

Evolución del Mercado de la farmacia Española

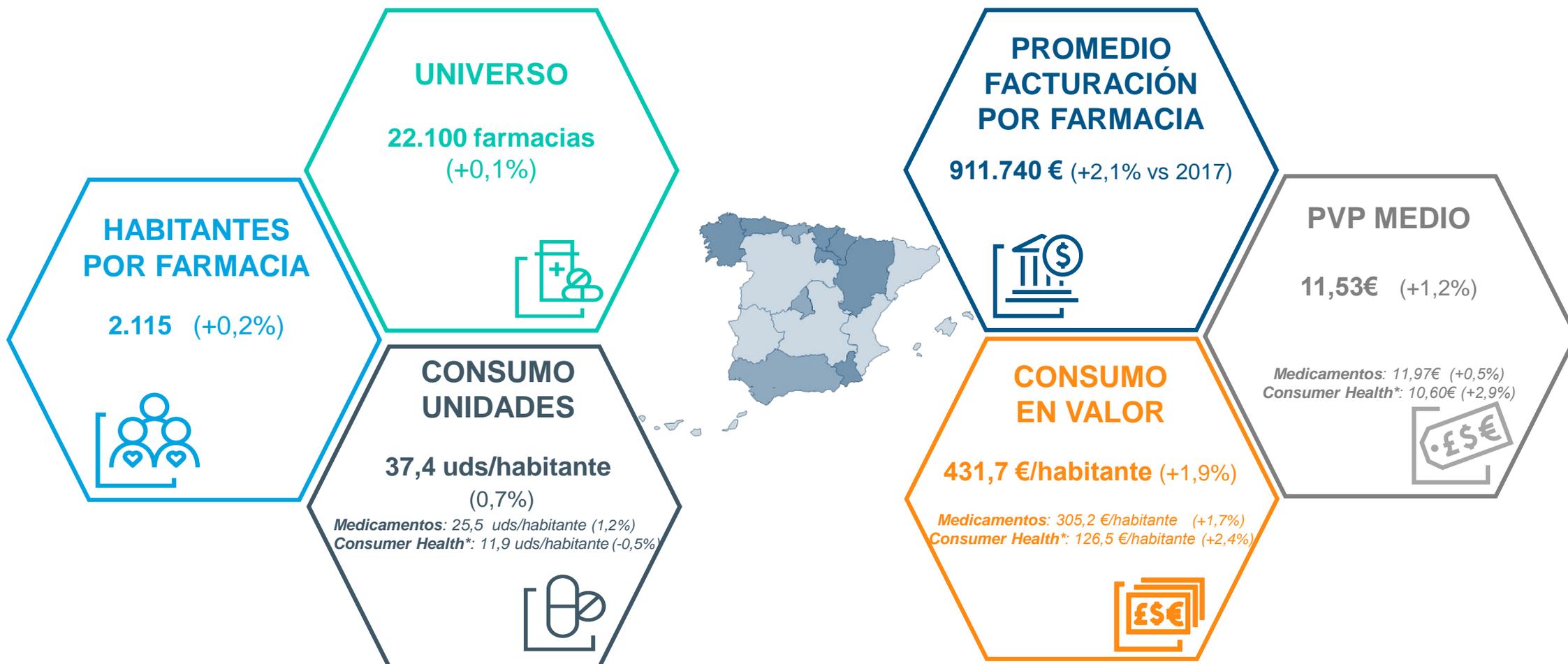
Actualización datos de mayo 2019

Junio 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
 - + Salud Oral

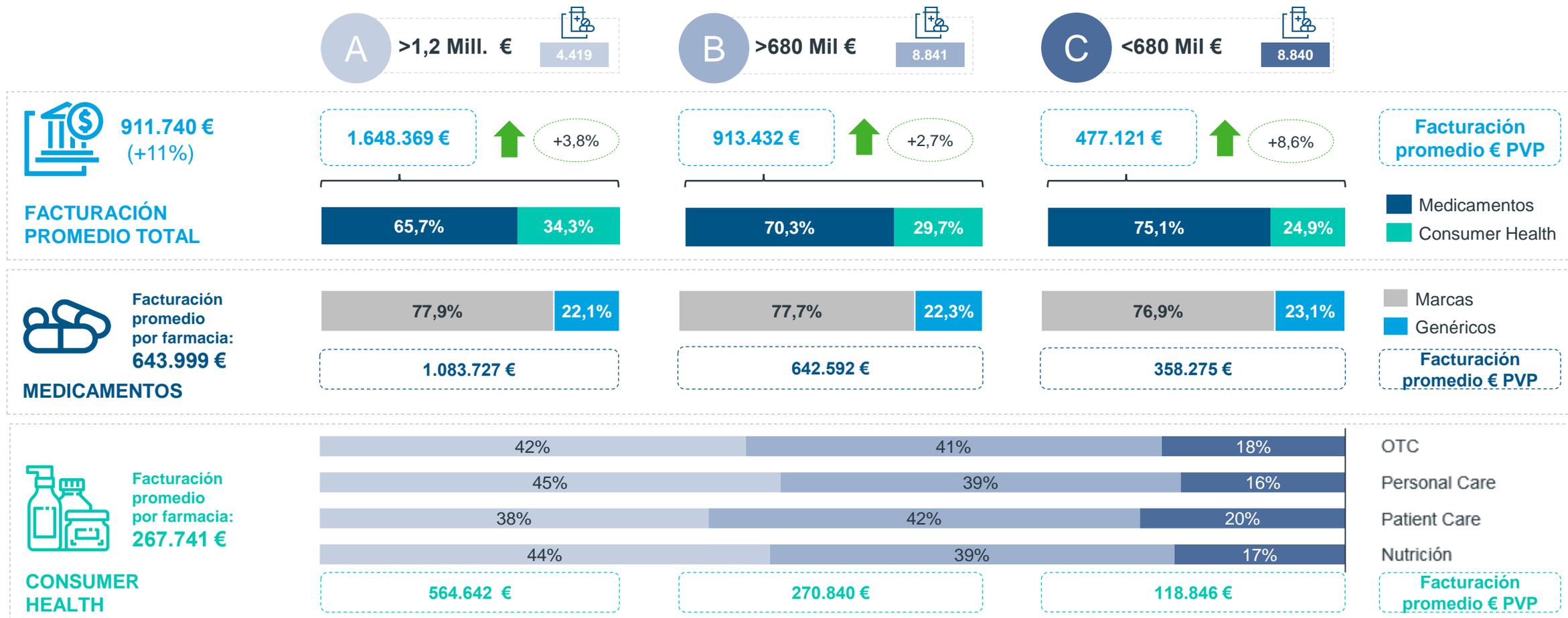
España cuenta con 22.100 farmacias, las cuales facturan de promedio 911K€ con un PVP medio de 11,53€



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

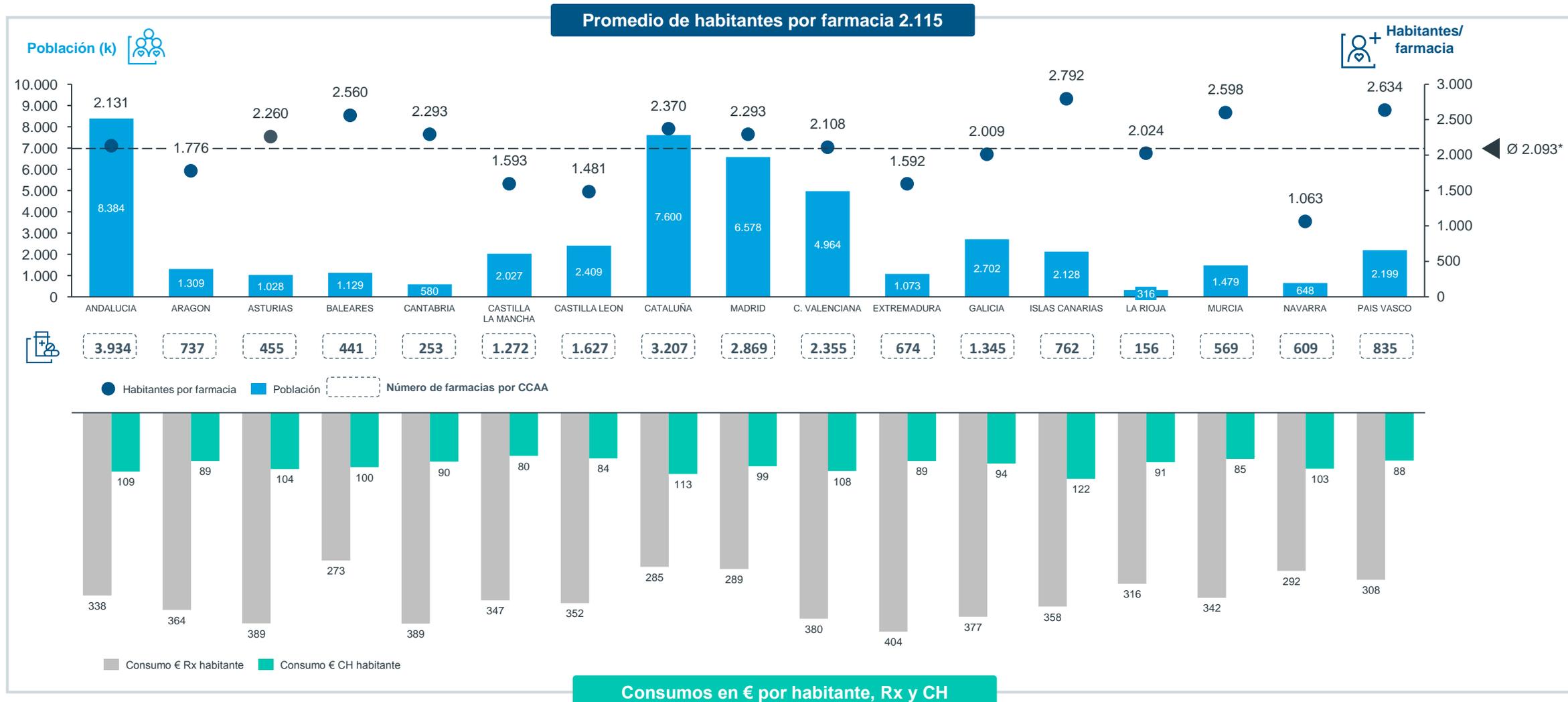
La facturación promedio de una farmacia ha crecido un 11% en los últimos 4 años, el 30% de esta facturación la realizan productos de Consumer Health

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)
 *Semietícos y EFP's dentro del mercado de CH
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 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)



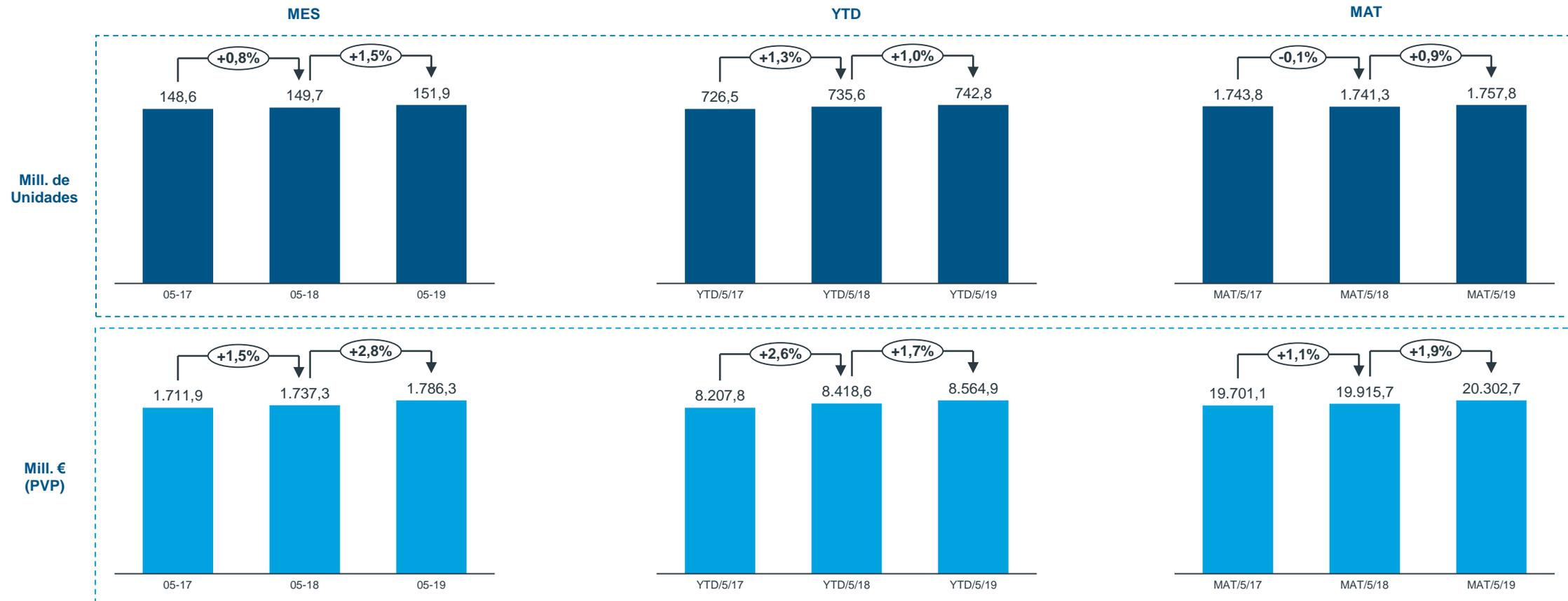
Fuente: datos 2018, los datos de promedio de habitantes por farmacia incluyen Ceuta y Melilla
 *El promedio no incluye Ceuta ni Melilla

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
 - + Salud Oral

El mercado farmacéutico presenta un crecimiento del +1,9% en valores y del +0,9% en unidades en el acumulado de los últimos 12 meses

Total mercado farmacéutico

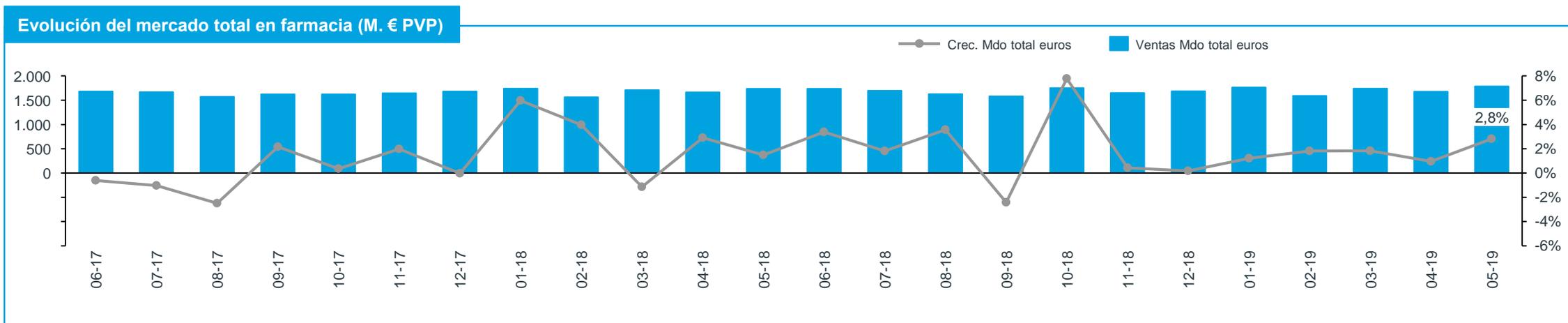
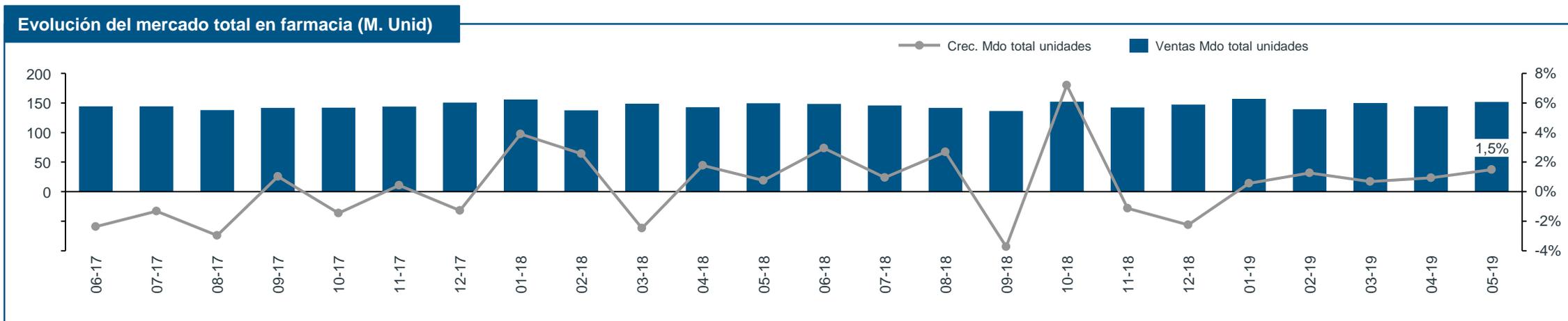


