

Mercado farmacéutico español

Este mes de mayo se ha observado un incremento en el número de casos de enfermedades víricas respiratorias. Además, cabe destacar que en estos dos últimos años hemos vivido una incidencia superior de estas patologías durante los periodos primaverales y pre-estivales. Por ello, en este mes han aumentado las ventas de productos antigripales, expectorantes, y otros productos para la tos.

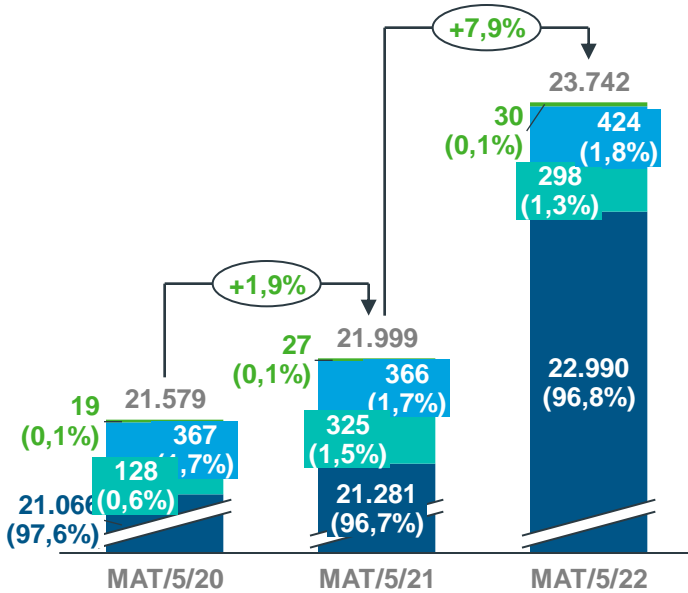
Esta relajación de la población ante un virus que se percibe como mucho más leve que al inicio de la pandemia y la eliminación de restricciones han tenido como consecuencia una mayor tasa de contagios. Por ello se ha observado un incremento de ventas de tests de antígenos y analgésicos. Sin embargo, la otra cara de la pandemia ha tenido como consecuencia un mayor número de ventas de antidepressivos.

Por último, el incremento de las actividades exteriores se ve reflejado en un aumento en las ventas de la categoría de productos solares durante el mes de mayo (vs. mayo 2021).

EVOLUCIÓN DEL MERCADO FARMACÉUTICO EN ESPAÑA

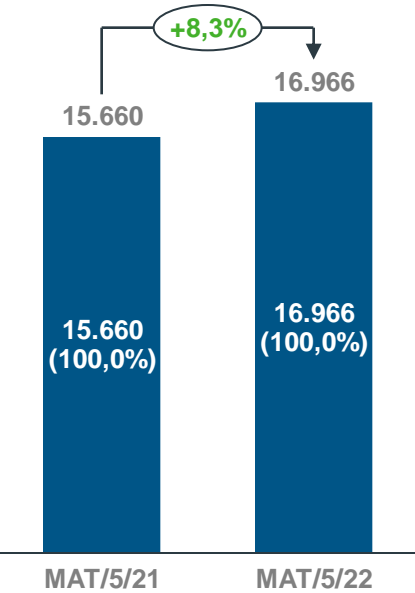
■ Farmacia ■ Parafarmacia
■ Farmacia Online ■ Parafarmacia Online

