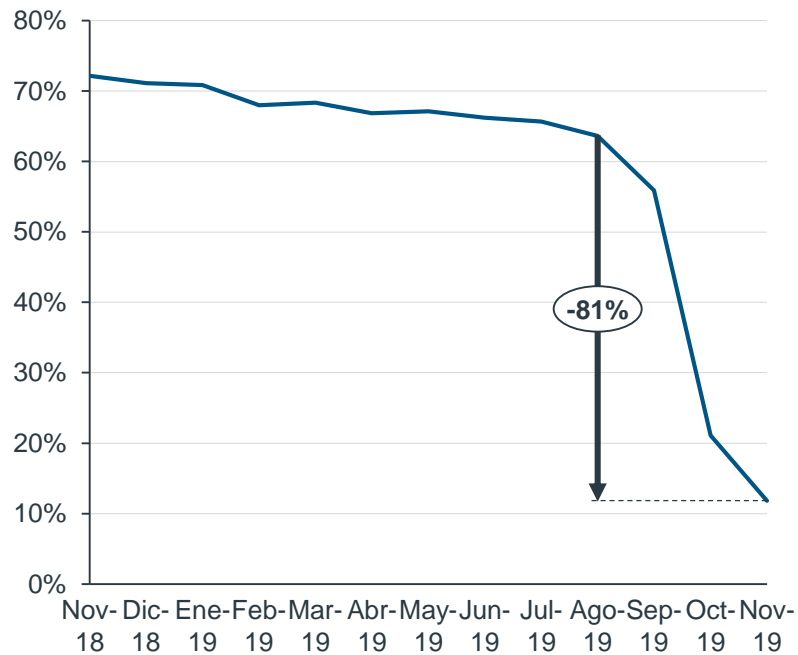
Análisis del impacto de la supresión de las subastas andaluzas

Impacto a Noviembre 2019

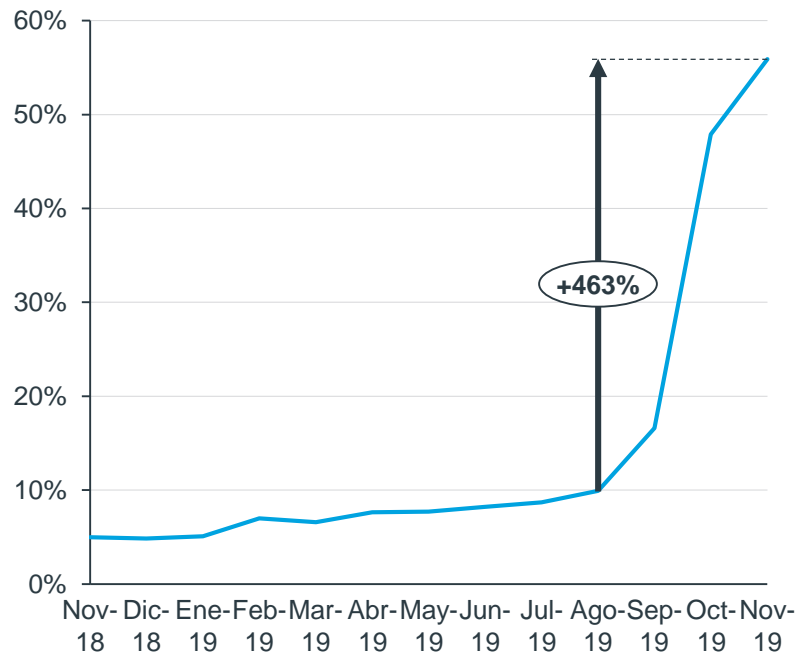
En Noviembre 2019, 2º mes sin la subasta 11 en vigor, los genéricos adjudicatarios en dicha subasta han reducido su cuota del ~65% al ~10%

Los genéricos no adjudicatarios han sido los principales beneficiados al incrementar su cuota del ~10% al ~55%