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

*Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

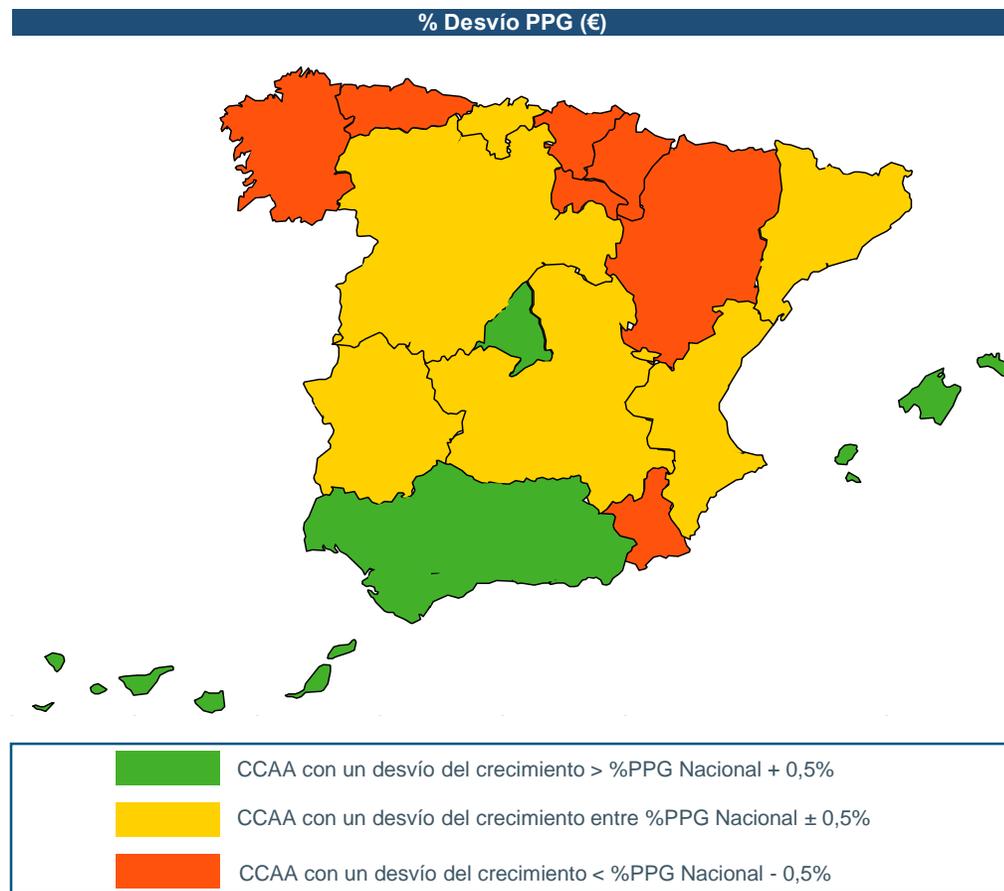
En mayo, el mercado crece tanto en unidades (+1,5%) como en valores (+2,8%)



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

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

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



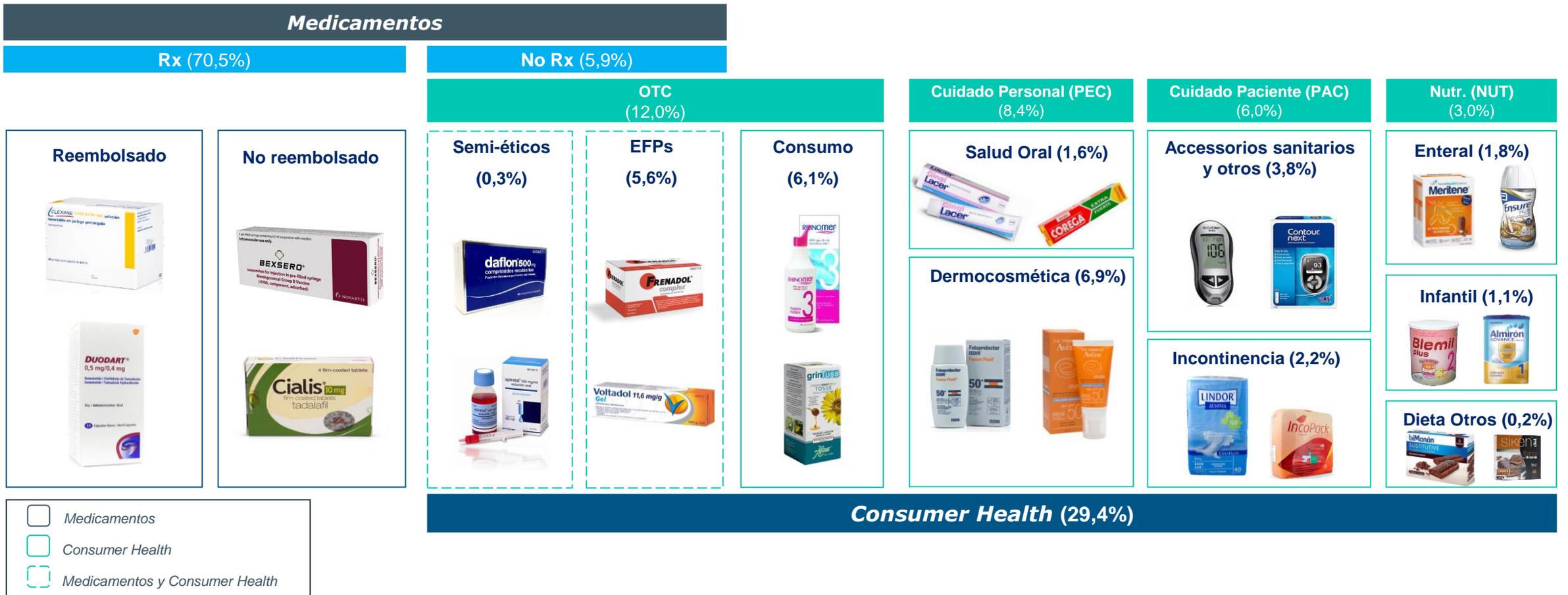
MAT/5/2019	TOTAL MERCADO	
	Crecimiento (%PPG, €)	Aportación al Crecimiento (% , €)
ANDALUCIA	3,2%	30,2%
BALEARES	3,1%	3,3%
MADRID	2,8%	18,0%
ISLAS CANARIAS	2,6%	6,8%
CASTILLA LA MANCHA	2,4%	5,2%
COMUNIDAD VALENCIANA	2,2%	13,8%
CANTABRIA	2,0%	1,4%
CASTILLA LEON	2,0%	5,3%
EXTREMADURA	2,0%	2,7%
CATALUÑA	1,6%	12,2%
ARAGON	0,8%	1,2%
GALICIA	0,3%	1,1%
MURCIA	0,1%	0,1%
PAIS VASCO	0,0%	-0,1%
LA RIOJA	-0,2%	-0,1%
ASTURIAS	-0,6%	-0,8%
NAVARRA	-0,7%	-0,5%
TOTAL NACIONAL	1,9%	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
 - + Salud Oral

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 03/2019 sobre el mercado farmacéutico total
 Los imágenes se refieren a los Top 2 productos de cada subcategoría en Valor a MAT 03/2019
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

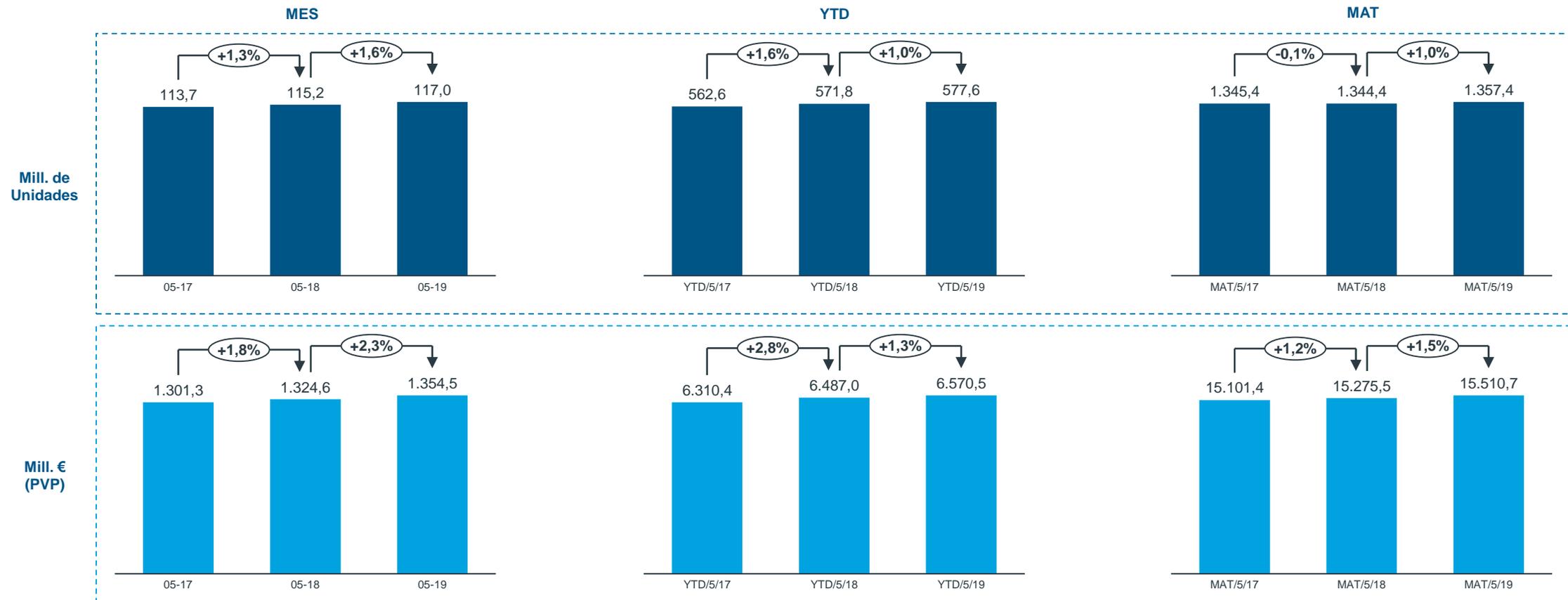
Índice

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

El mercado de medicamentos muestra crecimientos positivos en todos los periodos, tanto en unidades como en valores

El acumulado de los últimos 12 meses presenta mejores crecimientos que el año pasado, especialmente en volumen donde se revierte la tendencia negativa

Mercado de Medicamentos



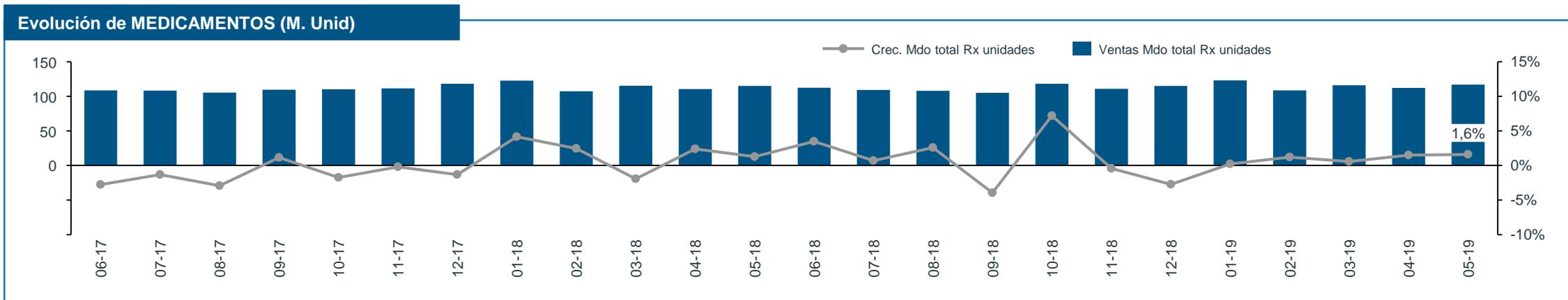
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

*Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

En el mes de mayo el mercado crece tanto en valores (+2,3%), como en unidades (+1,6%) vs el mismo periodo del año anterior

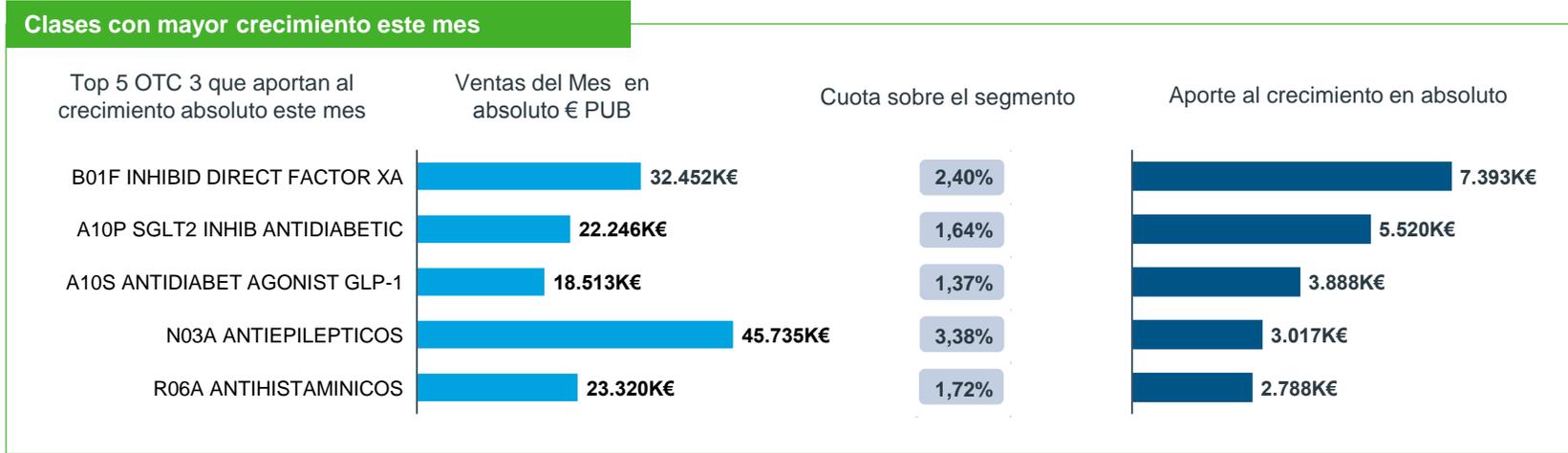
El mercado mantiene la evolución positiva de comienzos de año



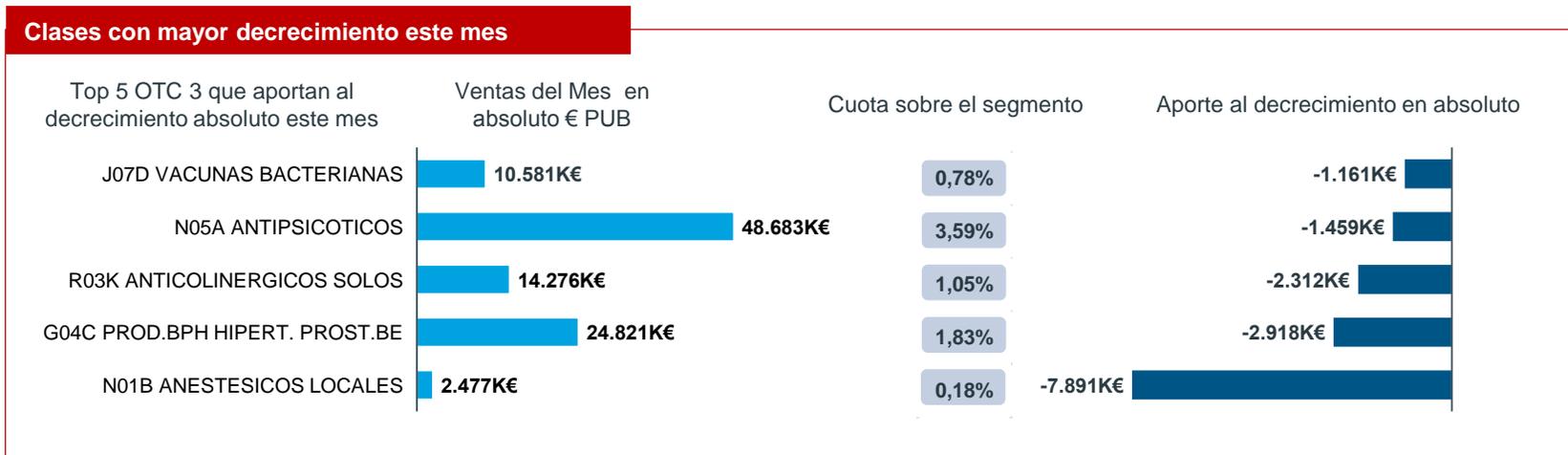
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

Los NACOs de tipo ‘xaban’ (clase B01F) sigue siendo la clase que más aporta al crecimiento este mes, creciendo 7,4M€

La clase que más decrece en el mercado de medicamentos es la de anestésicos locales con Versatis®



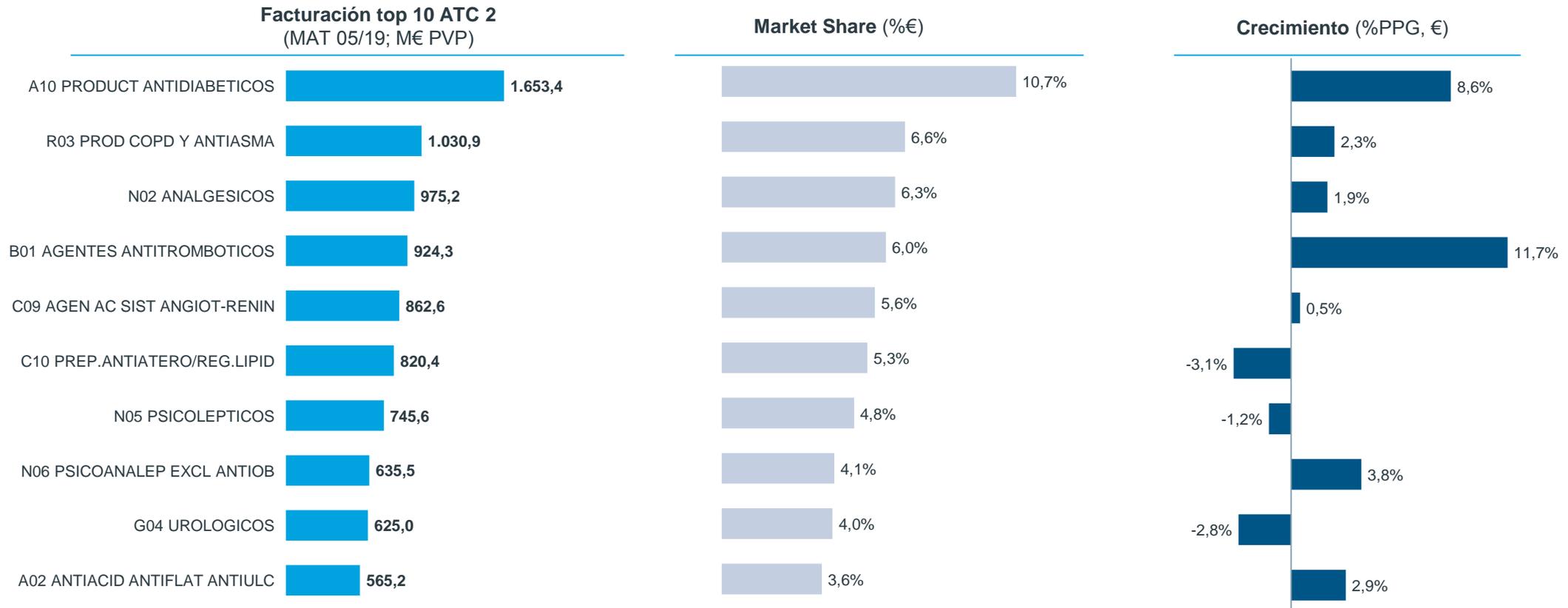
- Los **NACOs crecen 7,4M€**, Eliquis encabeza el crecimiento aportando 3,1M, seguido de Lixiana (2,2M) y Xarelto (2,1M).
- La **segunda clase con mayor aporte al crecimiento son los Antidiabéticos** inhibidores SGLT2 , su crecimiento se ve favorecido por el aporte de Jardiance y Synjardy, aportado conjuntamente más de 3M.
- La **tercera categoría** que aporta más positivamente este mes son otro tipo de antidiabéticos, **agonistas GLP1** (+3,9M€).