Total mercado farmacéutico

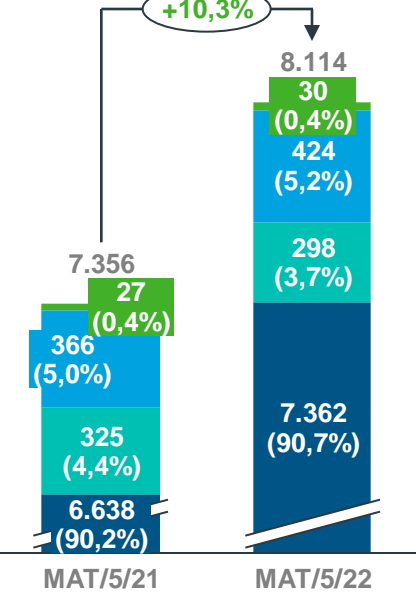


Medicamentos

Medicamentos con receta

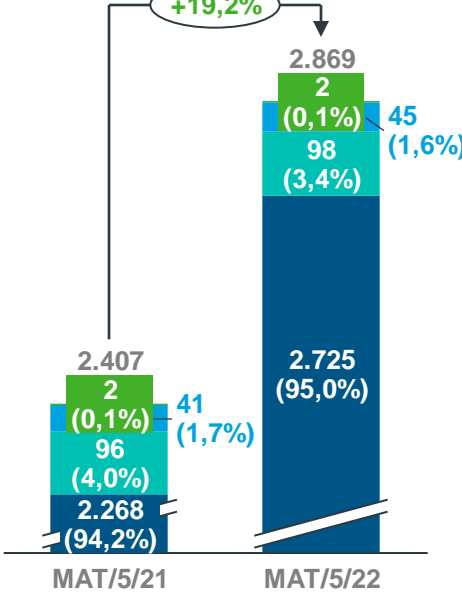


Consumer Health



Productos OTC

Productos Over the Counter – Consumer Health

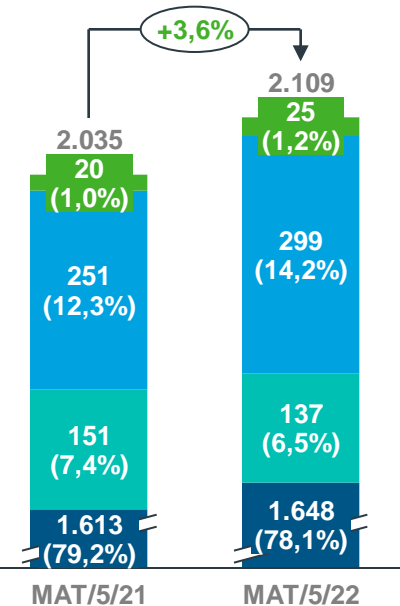


TOP 3 OTC2

- 01A PRODUCTOS PARA TOS
- 01B ANTIGRIP/ANTICAT
- 02A ANALGESICOS GENER

Productos PEC

Cuidado Personal – Consumer Health

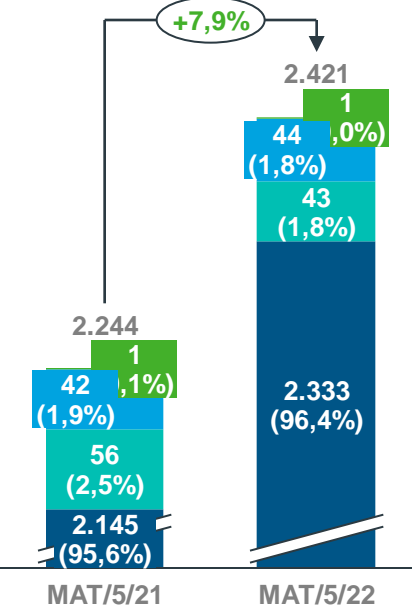


TOP 3 OTC2

- 83F PRODUCTOS SOLARES
- 82B PROD ESPEC CUID FAC MUJER
- 86H PROD ESPECIFIC CUID PELO

Productos PAC

Cuidado del Paciente – Consumer Health

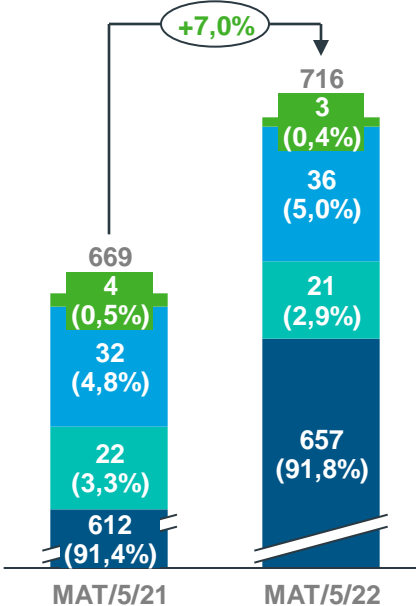


TOP 3 OTC2

- 56T TESTS DE CORONAVIRUS
- 52B PRO INCONT MOD/FUERT/SEV
- 49C TIRAS ESPEC+PROTECTORES

Productos NUT

Nutrición – Consumer Health



TOP 3 OTC2

- 30A DIETAS COMPLETAS
- 30B SUPLEMENTOS NUTRICIONALES
- 35G LECHE PARA NINOS

Fuente: IQVIA Sell-Out. Muestra de 6.500 farmacias.

TOP ATC2/OTC2 según aportación al crecimiento en cada uno de los segmentos en los que se divide en mercado farmacéutico (M € PVP) Semi-éticos y EFPs dentro de OTC forman parte del mercado de medicamentos como del mercado de Productos OTC



INFORME TENDENCIAS DEL MERCADO FARMACÉUTICO

Mayo 2022



Destacan este mes

1

Ola de gripe y resfriados

Siguiendo la tendencia de los últimos meses, este mes también se ha observado un notable incremento en las ventas de productos antigripales, productos para la tos y expectorantes.

La eliminación de restricciones como las mascarillas tienen un efecto directo en el contagio de otras enfermedades respiratorias. El número de casos ha aumentado y esto se ve reflejado en la venta de producto para paliar o reducir los síntomas.

2

Sol y calor. Hay que protegerse

En mayo se observa un notable crecimiento de solares, las ventas de este mes han sido de 48 millones de euros en farmacia y parafarmacia offline (+31% en comparación con mayo 2019 – prepandemia en valores y +20% en unidades)

La razón de este crecimiento puede deberse a varios factores, en primer lugar, una mayor exposición al sol debido al aumento de actividades al aire libre, además existe una mayor concienciación del daño que puede producir el sol en la piel.

3

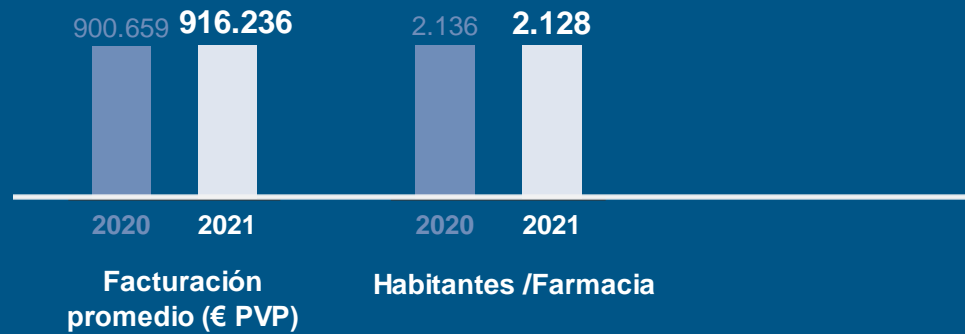
COVID y sus derivados

Este mes de mayo se ha observado un incremento de ventas de tests de antígenos, llegando a alcanzar los 37 millones de euros.

Este aumento se debe a la mayor tasa de contagios e incremento de casos derivado de las no restricciones así como de la relajación de la población ante un virus que se percibe como mucho más leve que al inicio de la pandemia. Consecuentemente, observamos un crecimiento en el mercado de analgésicos (23%). Además, la otra cara de la pandemia deriva en que a pesar de la recuperación de la normalidad seguimos viendo un aumento de las ventas de antidepresivos (+12% vs mayo 2021), que podemos asociarlo a los diferentes factores psicológicos que ha tenido esta enfermedad en la sociedad.

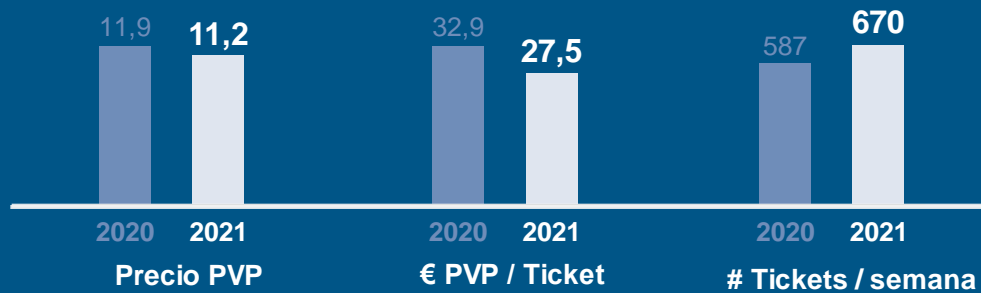
Fotografía de la farmacia española

Universo Farmacias compuesto por 22.238 farmacias



PVP, tickets y tráfico promedio

Dato de 2021 año cerrado



Consumo Medio en Volumen y Valor

Dato de 2021 año cerrado



22.238 farmacias

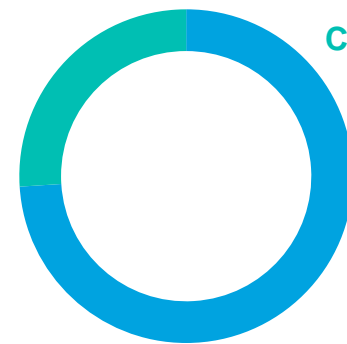
↑ + 0,3%

Desglose de facturación por tipología de farmacia

A: top 20% farmacias
B: siguiente 30% farmacias
C: 50% restante

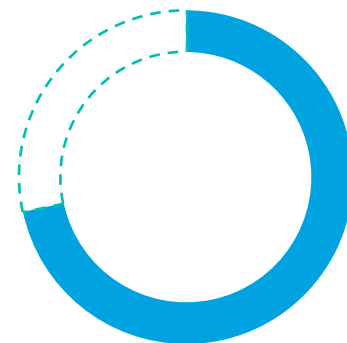
Facturación Promedio **TOTAL**
916.236 €