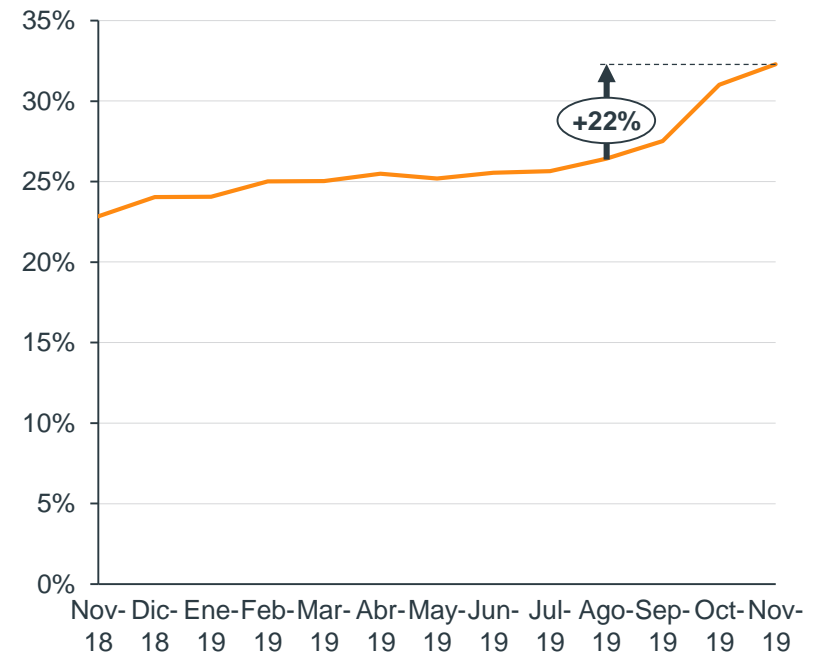
Evolución de la cuota de genéricos adjudicatarios, genéricos no adjudicatarios y marcas en las AH adjudicadas en la subasta 11 (%€)



— Genéricos adjudicatarios



— Genéricos no adjudicatarios

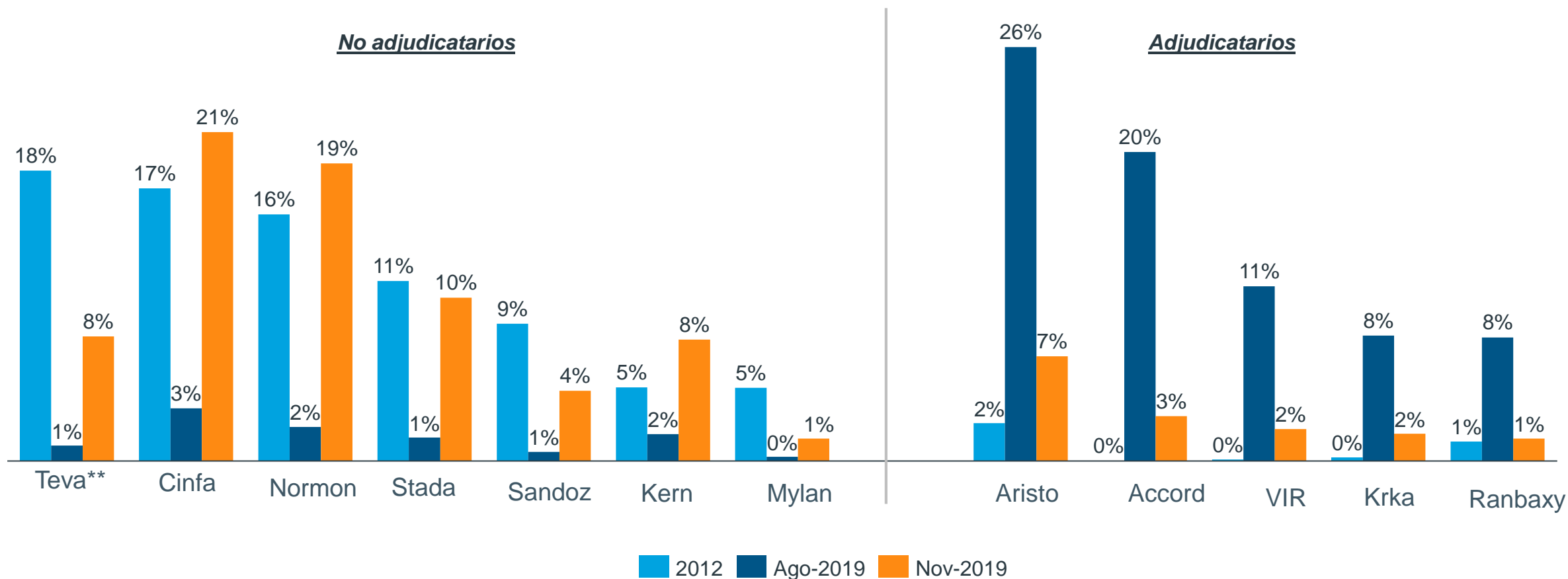


— Marcas

Cinfa y Normon son las compañías que han logrado captar un mayor % del mercado de genéricos incluidos en la subasta 11 en Noviembre de 2019