- La clase **Anestésicos Locales decrece 7,9M€** y **7,8M€** son debidos a la caída de las ventas de **Versatis**. Para este producto se han cambiado las **condiciones de dispensación**, siendo necesario un **visado** de inspección.
- Los **productos para la hiperplasia benigna de próstata son la segunda clase que más contribuyen al decrecimiento (-2,9M€)**, Duodart decrece por encima de esta cifra debido a la bajada de precio de este producto.

Los agentes antitrombóticos y los antidiabéticos siguen siendo las clases que más contribuyen al crecimiento positivo en el acumulado de 12 meses

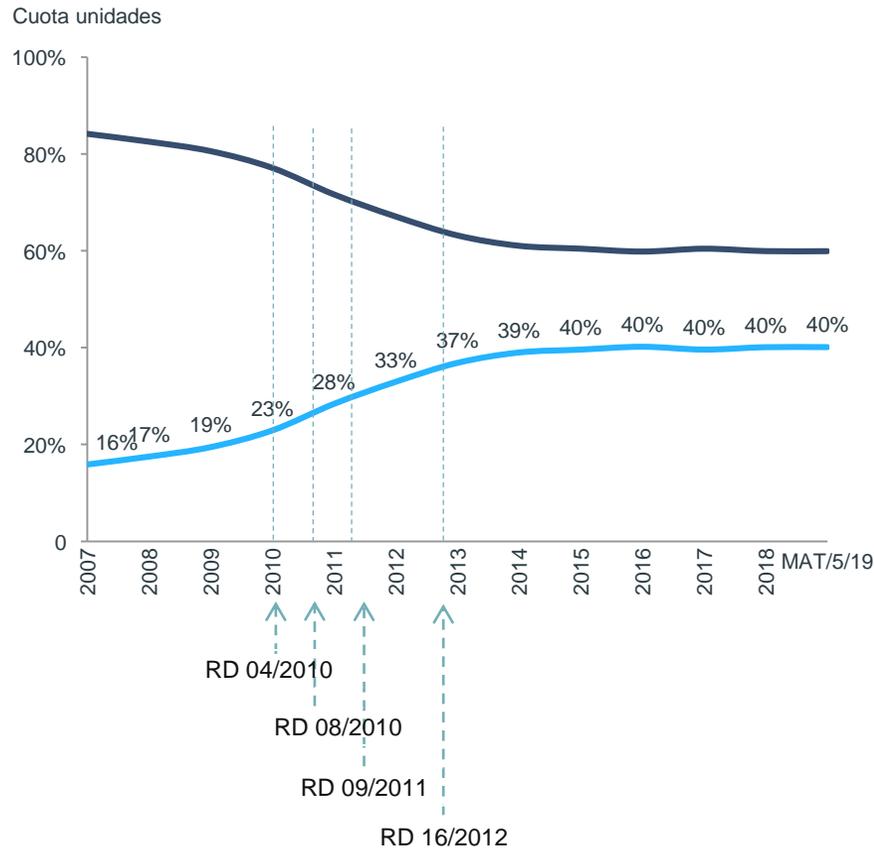
Fuera de las top 10 ATC destaca por su crecimiento positivo la clase la clase de Antiepilepticos(N03) (7,3%)



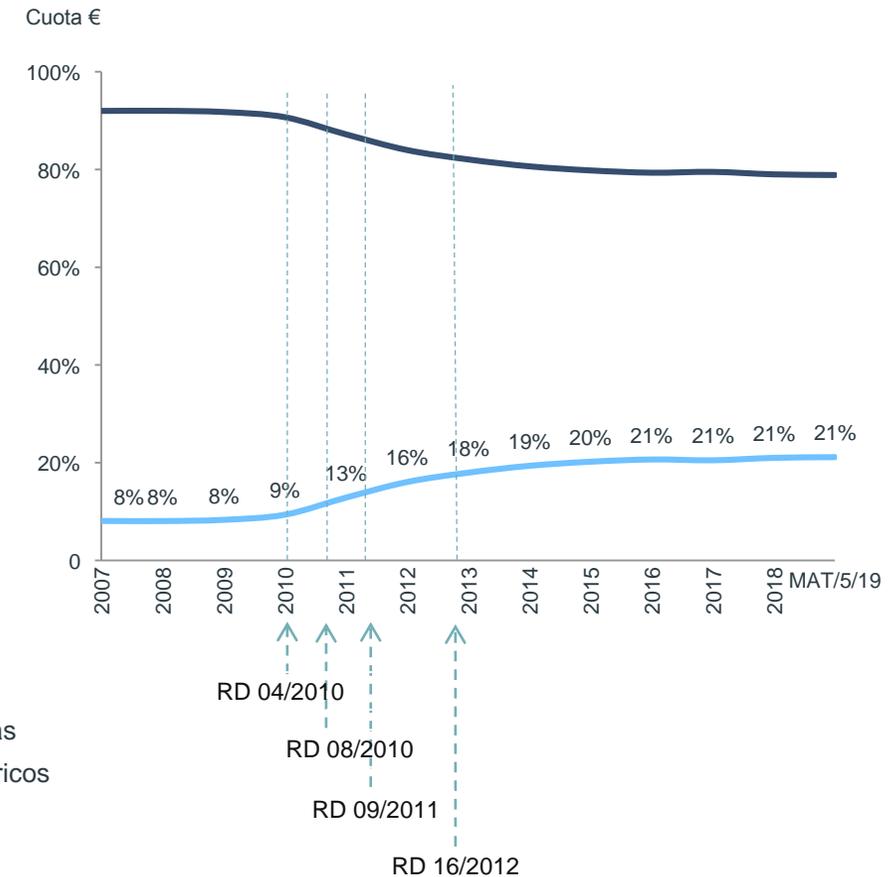
Total mercado de Medicamentos a MAT/5/19: 15.511 Mill. de € con un PPG del 1,5%

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)



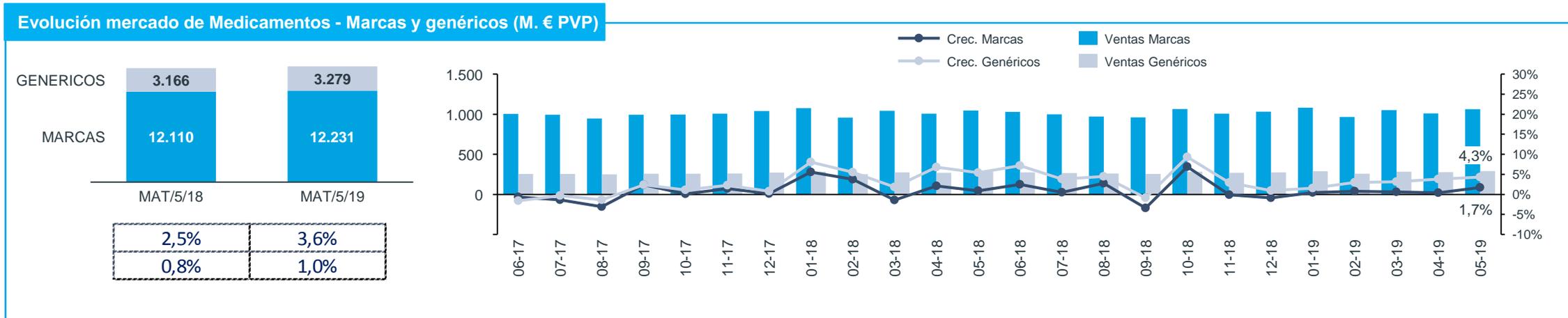
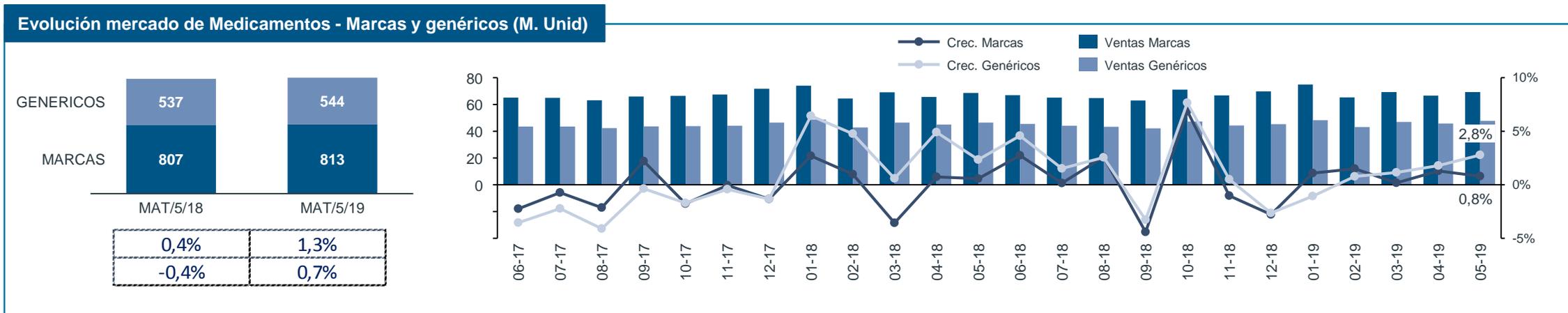
Evolución genéricos total mercado farmacéutico (Euros, PVP)



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Semióticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

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

El periodo analizado muestra un cambio importante de tendencia respecto al 2017

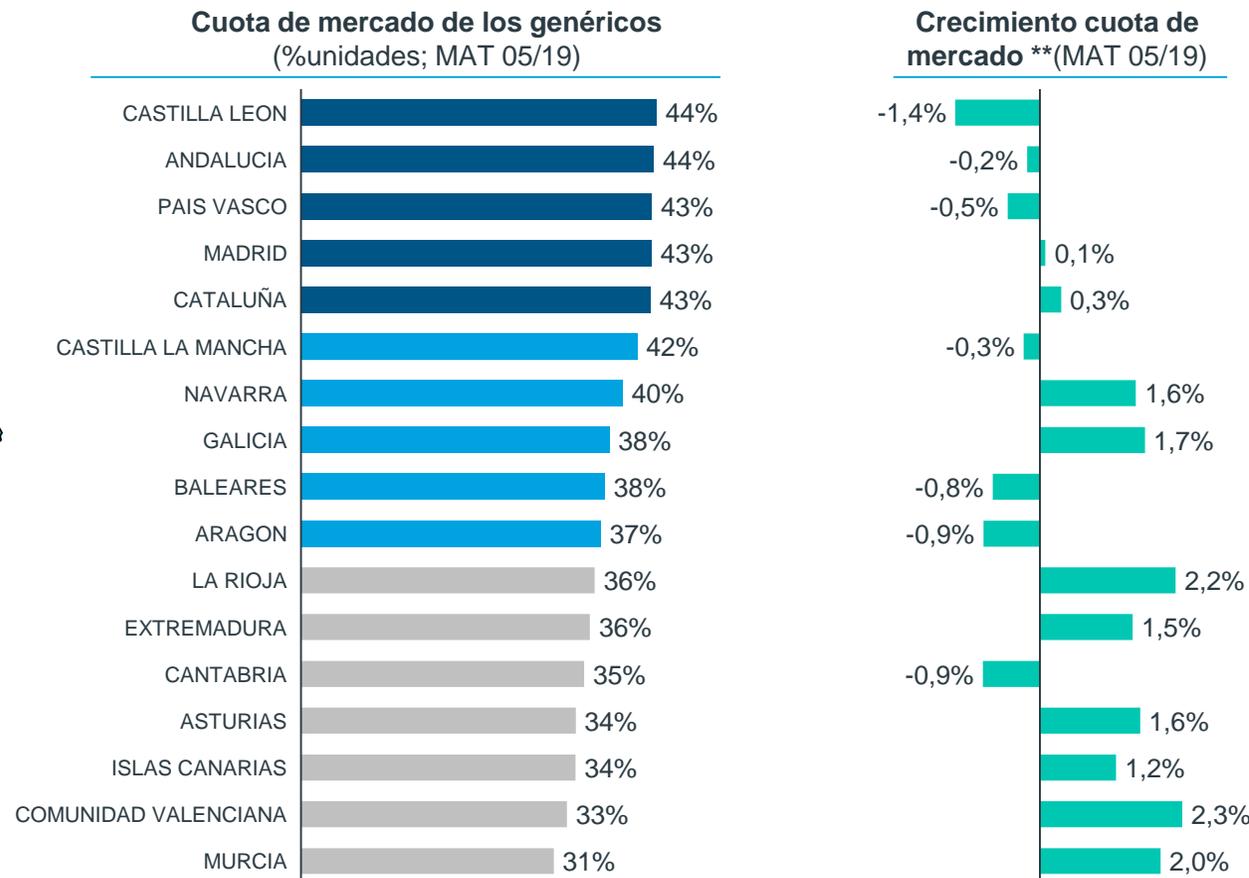
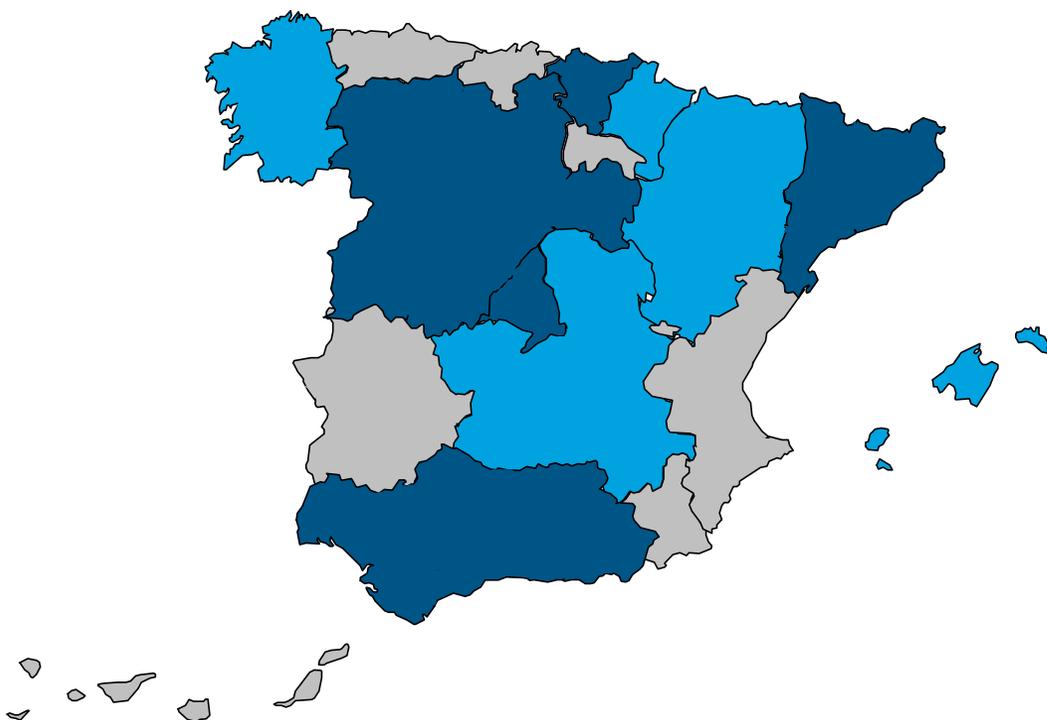


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Semiefticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

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

En el último año, Castilla y León junto con Andalucía, País Vasco, Madrid y Cataluña son las CCAA con mayor penetración de genéricos

No obstante, en Castilla y León, Andalucía, País Vasco, Castilla y la Mancha, Baleares, Aragón y Cantabria el genérico ha perdido cuota de mercado frente al año anterior