+0,9%



Facturación Promedio **MEDICAMENTOS**
677.076 €

+1,2%

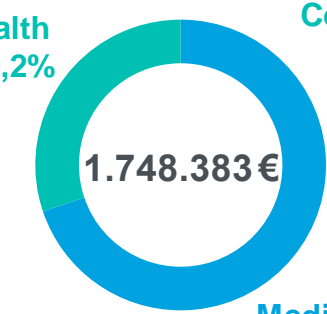


Facturación Promedio **CONSUMER HEALTH**
267.630 €

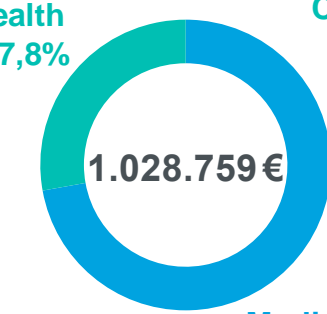
-0,3%



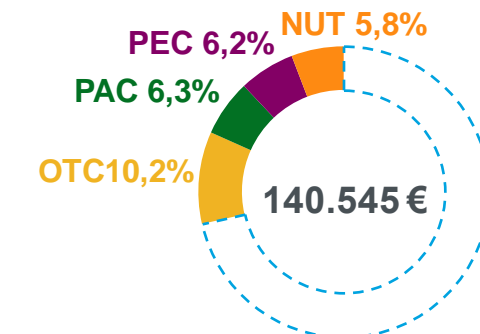
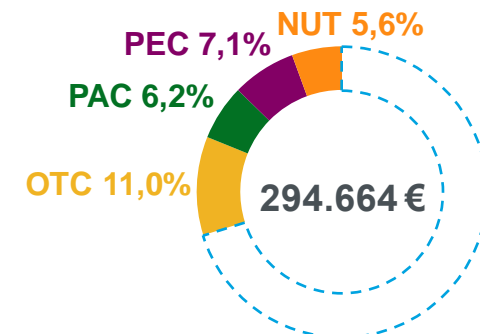
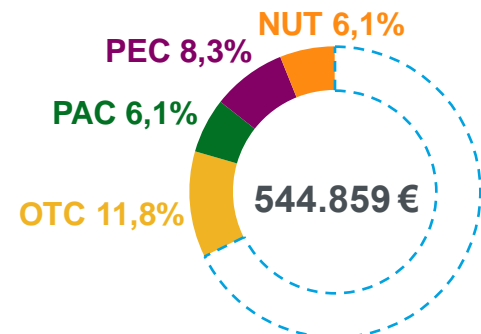
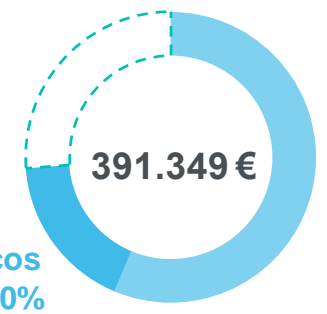
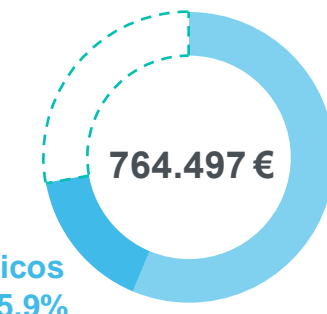
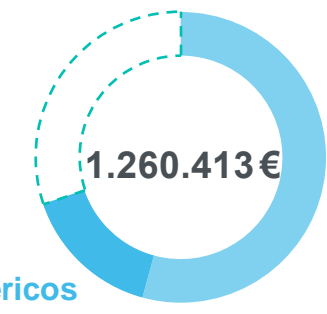
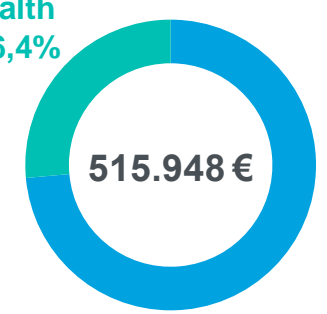
A
4.447



B
6.671



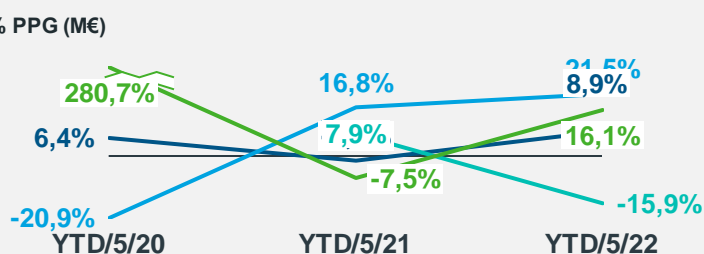
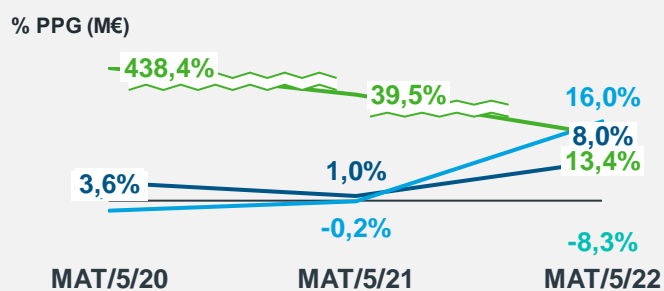
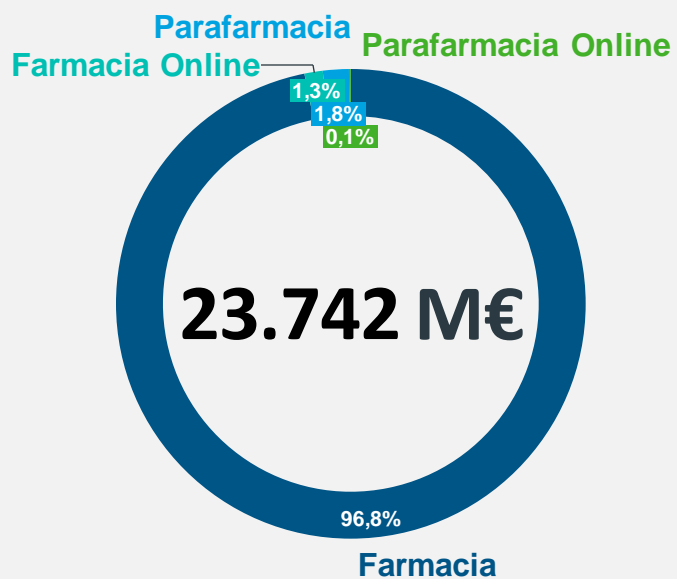
C
11.120



Mercado farmacéutico español

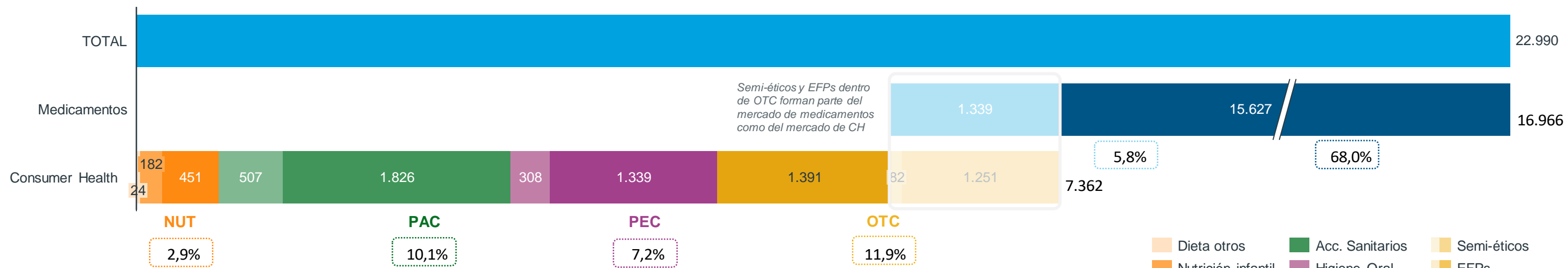
Medicamentos y productos de Consumer Health en farmacia, farmacia online, parafarmacia y parafarmacia online (MAT 5 /22)

Distribución y evolución por canal



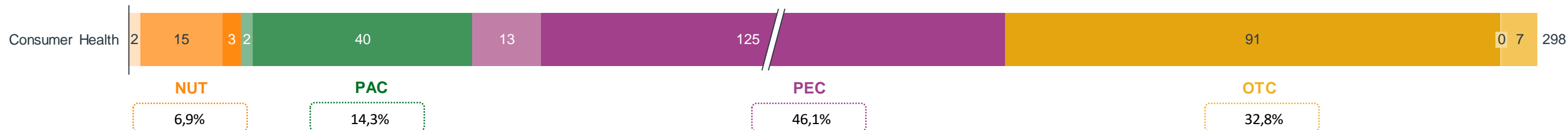
Fuente: IQVIA Sell-Out. Muestra de 6.500 farmacias.