Kern ha mejorado su posicionamiento respecto a la situación previa a las subastas (2012) mientras que Teva, Sandoz o Mylan han perdido cuota de mercado en las AH incluidas en la subasta 11

Evolución de la cuota* dentro del mercado de genéricos de las AH incluidas en la subasta 11 (%€)

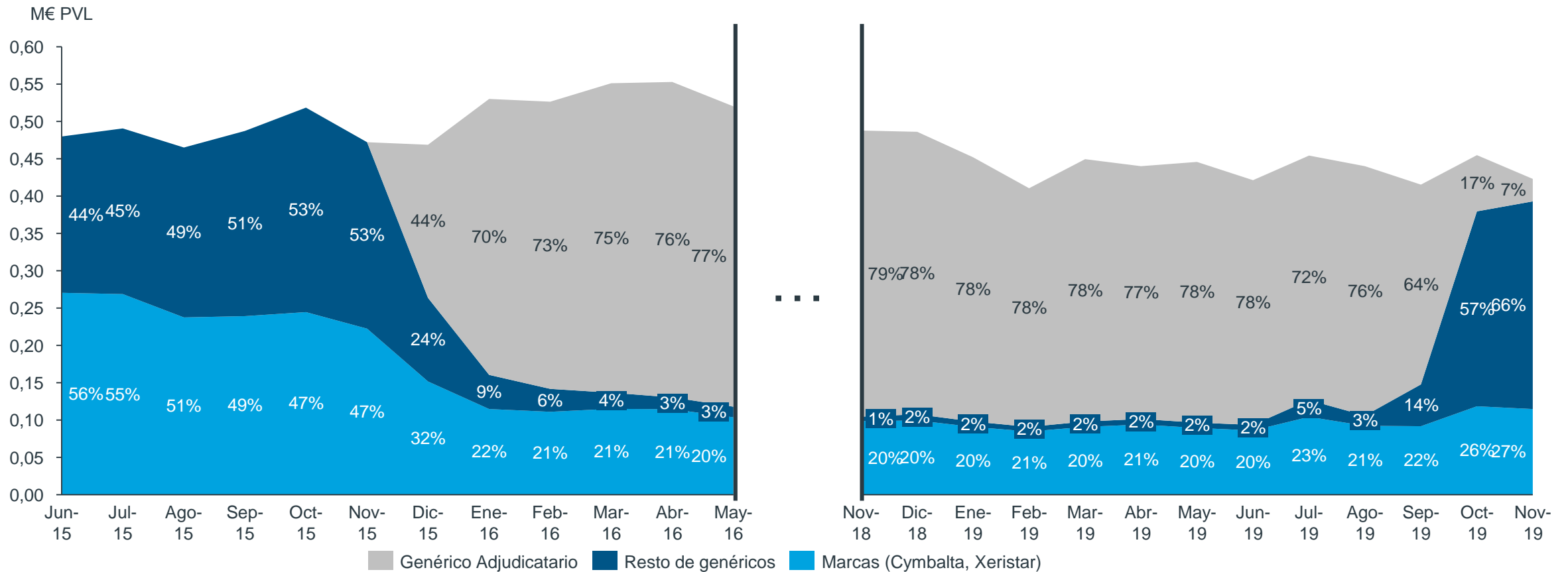


*Cuota en el mercado de genéricos de las AH incluidas en la subasta 11
 ** Incluye Ratiopharm
 Fuente: juntadeandalucia.es; NPACCAA (Venta Sell-out); Análisis IQVIA

Tomando como ejemplo la AH 1082 observamos que en el mes de Octubre los genéricos no adjudicatarios han desplazado a los adjudicatarios

A pesar de que las marcas han incrementado su cuota, ésta es muy inferior a la que conseguían antes de las subastas

Evolución de ventas mensuales de la AH 1082 – Duloxetine 60mg 28 cápsulas en Andalucía (M€)



Fuente: juntadeandalucia.es; NPACCAA (Venta Sell-out); Análisis IQVIA

Evolución del Mercado de la farmacia Española

Actualización datos de noviembre 2019

Diciembre 2019