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 6.200 farmacias

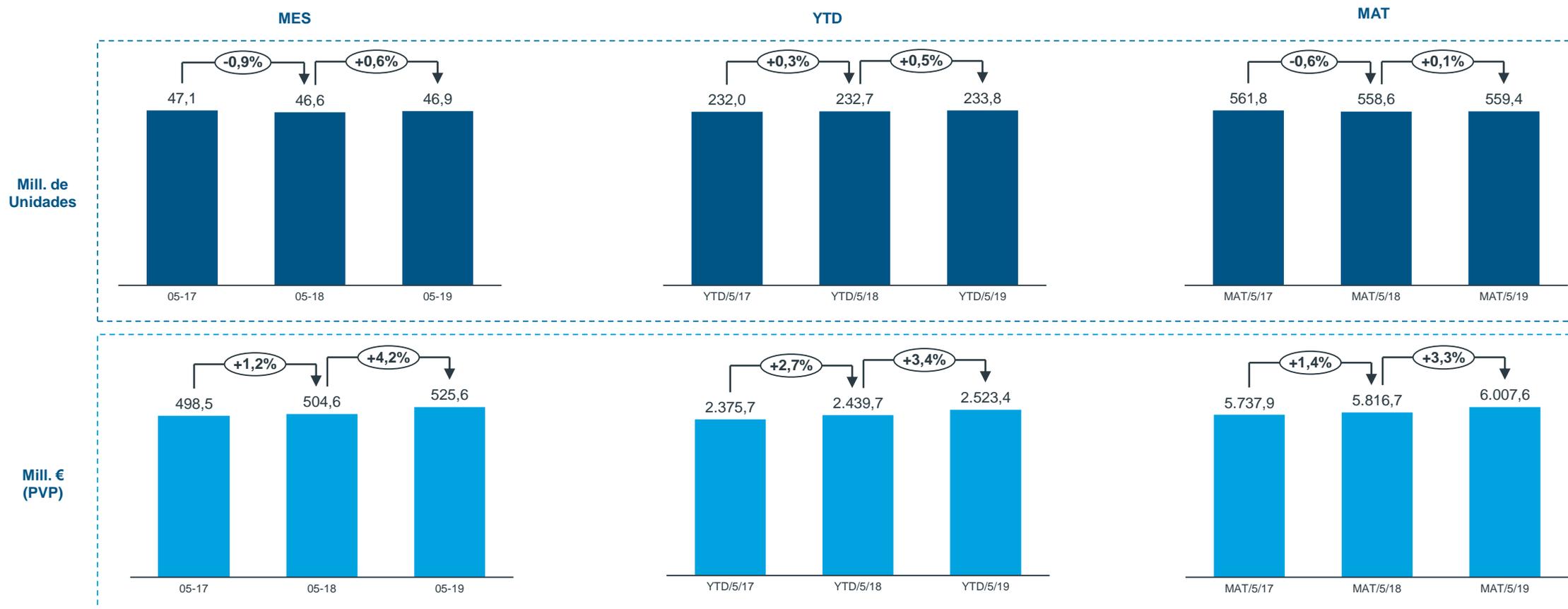
Índice

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

En el acumulado del año, Consumer Health muestra una tendencia plana en volumen (+0,1%) aunque acelera su crecimiento en valores (+3,3%)

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

Mercado de Consumer Health



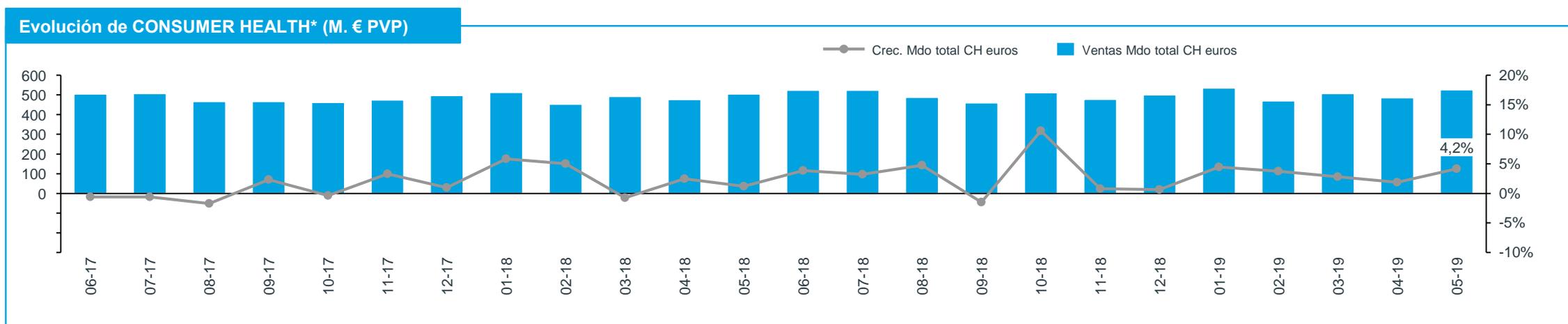
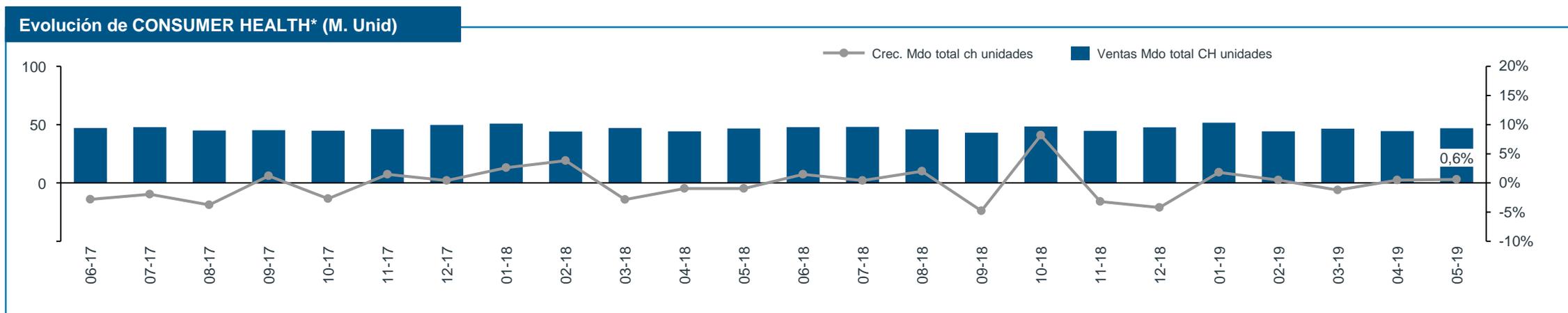
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

*Seméticos y EFP's dentro del mercado de CH

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

El mercado de Consumer Health crece en el mes de mayo un +4,2% en valores y un +0,6% en unidades

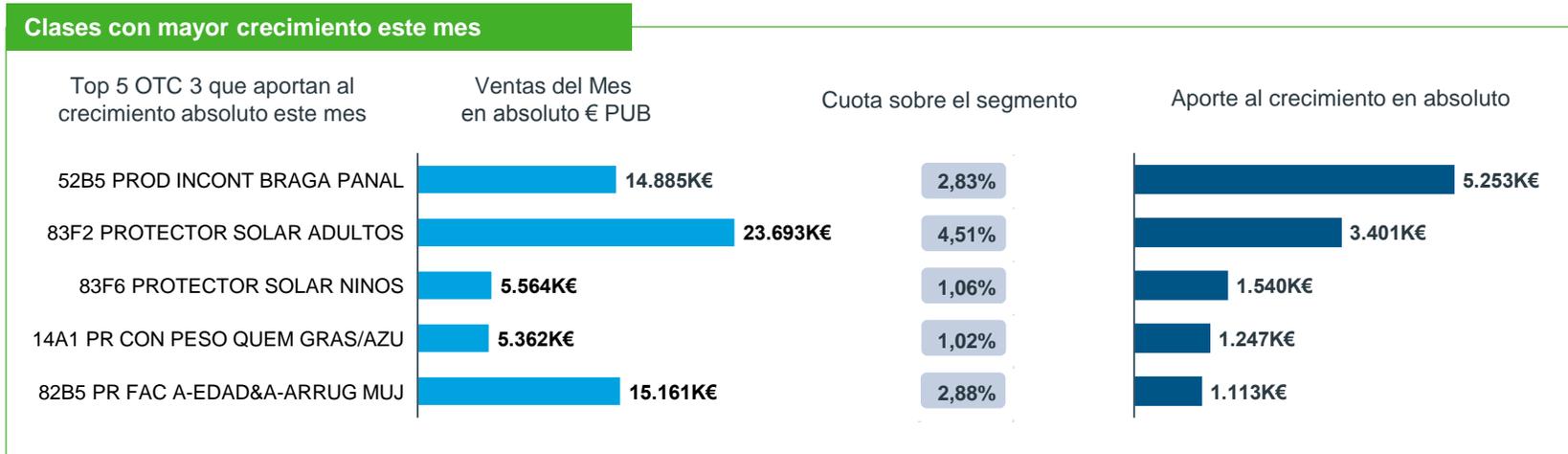
El crecimiento en valores sigue manteniendo la tendencia positiva del año 2019



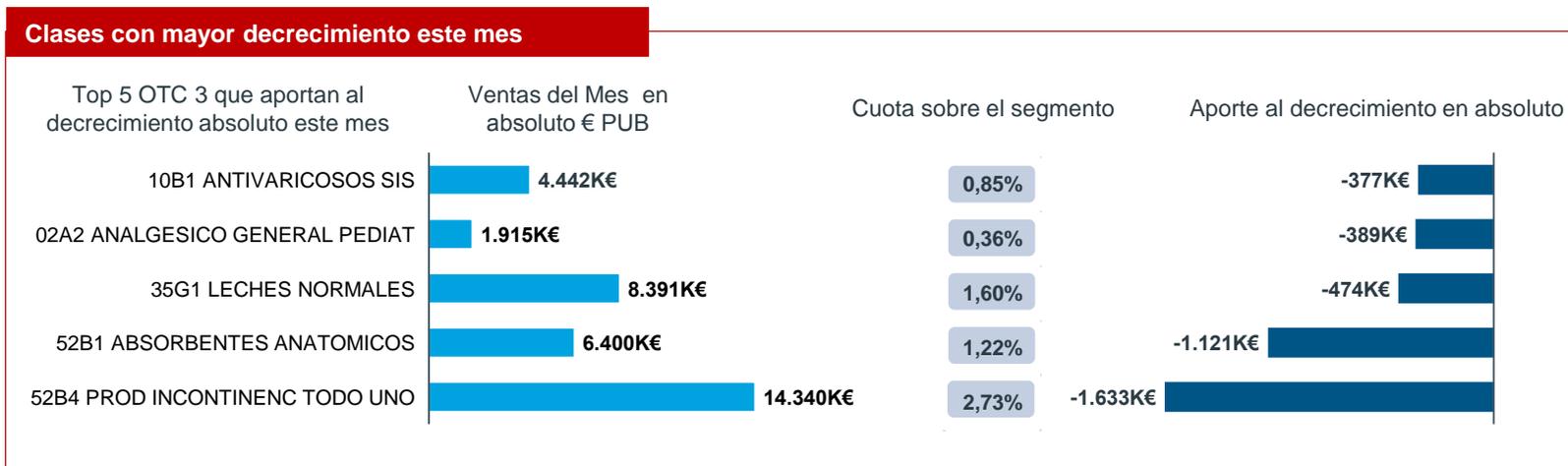
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Seméticos y EFP's dentro del mercado de CH
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

En el mes de mayo, 3 de las 5 clases que más aportan al crecimiento son estacionales, siendo 2 de estas de solares

Las clases que más frenan el crecimiento son clases de incontinencia y nutrición



- La clase con más aporte al crecimiento es la clase de **Braga-Pañal (+5,2M€)**, gracias a la financiación de esta clase.
- La clase de **productos de protección solar adultos** aporta más de **3,4M€** al crecimiento para este mes de mayo. Los **solares para niños** también muestran crecimientos muy positivos, de **1,5M€**.
- Con la llegada del verano, se ven promovidas las ventas de los productos para la figura como agentes quemagrasas.

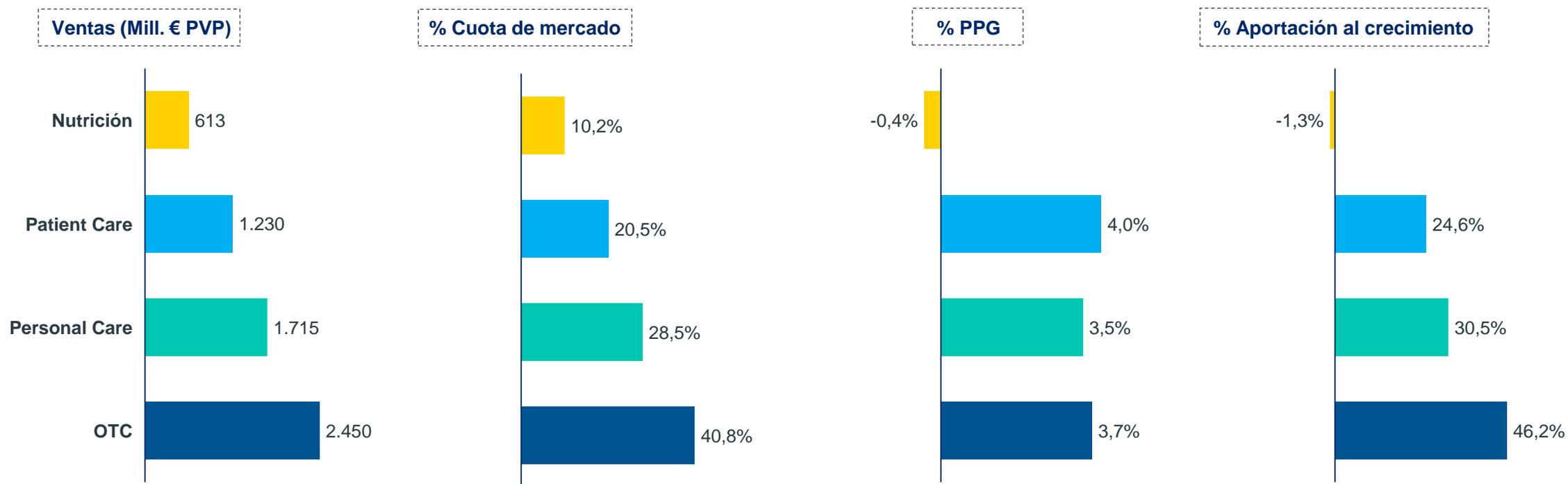


- Los **absorbentes anatómicos** y los **productos para incontinencia** todo en uno son las clases terapéuticas con mayor decrecimiento este mes. Conjuntamente, las dos clases de incontinencia decrecen más de **2,7M€**.
- La **tercera** clase que más aporta al decrecimiento es la clase de **Leches Normales**, en la que observamos un decrecimiento generalizado en los top 3 players (Ordesa, Alter y Numil)

El 46,2% del crecimiento del mercado de CH en los 12 últimos meses proviene del crecimiento del segmento OTC

El segmento de Nutrición no revierte su tendencia y sigue con tendencias negativas

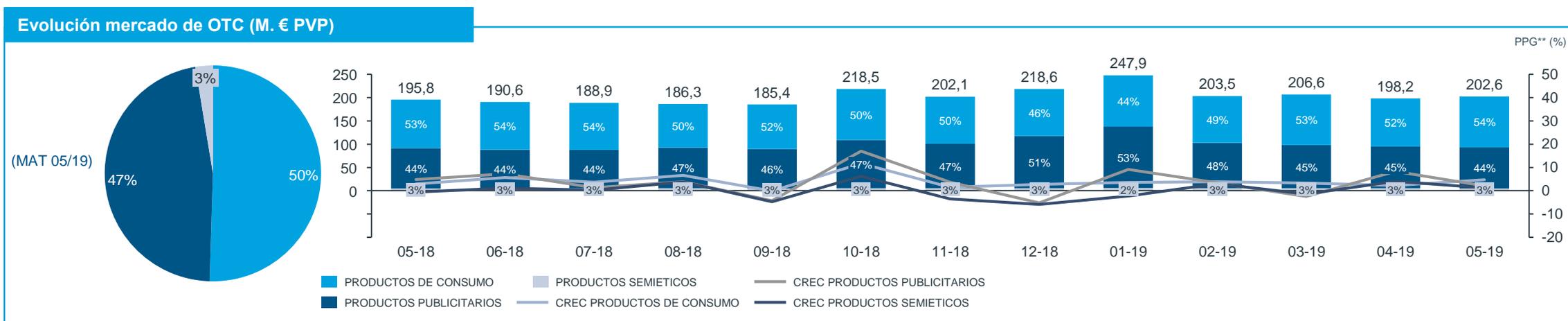
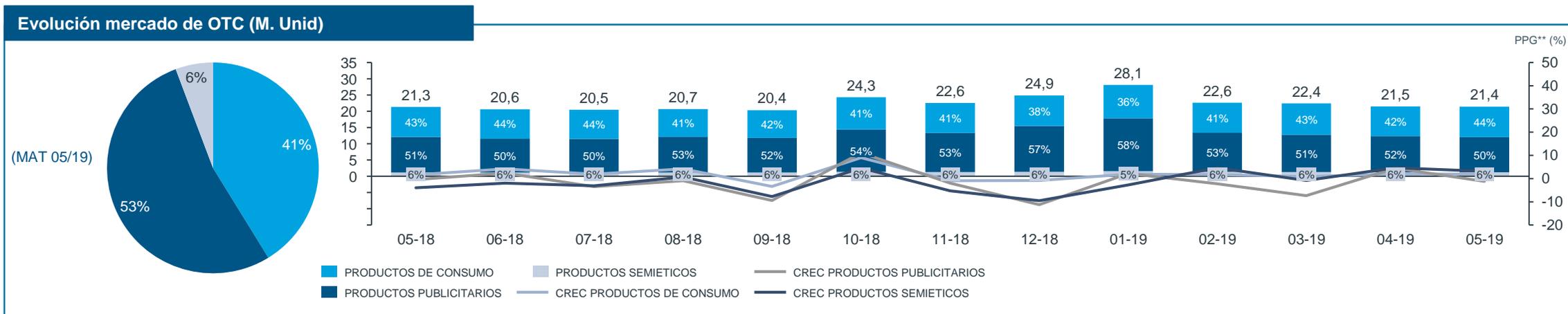
Mercado de Consumer Health (Mill € PVP, MAT05/2019)