FARMACIA

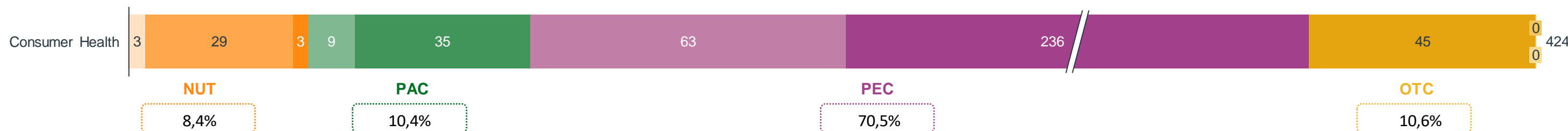


- Dieta otros
- Nutrición infantil
- Nutrición enteral
- Incontinencia
- Acc. Sanitarios
- Higiene Oral
- Dermocosmética
- Consumo
- Semi-éticos
- EFPs
- Sin prescripción
- Prescripción

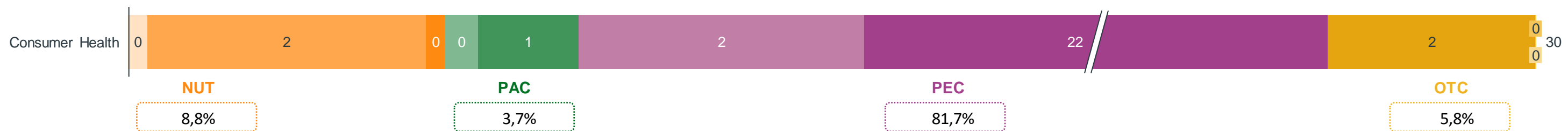
FARMACIA ONLINE



PARAFARMACIA



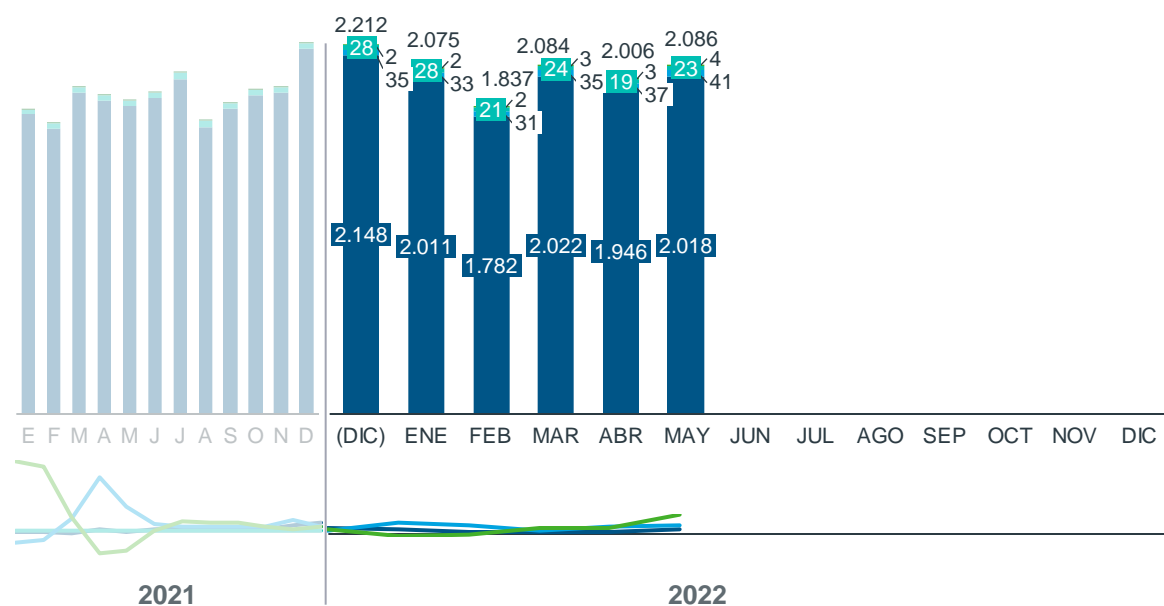
PARAFARMACIA ONLINE



Grandes segmentos

Evolución en absolutos (€ PVP) y crecimientos interanuales por mes y por canal: **farmacia**, **farmacia online**, **parafarmacia** y **parafarmacia online**

Total mercado farmacéutico



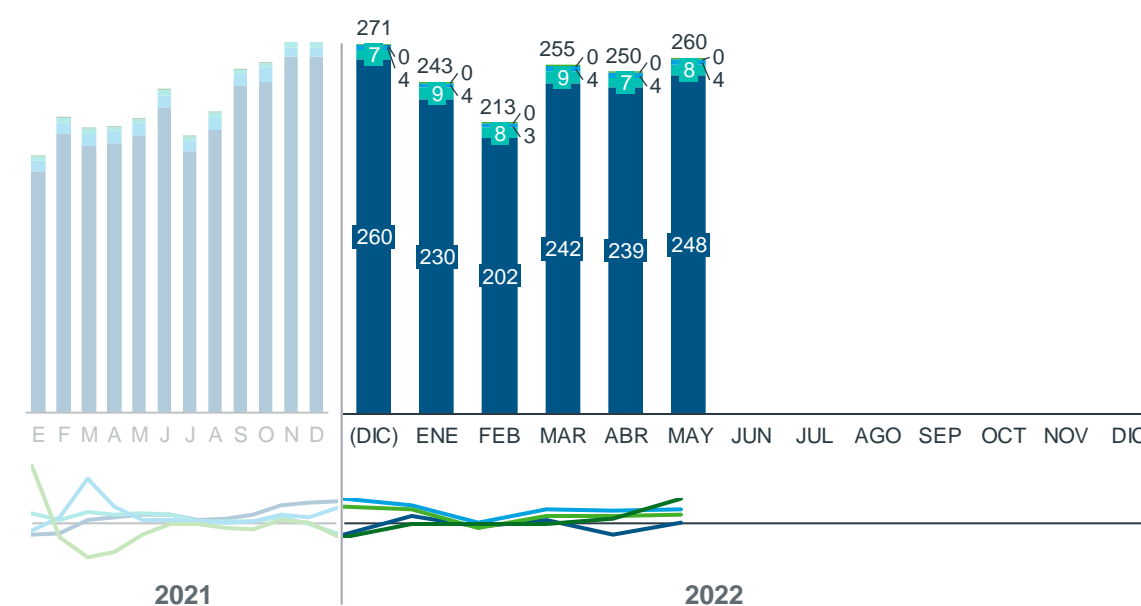
Medicamentos

Productos semiéticos, EFPs y de prescripción



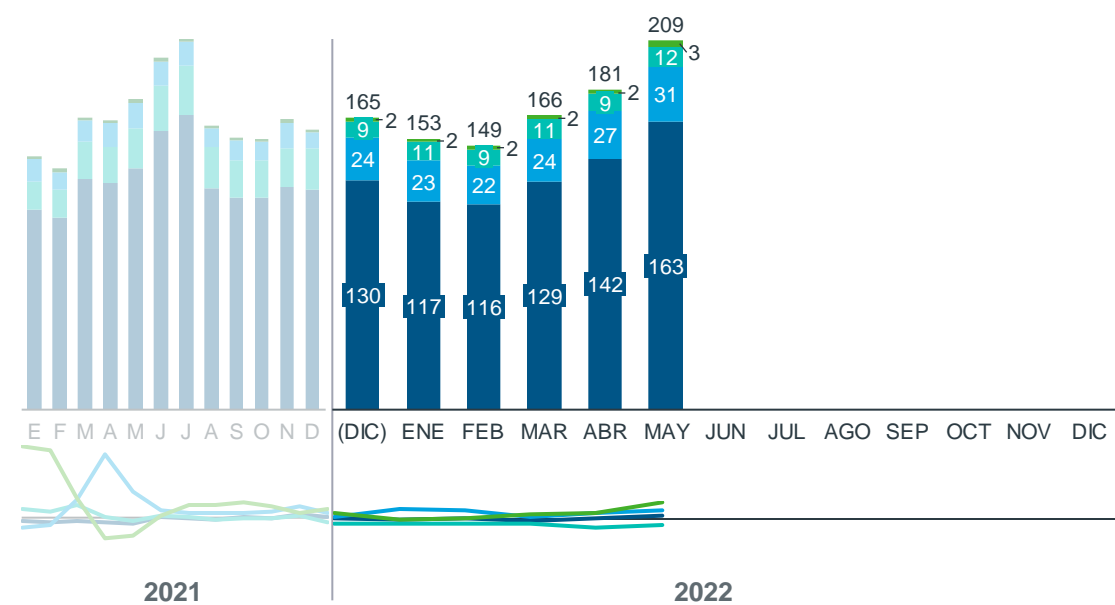
Productos OTC

Productos Over the Counter – Consumer Health



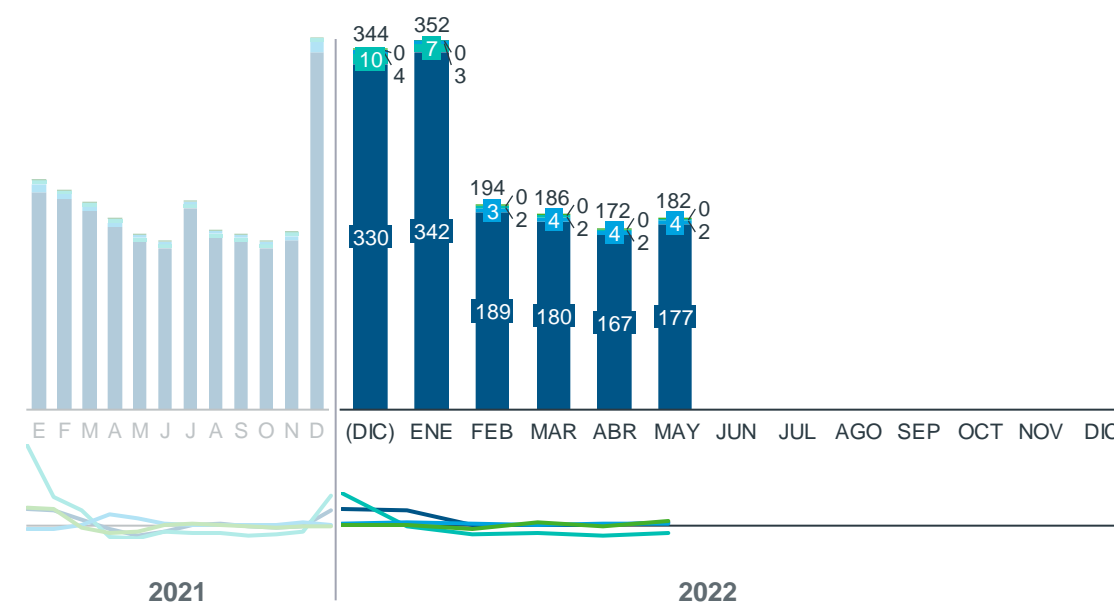
Productos PEC

Cuidado Personal – Consumer Health



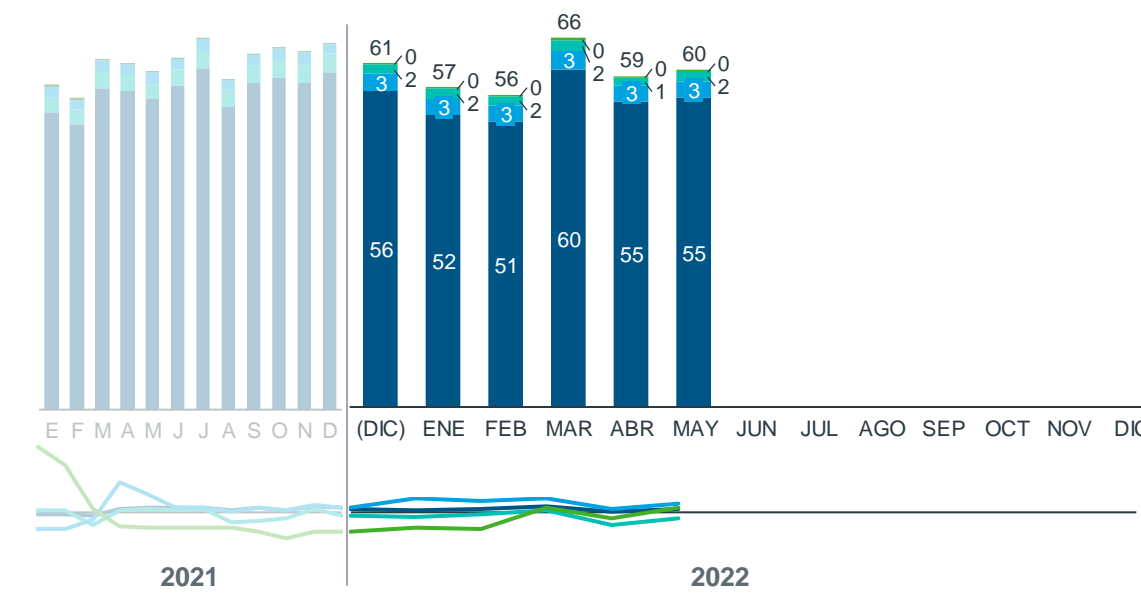
Productos PAC

Cuidado del Paciente – Consumer Health



Productos NUT

Nutrición – Consumer Health

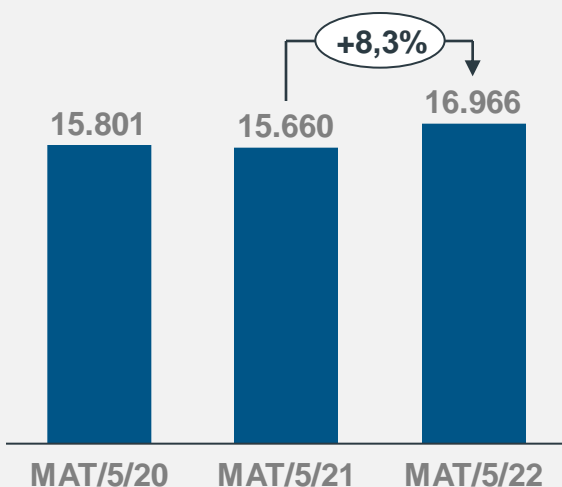


Medicamentos

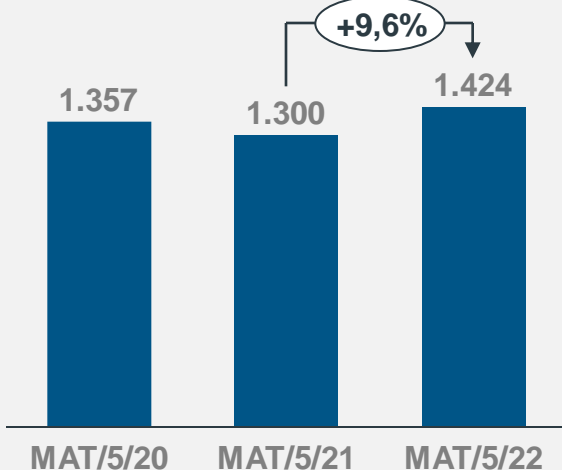
Antidiabéticos y antitusivos/antigripales son los que más favorecen al crecimiento del segmento