Total mercado Consumer Health a MAT/5/19: 6.008 Mill. de € con un PPG del 3,3%

Los productos de consumo son los que presentan un mayor crecimiento durante el mes de mayo (+4,8% en valores)

Los productos semiéticos revierten la tendencia de meses anteriores, creciendo un +1,2% en valores vs el mismo periodo del año pasado



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

*Semiéticos y EFP's dentro del mercado de OTC

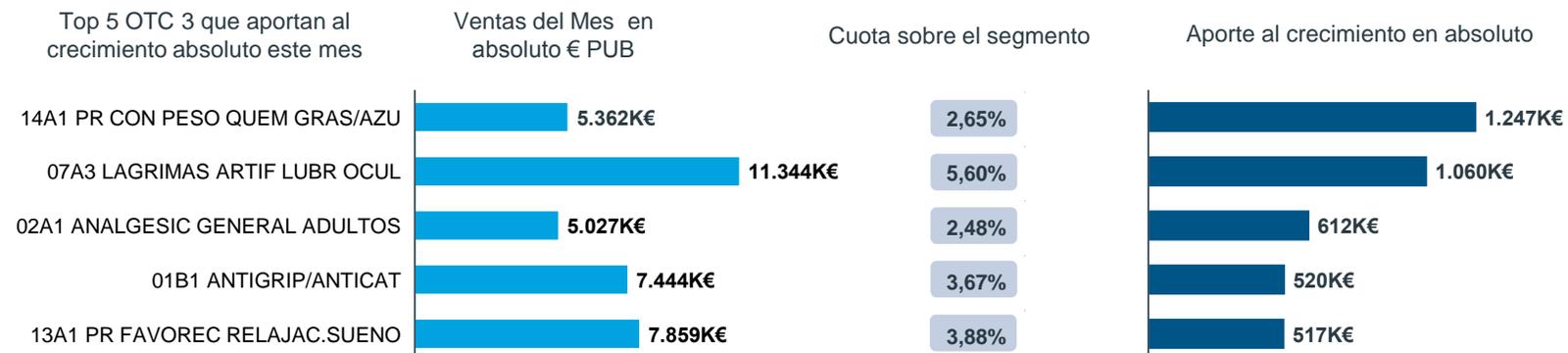
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

**Previous Period Growth. Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

Los productos quemagrasas aportan 1,2M€ al crecimiento del mercado Consumer Health este mes de mayo

Además de productos estacionales, destacan con crecimientos positivos la clase 07A3 lágrimas artificiales

Clases con mayor crecimiento este mes



- Con la llegada del verano, destaca la categoría de productos para el **control de peso quemagrasa/azúcares** siendo la que más aporta al crecimiento. **Perrigo es el líder** en este mercado y es el que impulsa el aumento en las ventas, aportando más de 1,5M este mes.
- Seguimos viendo crecimientos positivos en la clase de **Lágrimas artificiales y lubricantes oculares**. En esta clase, observamos que **los top 5 productos crecen**.

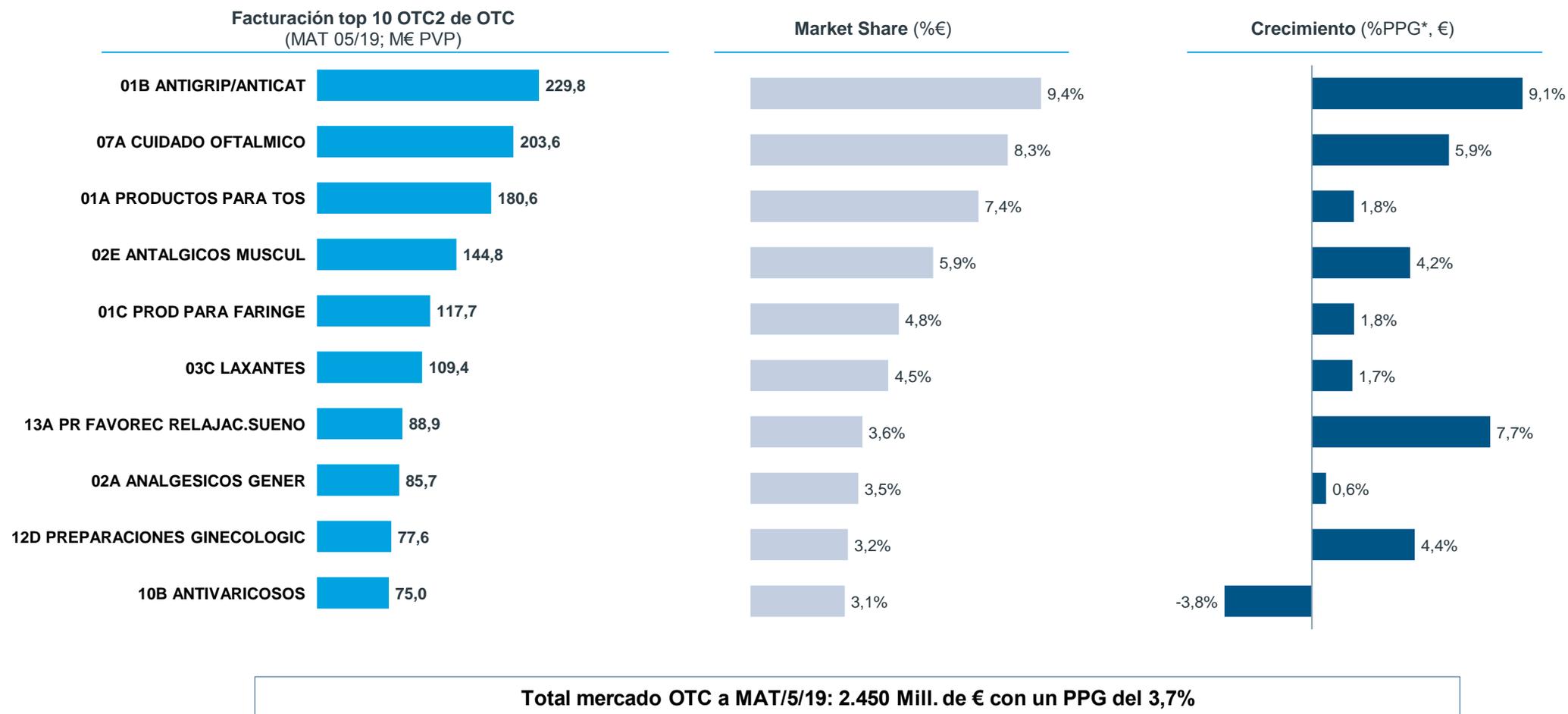
Clases con mayor decrecimiento este mes



- La clase que más aporta al decrecimiento del segmento de OTC es **analgésicos generales pediátricos** que ya venía mostrando tendencias negativas en el mes de abril. **Dalsy** es el producto que promueve este decrecimiento.
- Los **antivaricosos** y los **productos para la circulación** son dos de las clases que más frenan el crecimiento del segmento OTC. En antivaricosos es **Venoruton** el principal driver de esta tendencia y en la categoría para la circulación es una de las referencias de **Epaplus**.

En los últimos 12 meses, 9 de las Top OTC2 evolucionan positivamente en valores, siendo los productos Antivaricosos los únicos que decrecen

3 de las Top 10 categorías OTC pertenecen al mercado del frío



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

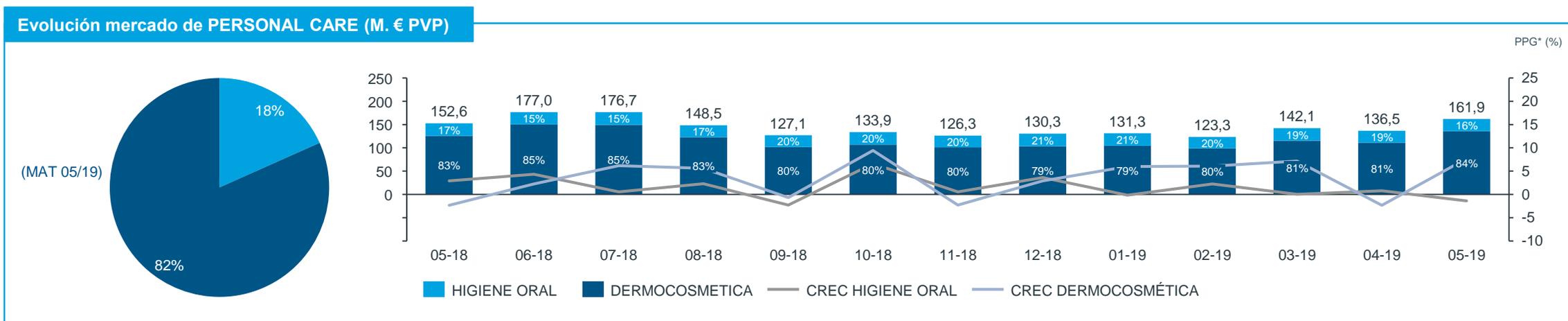
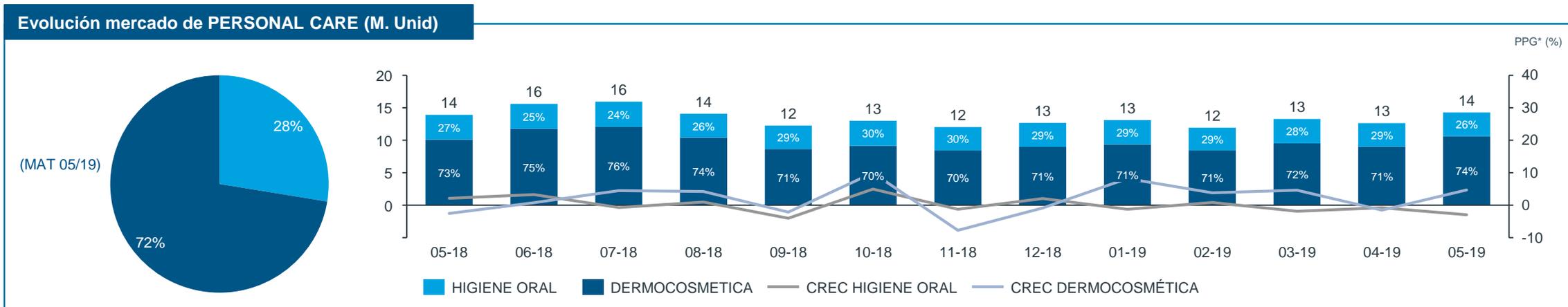
*Seméticos y EFP's dentro del mercado de OTC

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

*Previous Period Growth

Cuidado Personal muestra tendencias positivas tanto en valores como en unidades para el mes de mayo

El segmento de Salud Oral decrece un -2,9% en unidades frente al mismo periodo del año anterior



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior
 *Previous Period Growth

Todas las clases con mayor aporte al crecimiento pertenecen al segmento de Dermocosmética

Decrecen las clases de dentífricos y colutorios, cuidado del cabello y productos para la celulitis, entre otras

Clases con mayor crecimiento este mes



- En el mes de mayo observamos crecimientos en las categorías de **solares**, tanto de **adultos** como de **niños**, aportando **casi 5M€ al segmento PEC**. **Isdin** y **Cantabria Labs** son los dos players con mayores crecimientos en absoluto, aportando más de 3,6M€.
- **La categoría productos faciales antiedad-antiarrugas mujer** sigue siendo de las top categorías con mayor aporte al crecimiento, siguiendo las tendencias de los meses anteriores. Destacan por sus crecimientos **Lierac, Cantabria Labs** y **Vichy**.

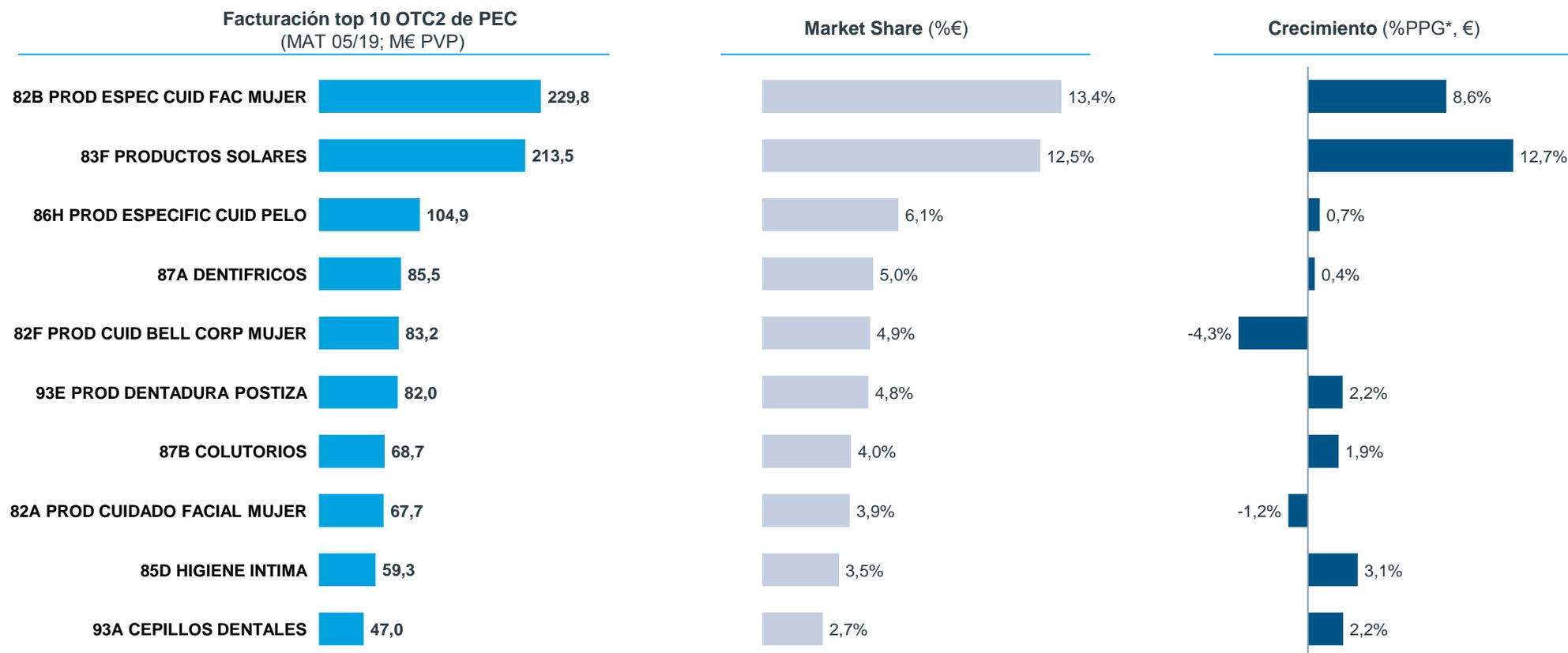
Clases con mayor decrecimiento este mes



- De las clases que más decrecen en el segmento PEC, **2** de ellas son de **PEC Oral**.
- **Siguen decreciendo productos para la celulitis**, a pesar de estar en periodo estival.
- Igualmente, **el peso que tienen las top 5 clases que aportan al decrecimiento es bajo** en relación a las clases que aportan, lo que favorece el crecimiento del segmento PEC para este mes.