Medicamentos

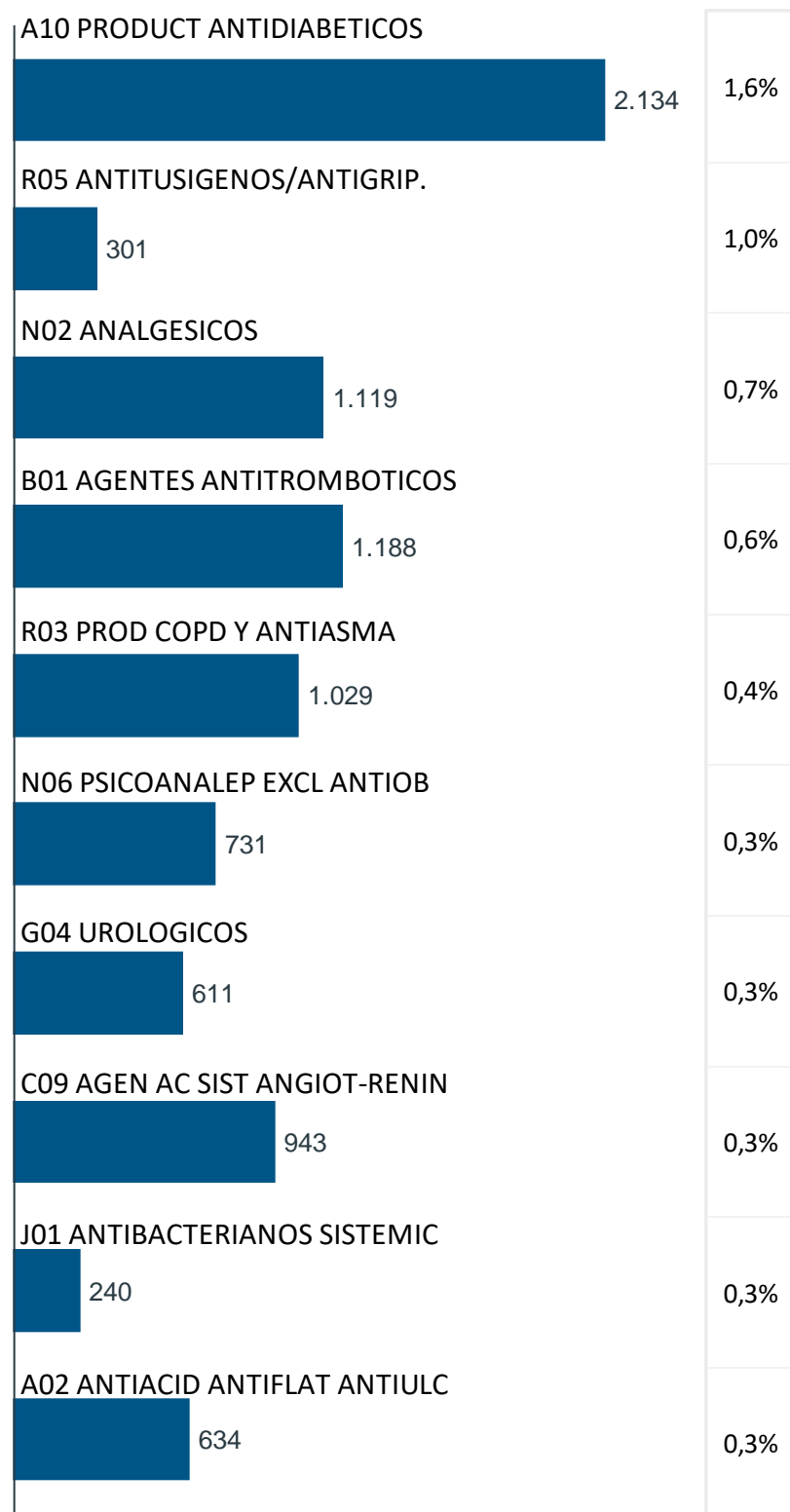
Facturación M € PVP



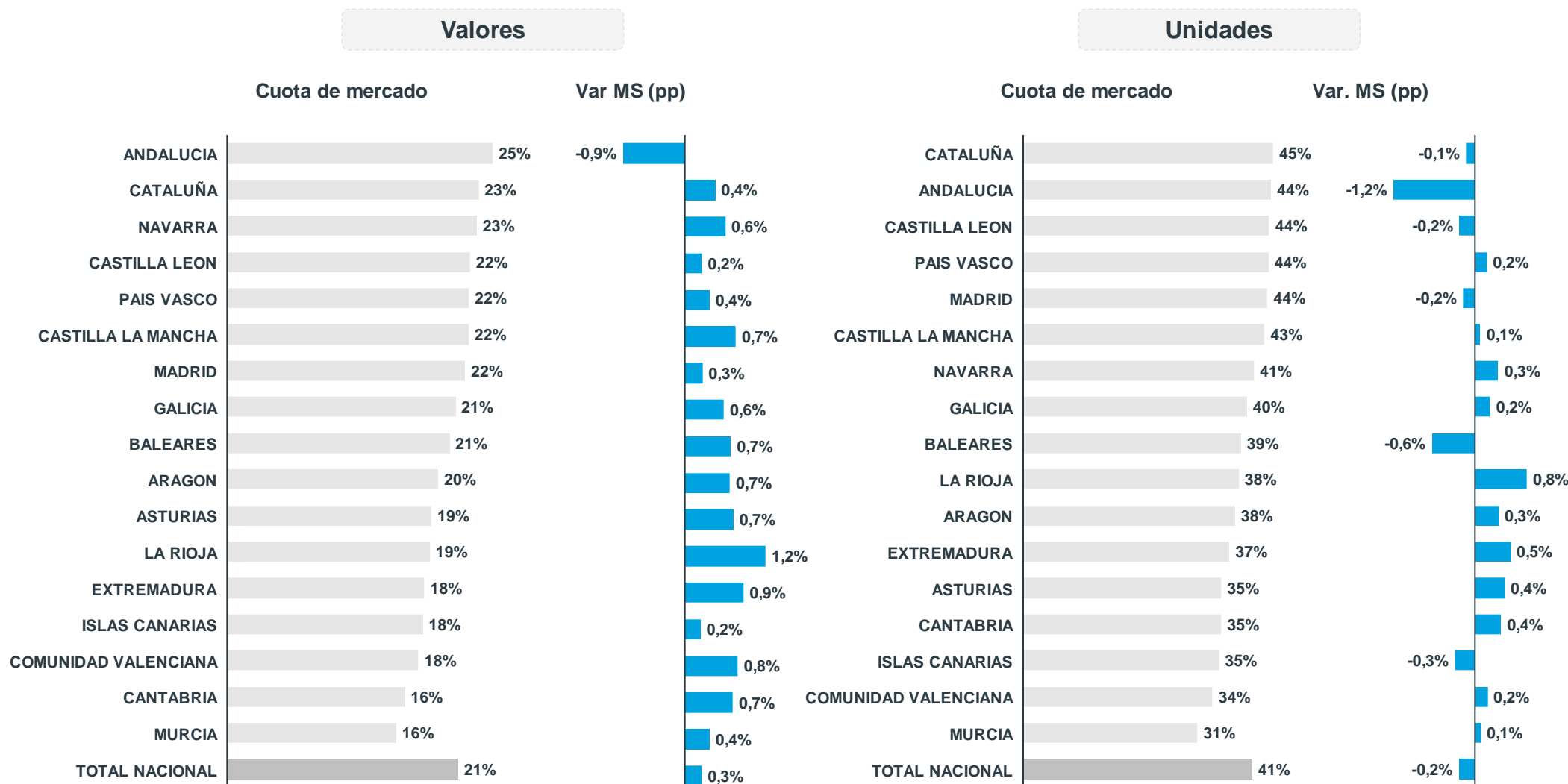
Facturación M Uds



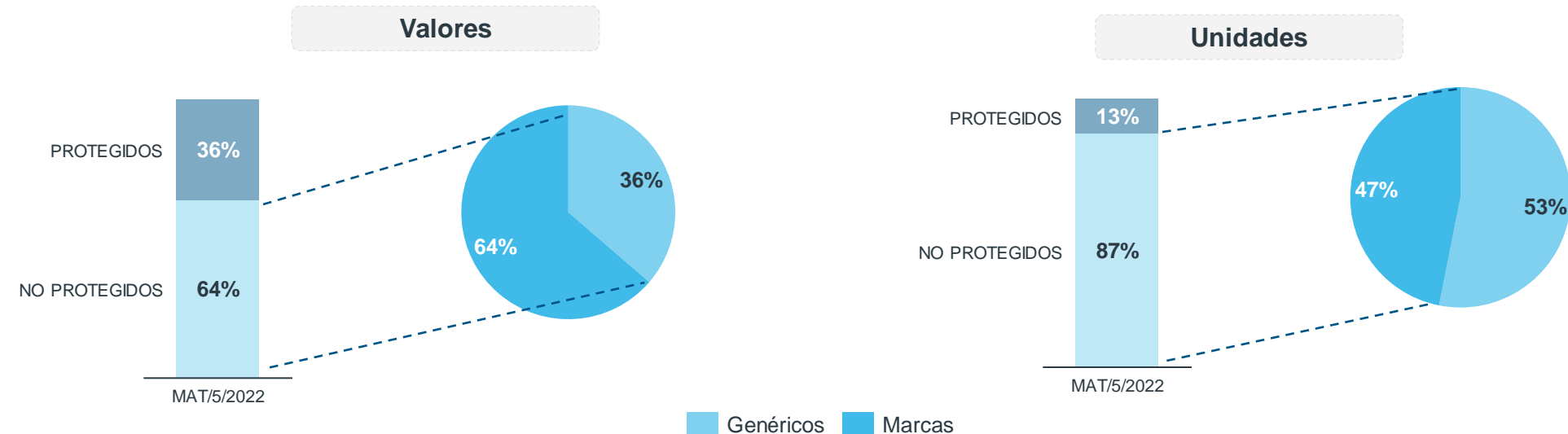
Facturación de las ATC 2 con mayor aportación al crecimiento* (%) - M € PVP a MAT 5/2022



Cuota de mercado de los genéricos y variación por CCAA (MAT 5/2022)



Mercado protegido y no protegido (MAT 5/2022)



Fuente: IQVIA Sell-Out. Muestra de 6.500 farmacias.