8 de las Top 10 clases de PEC crecen, siendo las de productos para el cuidado y belleza corporal y facial de la mujer las únicas que decrecen

Martiderm y Cantabria Labs son los 2 de los top 5 players que crecen a doble dígito en la clase 82B



Total mercado PEC a MAT/5/19: 1.715 Mill. de € con un PPG del 3,5%

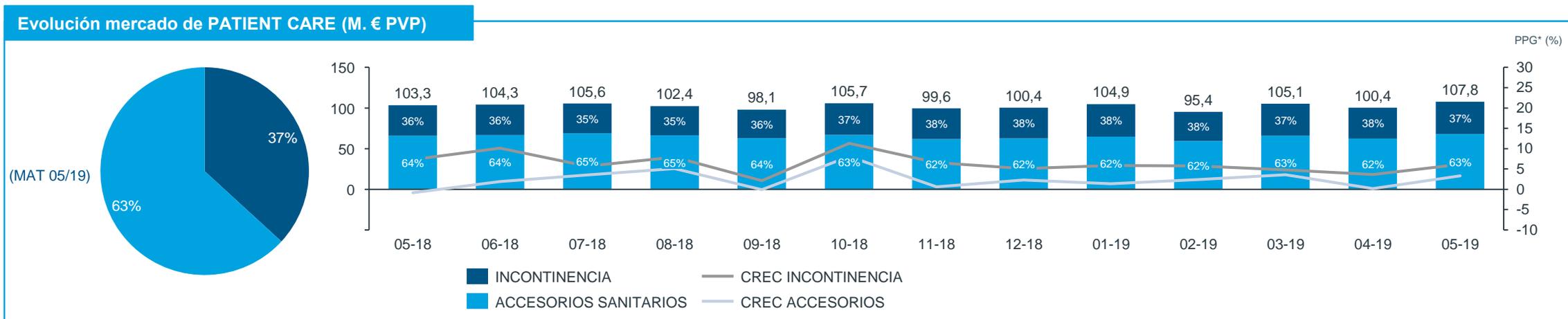
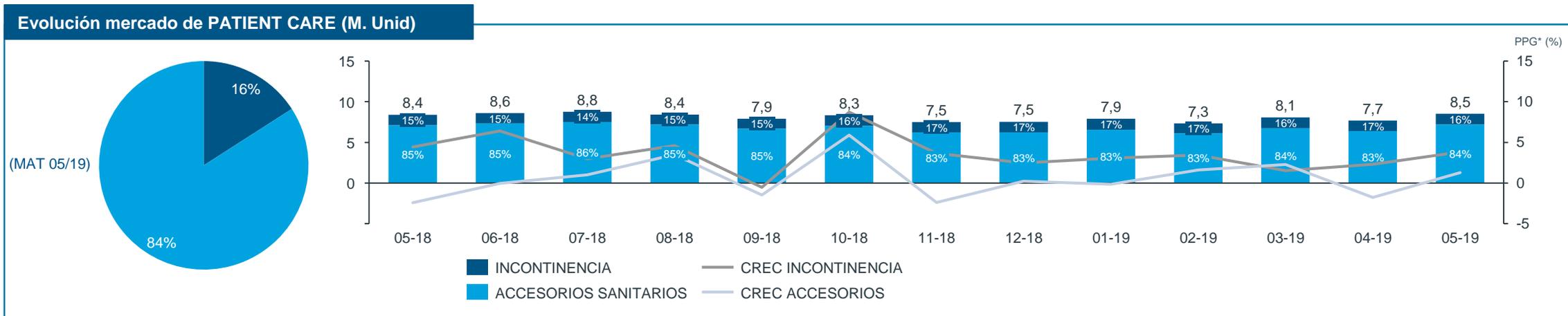
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

*Previous Period Growth

En el acumulado de los últimos 12 meses, los Accesorios Sanitarios suponen el 63% 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 6.200 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior
 *Previous Period Growth

En el mes de mayo, los productos para Incontinencia tipo Braga-Pañal aportan 5,2M€ al crecimiento del segmento PAC

Los productos para Incontinencia Todo en Uno decrecen cerca de 1,6M€, frenando el crecimiento de PEC

Clases con mayor crecimiento este mes

Top 5 OTC 3 que aportan al crecimiento absoluto este mes	Ventas del Mes en absoluto € PUB	Cuota sobre el segmento	Aporte al crecimiento en absoluto
52B5 PROD INCONT BRAGA PANAL	14.885K€	13,81%	5.253K€
49C3 APOSITOS PARA AMPOLLAS	1.963K€	1,82%	361K€
50A4 BOLSAS/PAQUET COLOSTOMIA	4.941K€	4,58%	340K€
50A5 BOLSAS/PAQUET ILEOSTOMIA	2.702K€	2,51%	280K€
47A1 APOSITOS AVANZ TECNO BASE	3.358K€	3,12%	243K€

- En mayo, la clase con mayor aporte al crecimiento del segmento PAC sigue siendo 52B5 con **Productos para la incontinencia Braga Pañal, creciendo 5,2M€**. Este crecimiento viene promovido por la evolución positiva de los líderes en este mercado (Bimedica, Indas, Essity, Ontex ID y Hartman). Todos ellos muestran crecimientos superiores al 20%, esto se debe a **la financiación de esta clase** que, por su **comodidad**, ha reemplazado a otros productos para la incontinencia.

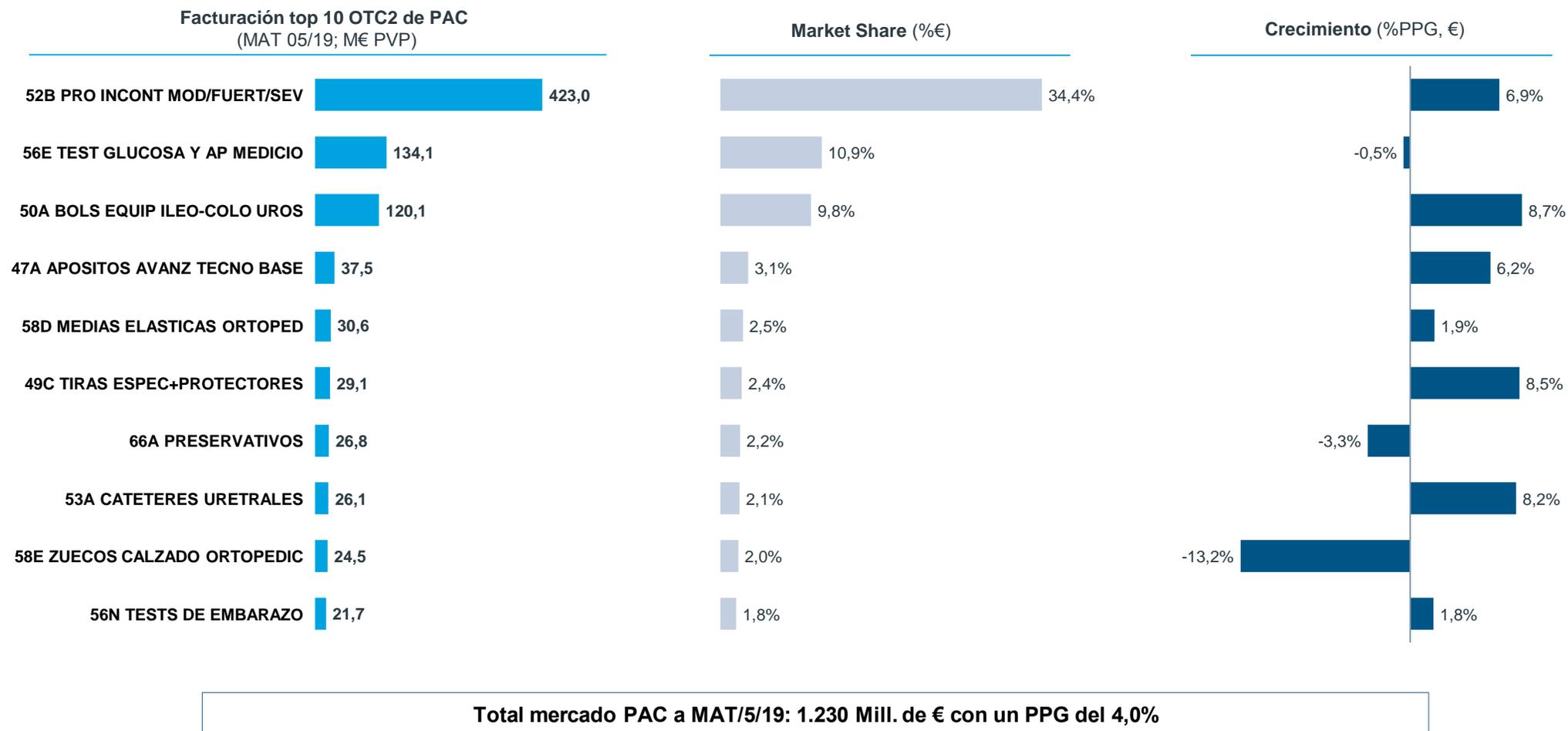
Clases con mayor decrecimiento este mes

Top 5 OTC 3 que aportan al decrecimiento absoluto este mes	Ventas del Mes en absoluto € PUB	Cuota sobre el segmento	Aporte al decrecimiento en absoluto
52B2 ABSORBENT ANATOM RECTANGU	1.709K€	1,59%	-139K€
56E2 TESTS DE GLUCOSA EN SANGR	11.294K€	10,48%	-150K€
58E9 OTR ACCESOR CORRECT PIES	2.066K€	1,92%	-282K€
52B1 ABSORBENTES ANATOMICOS	6.400K€	5,94%	-1.121K€
52B4 PROD INCONTINENC TODO UNO	14.340K€	13,30%	-1.633K€

- Decrecen 1,6M€ los Productos para incontinencia todo en uno**, los Top 3 laboratorios líderes en esta clase decrecen y 2 de ellos lo hacen a doble dígito.
- La segunda clase con mayor aporte al decrecimiento es la de **Absorbentes anatómicos** y cae un -14,9%, debido a la caída generalizada entre los players.
- Estos decrecimientos explican la sustitución de los productos para incontinencia utilizados tradicionalmente por la Braga-Pañal.**

Los productos para incontinencia son la OTC2 con mayor cuota de mercado dentro de PAC (34,4%) y también la que más aporta a este mercado (27,4 M€)

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



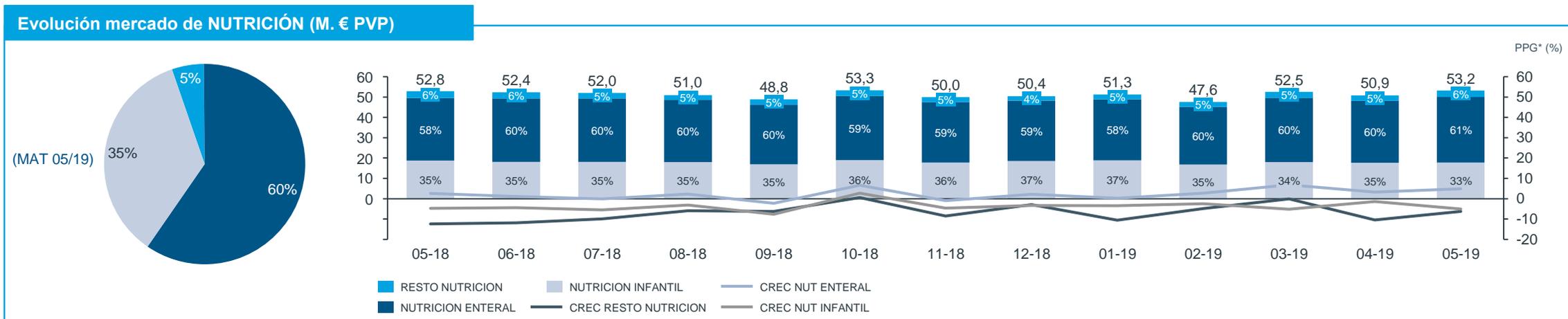
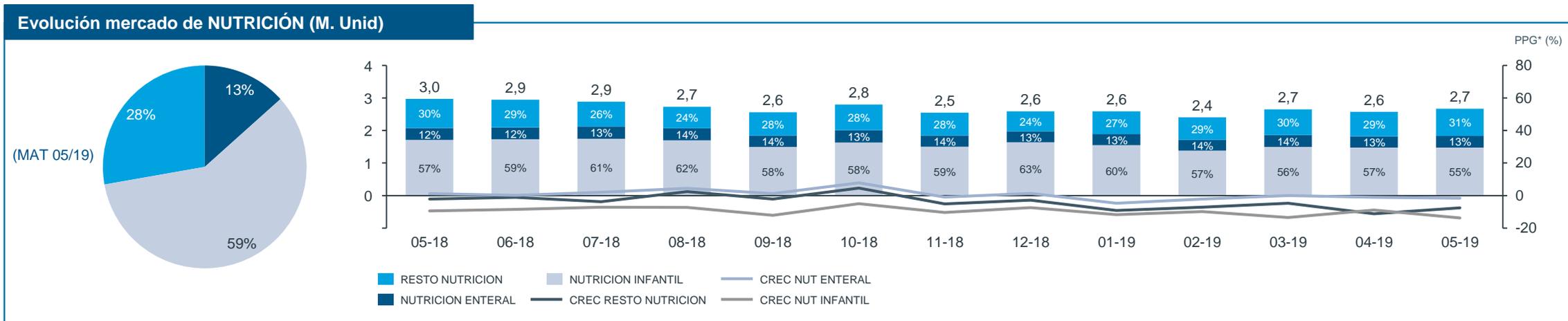
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

*Previous Period Growth

El decrecimiento del mercado de nutrición en los últimos 12 meses se debe tanto al decrecimiento de nutrición infantil como al resto nutrición

En mayo 2019, nutrición enteral crece un +4,8%; nutrición infantil decrece -5,1% y el resto nutrición decrece un -6,2% en valores



Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior
 *Previous Period Growth

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

En el canal de farmacia, decrecen Leches Normales y Cereales Infantiles, entre otras

Clases con mayor crecimiento este mes



- Las dos **clases de nutrición enteral con mayor aporte al crecimiento aportan un total de ~1,5M€** en el mes de mayo, en estas clases vemos que **4 de los 5 líderes muestran evolución positiva. En este top 5 laboratorios**, Fresenius destaca creciendo a doble dígito y Persan crece un 9,4%
- En la clase de **leches proteicas altamente hidrolizadas destacan Mead Johnson, Numil y Alter** con crecimientos a doble dígito, superiores al 40% para este mes.

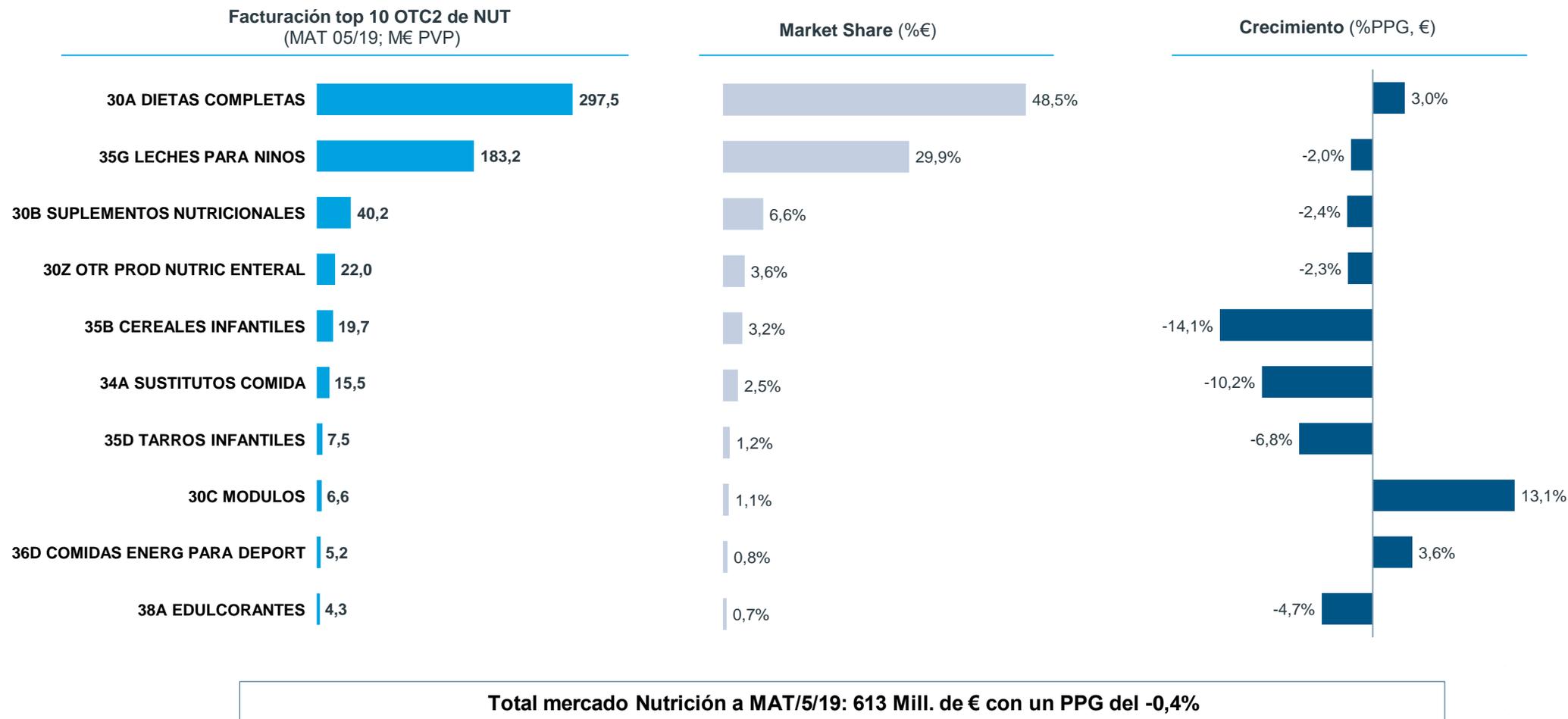
Clases con mayor decrecimiento este mes



- En la clase de **Cereales infantiles** preparados vemos una **caída generalizada de los diferentes laboratorios**: Ordesa, Lactalis, Nestle y Numil lo hacen a doble dígito.
- El mercado de **Leches normales** está muy concentrado y los top 5 laboratorios concentran más del 90% del mercado. **4 de los 5 players caen**, siendo Nestle el único que crece para este segmento.