Se incluyen en "Protegidos" aquellos medicamentos con deducciones del 4%, 7,5% y 15%. Están incluidos aquellos medicamentos con deducciones publicadas a fecha de marzo 2022 para todos los periodos. Se incluyen dentro del segmento medicamentos productos semiéticos, EFPs y de prescripción. *Aportación al crecimiento: fact. año en curso vs. facturación mismo periodo del año anterior / fact. total segmento periodo anterior

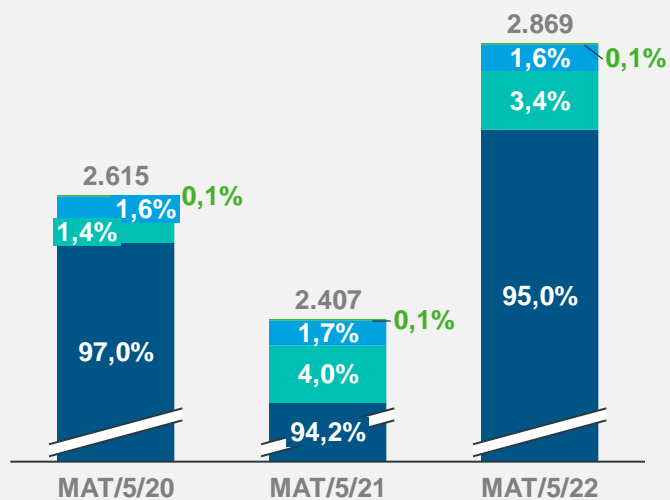
OTC

Las clases que más aportan al crecimiento son aquellas relacionadas con enfermedades respiratorias