El mercado de nutrición decrece 2,5M €, siendo la categoría de las leches para niños la responsable principal de esta pérdida (-2,0%, -3,7M €)

Para los últimos 12 meses, Dietas Completas es la clase con mayor cuota (48,5%) y evolución positiva



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

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 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**
 - + **Salud Oral**



Importancia de una buena salud oral

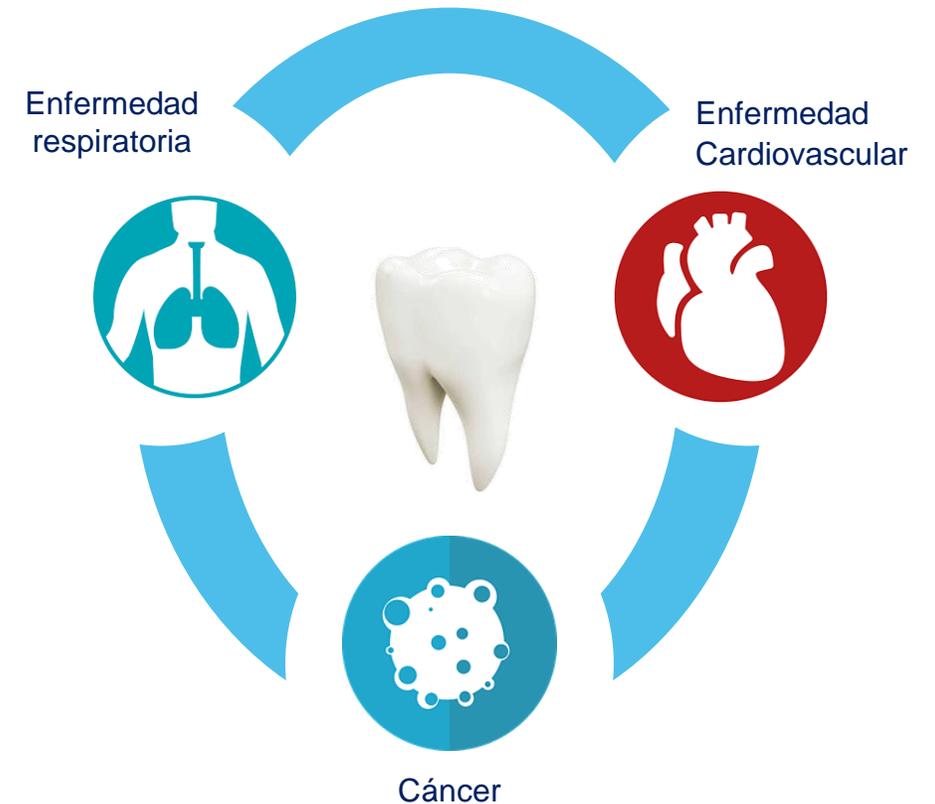
Una buena salud oral puede prevenir muchos tipos de enfermedades, así como también ser indicador y alertar de otras enfermedades.

¿Qué es la salud oral o bucodental?

La ausencia de dolor orofacial crónico, cáncer de boca o garganta, llagas bucales, defectos congénitos como labio leporino o paladar hendido, enfermedades periodontales (de las encías), caries dental y pérdida de dientes, y otras enfermedades y trastornos que afectan a la boca y la cavidad bucal.

Problemas por mala salud oral

De acuerdo con la OMS, hay cuatro factores de riesgo relacionados con la mayoría de las enfermedades bucodentales entre los cuales se encuentra la **mala higiene bucal**. Estos factores están relacionados con las tres enfermedades crónicas más importantes: enfermedades cardiovasculares, cáncer y enfermedades respiratorias crónicas.





Segmentos de salud oral en la farmacia

En base a su función y posicionamiento en IQVIA segmentamos el mercado de salud oral en tres grupos

09 PROD TRAT BOCA

Mayoritariamente colutorios y pastas con CLORHEXIDINA y ácido hialurónico

Posicionamiento más clínico



87 HIGIENE ORAL

Productos consumibles para la salud oral como Pastas, Colutorios y desodorantes bucales



93 ACCE HIGIE & CUIDADO ORAL

Desde cuidado y fijación de dentaduras postizas a cepillos manuales, eléctricos, interproximales.. Etc.

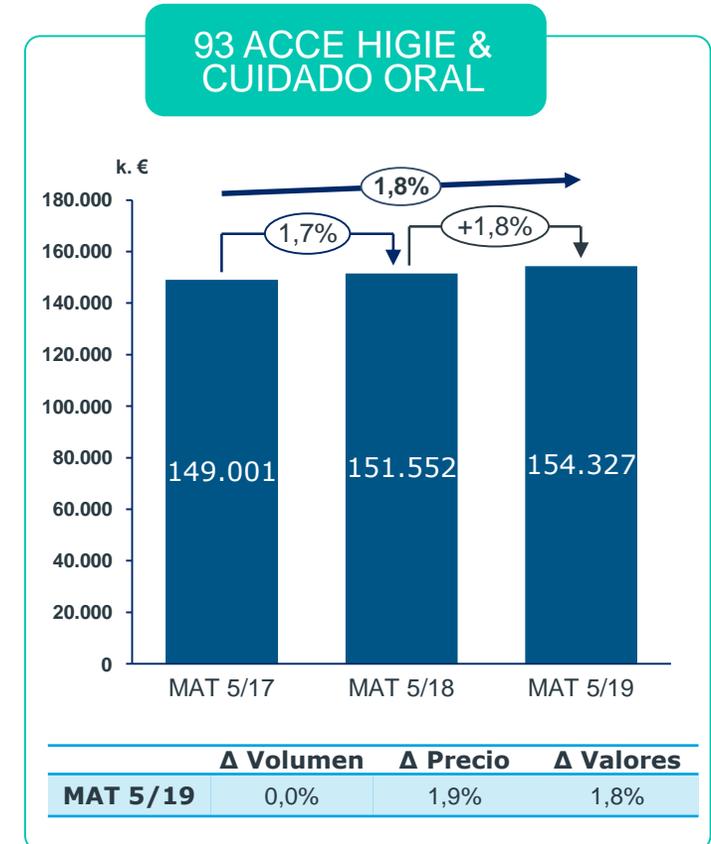
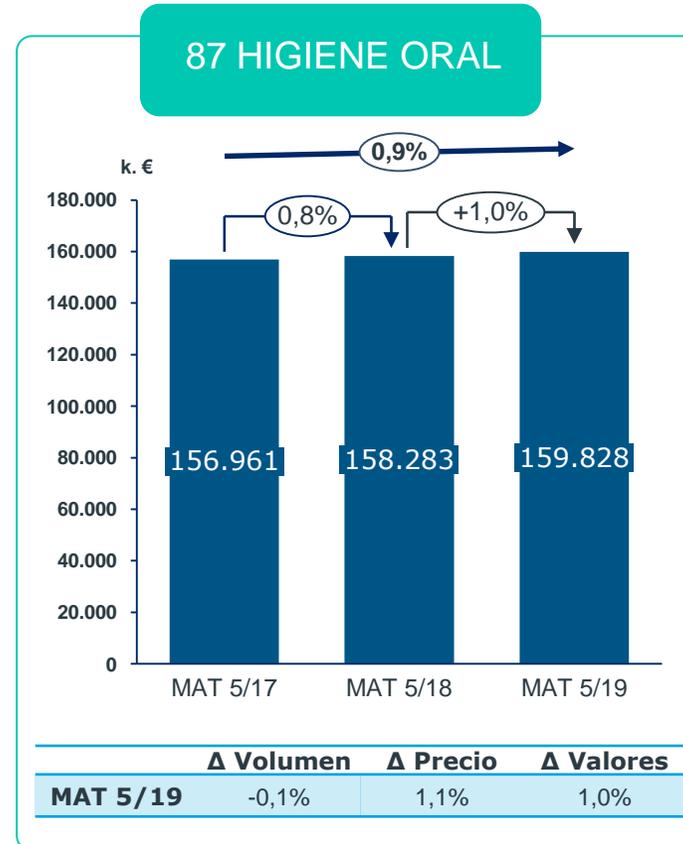
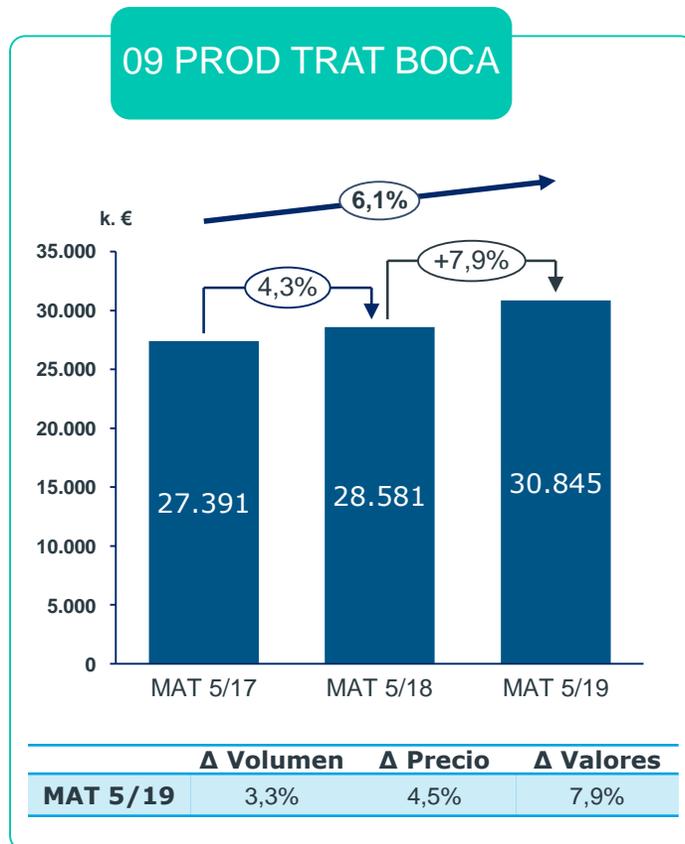


Mercados de Salud Oral

La salud oral en la farmacia española es un mercado de 345 millones de euros con un crecimiento del 2%



El driver de crecimiento en las clases 87 y 93 es el incremento de precio, siendo la clase 09 la única que además crece en volumen



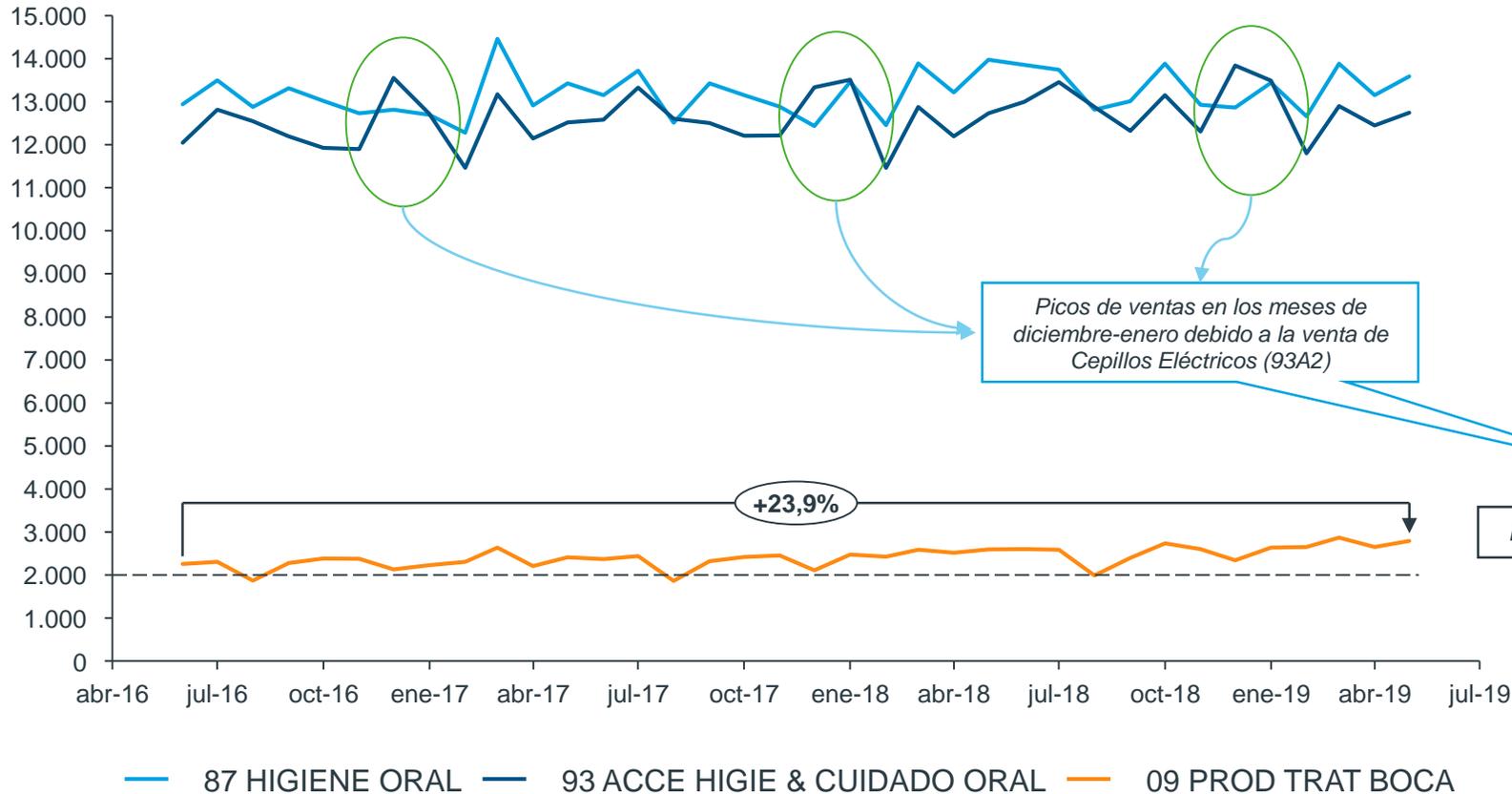
Evolución del mercado de salud oral en valores



Evolutivo mensual de los segmentos de la salud oral en la farmacia

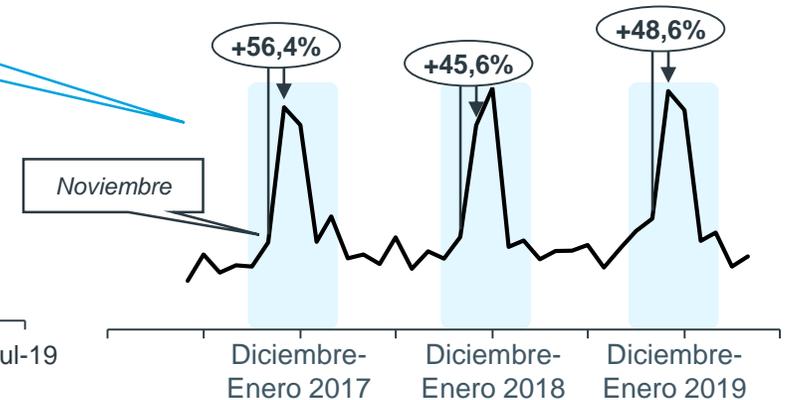
Evolución sin demasiada variación en los últimos tres años, mercado estable con un crecimiento mas marcado en la clase 09

Evolución ventas - Euros PVP K€



Se puede observar que el mercado accesorios de higiene y cuidado oral tiene unos picos de ventas que se repite a final de cada año, si observamos en más detalle vemos que se debe a la subclase de cepillos eléctricos

Pico liderado los últimos 3 años por ORAL B VITALITY CROSS ACTION 1

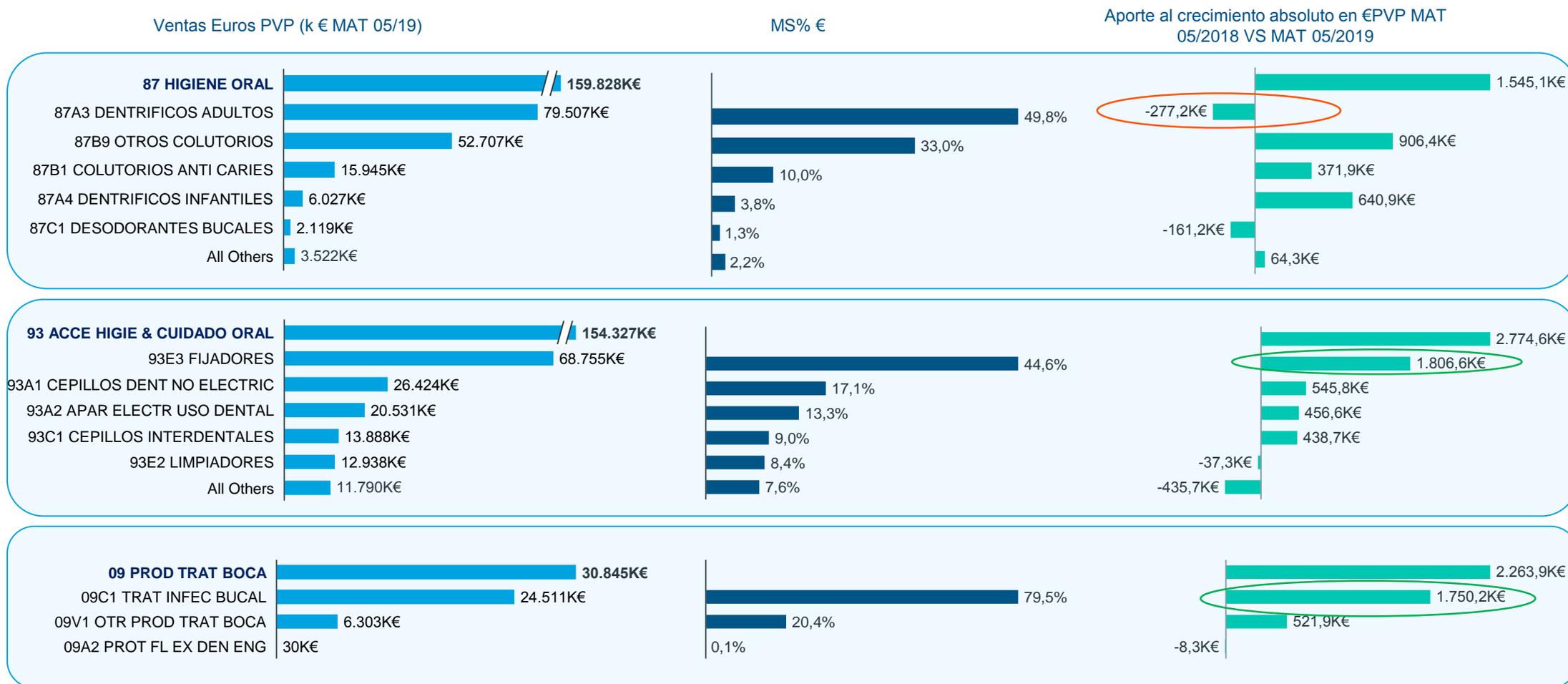


Evolución mensual PVPE subclase 93A2 Cepillos Eléctricos

Analizamos los subsegmentos del mercado de salud oral definidos por IQVIA en la farmacia



Dentífricos adultos es la clase que mas decrece este año, mientras que los fijadores y los tratamientos para infecciones bucales muestran el mayor crecimiento





Ranking de los diez laboratorios que más facturan en el mercado a MAT 05/19

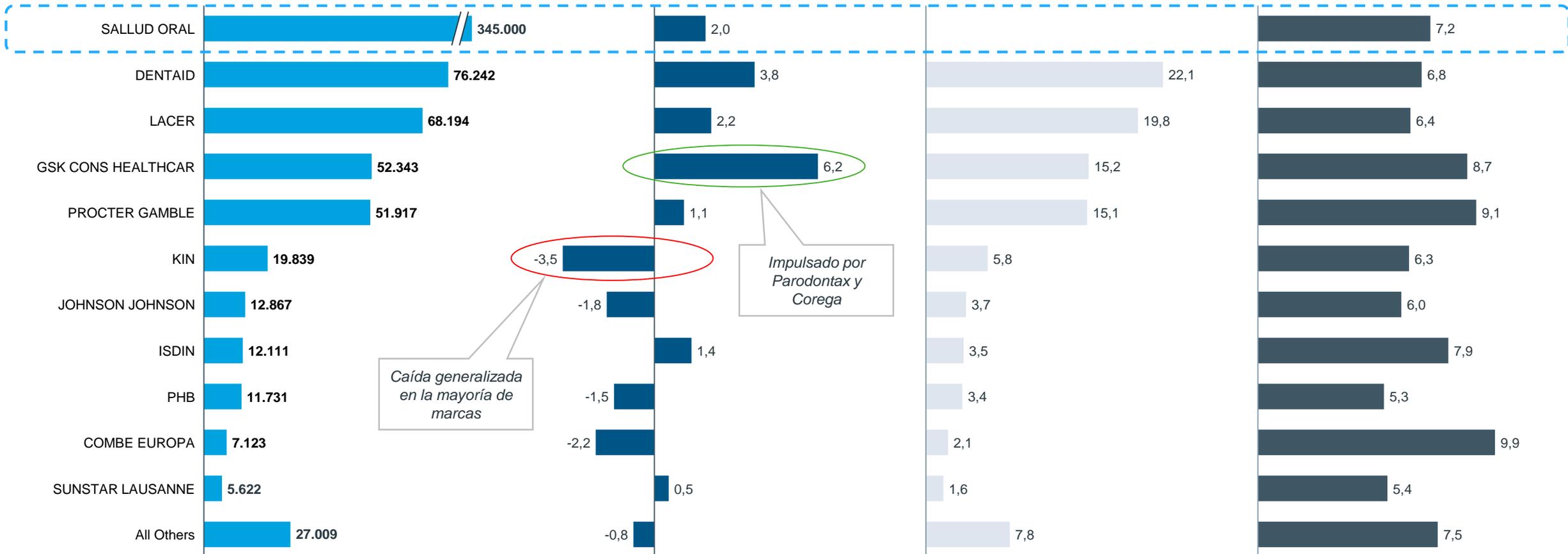
Mercado concentrado donde cuatro laboratorios hacen el 72% del mercado, los cuales tienen crecimientos positivos y además los top 3 crecen más que el mercado, ganando cuota al resto de competidores

Ventas Euros PVP (k € MAT 05/19)

PPG% MAT 05/19 vs 05/18

MS% €

Price Avg.€



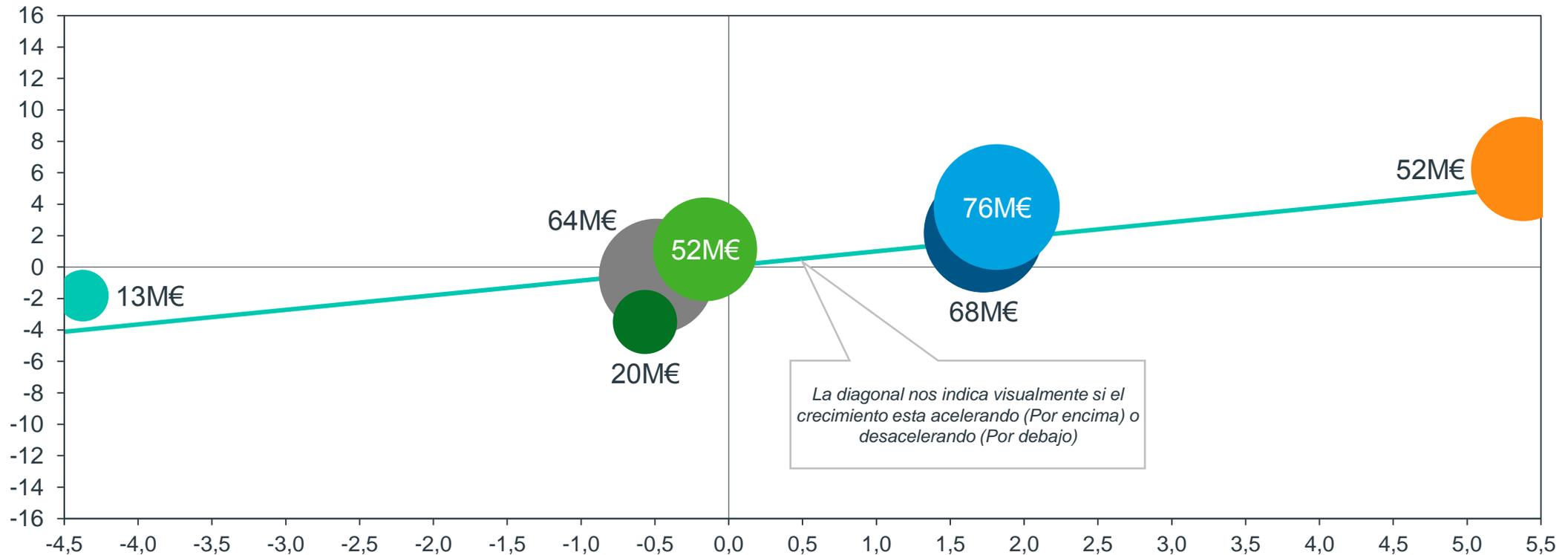


Top laboratorios del mercado y su evolución en los últimos tres años comparado con la evolución del último año

Se puede ver una ligera aceleración en el crecimiento de algunos competidores, destacando especialmente la evolución que mantiene GSK

EJE Y – Crecimiento PPG% MAT 05/19

Tamaño – Ventas en euros PVP M€ MAT 05/19



La diagonal nos indica visualmente si el crecimiento esta acelerando (Por encima) o desacelerando (Por debajo)

- DENTAID
- GSK CONS HEALTHCAR
- KIN
- All Others
- LACER
- PROCTER GAMBLE
- JOHNSON JOHNSON

EJE X – Crecimiento AVCG% 3 MAT 05/19



En un mercado de 385 marcas, las 10 primeras marcas hacen casi el 60% del mercado

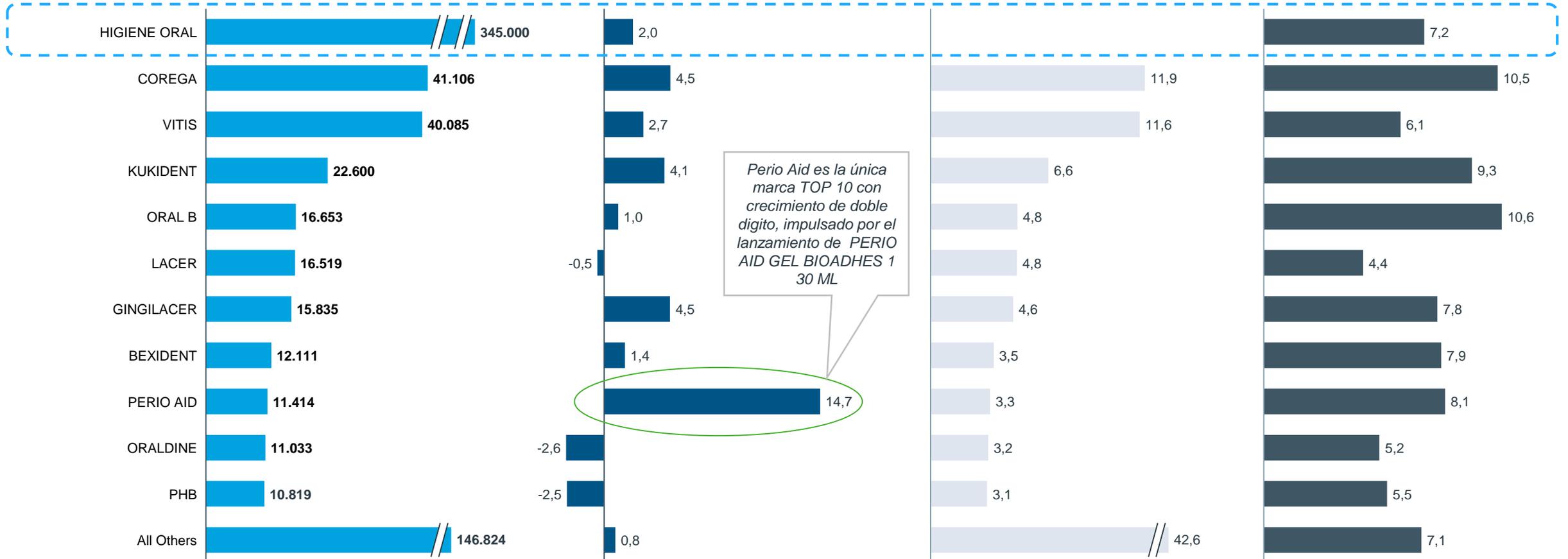
Destacar la importancia en facturación de las 2 primeras marcas (Corega y Vitis), que tienen casi 12% de cuota de mercado cada una

Ventas Euros PVP (k € MAT 05/19)

PPG% MAT 05/19 vs 05/18

MS% €

Price Avg.€

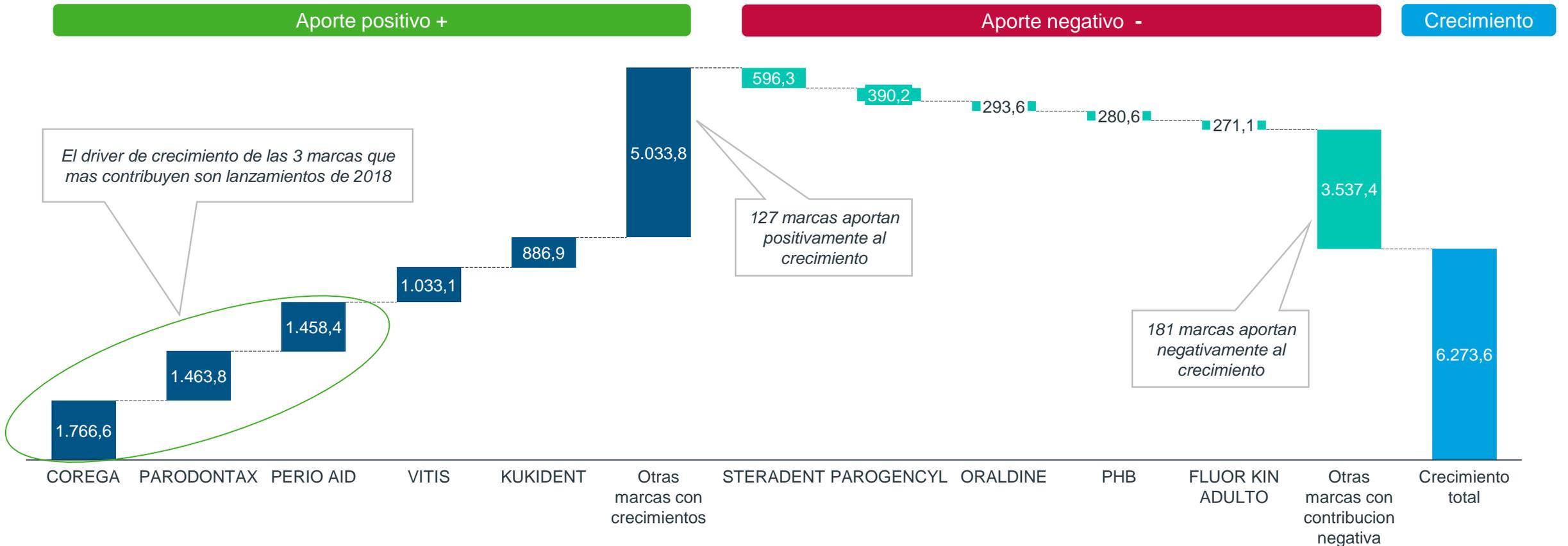




Las top 5 marcas concentran el 57% del crecimiento del mercado

Por otro lado la contribución negativa parece más generalizada y menos concentrada en unas marcas concretas

Contribución al crecimiento por marca (MAT 05/18-MAT 05/19) crecimiento k€ PVP)





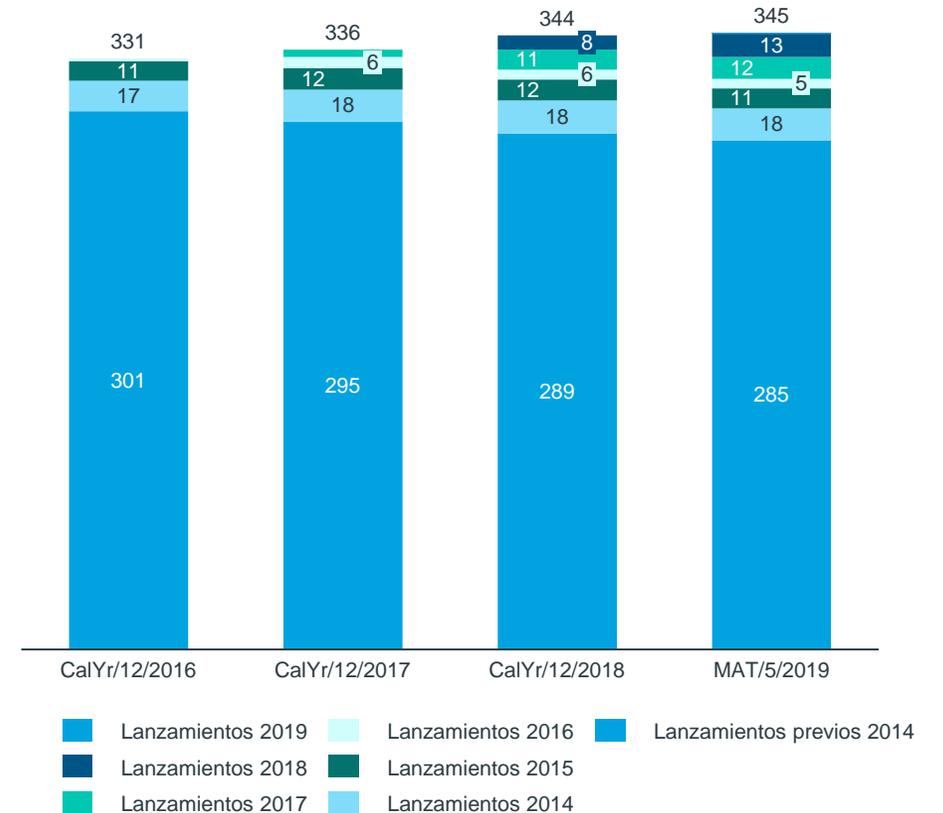
Los lanzamientos de 2018 lideran el crecimiento del mercado...

Pero la base madura sigue siendo el grueso de ventas y los lanzamientos de los últimos 5 años solo suponen el 17% de la venta total en el MAT 05/2019

Top 5 packs y Bot 5 packs - Ventas Euros PVP (€ MAT 05/19)

PROD PACK	SEGMENTO	LANZAMIENTO	LABORATORIO	EUROS PVP MAT 05/19	PPG ABS
COREGA MAX SELLAD CREMA 1 70 G	93E3 FIJADORES	2018/02	GSK CONS HEALTHCAR	2.837.434	2.541.795
COREGA MAX SELLAD CREMA 1 40 G	93E3 FIJADORES	2018/02	GSK CONS HEALTHCAR	1.614.635	1.381.302
PERIO AID GEL BIOADHES 1 30 ML	09C1 TRAT INFEC BUCAL	2018/05	DENTAID	1.339.631	1.322.299
PARODONTAX COMP PR PAST EXT FRE 1 75 ML	87A3 DENTRIFICOS ADULTOS	2018/01	GSK CONS HEALTHCAR	1.442.419	1.185.718
GINGILACER PASTA 1 125 ML	87A3 DENTRIFICOS ADULTOS	1993/09	LACER	3.322.580	764.657
----	----	----	----	----	----
ORAL B VITALITY CROSS ACTION 1	93A2 APAR ELECTR USO DENTAL	2015/07	PROCTER GAMBLE	1.659.739	-473.332
GINGILACER PASTA 1 150 ML	87A3 DENTRIFICOS ADULTOS	2012/01	LACER	2.183.303	-537.386
COREGA OXIGENO ACT TAB LIM PROT 66	93E2 LIMPIADORES	1980/03	GSK CONS HEALTHCAR	2.158.303	-599.731
SEDA DENTAL VITIS PACK C/CERA 2 50M	93B1 SEDA DENTAL CON CERA	2008/05	DENTAID	1.086.544	-633.587
COREGA SIN SABOR CR ADHESIVA 1 70 ML	93E3 FIJADORES	2008/11	GSK CONS HEALTHCAR	8.346.320	-749.189

Facturación según año de lanzamiento (MAT 05/19; M€ PVP)





Evolución del Mercado de la farmacia Española

Actualización datos de mayo 2019

Junio 2019