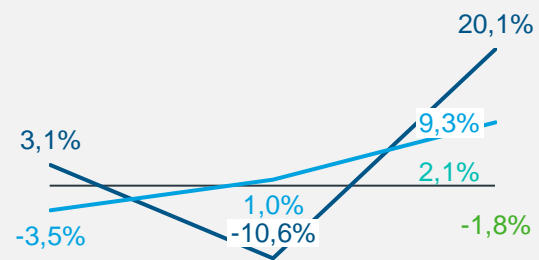
Segmento OTC

■ Farmacia ■ Parafarmacia
■ Farmacia Online ■ Parafarmacia Online

Facturación M € PVP

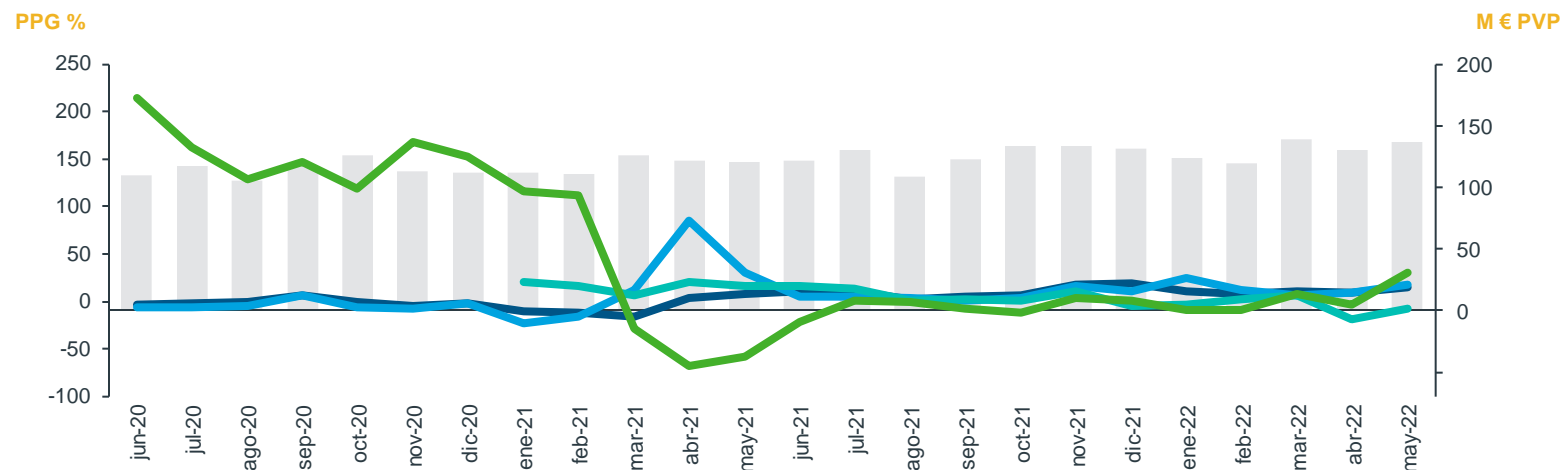


PPG % (M € PVP)

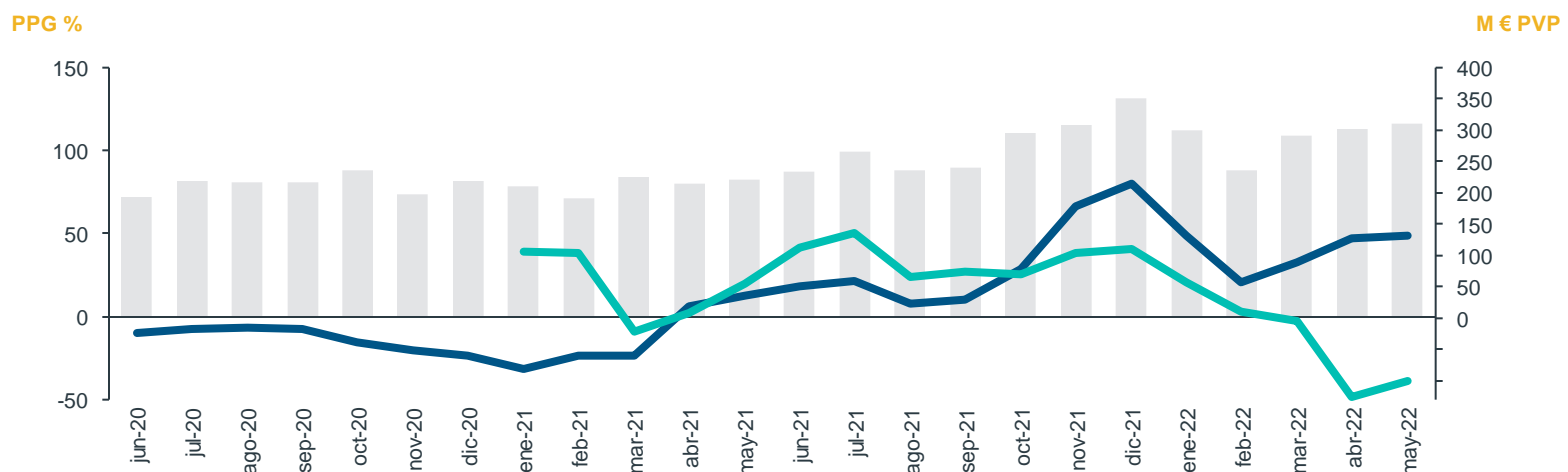


Evolutivo ventas (M € PVP) y crecimientos (PPG% valorado en € PVP)

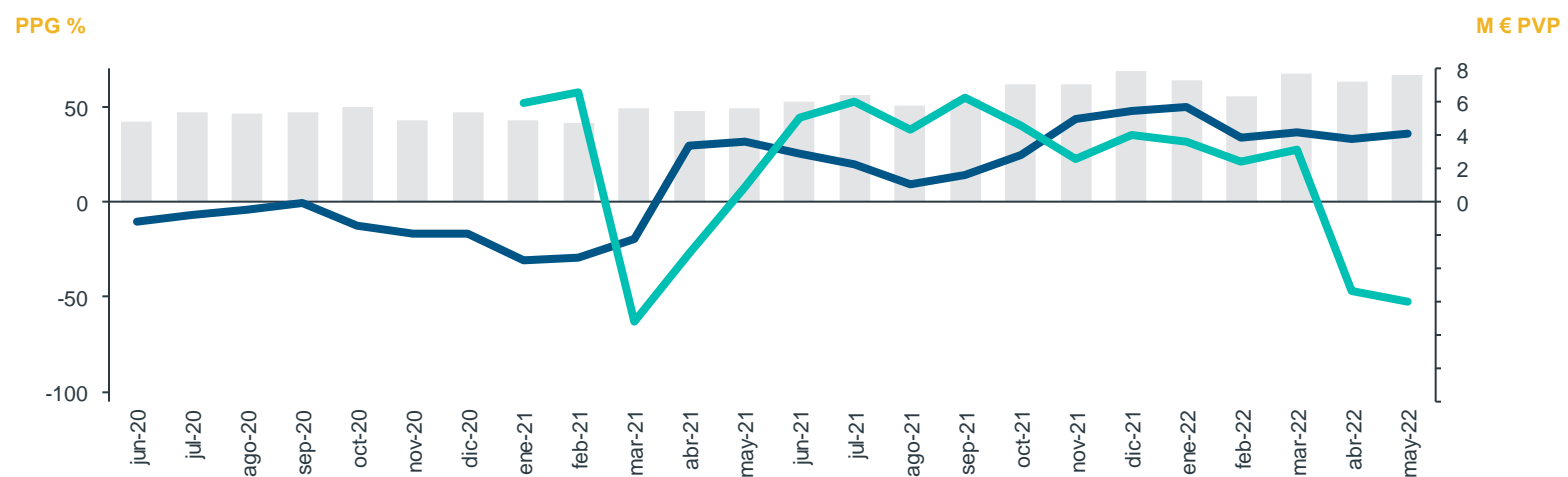
PRODUCTOS DE CONSUMO Y OTROS



PRODUCTOS PUBLICITARIOS



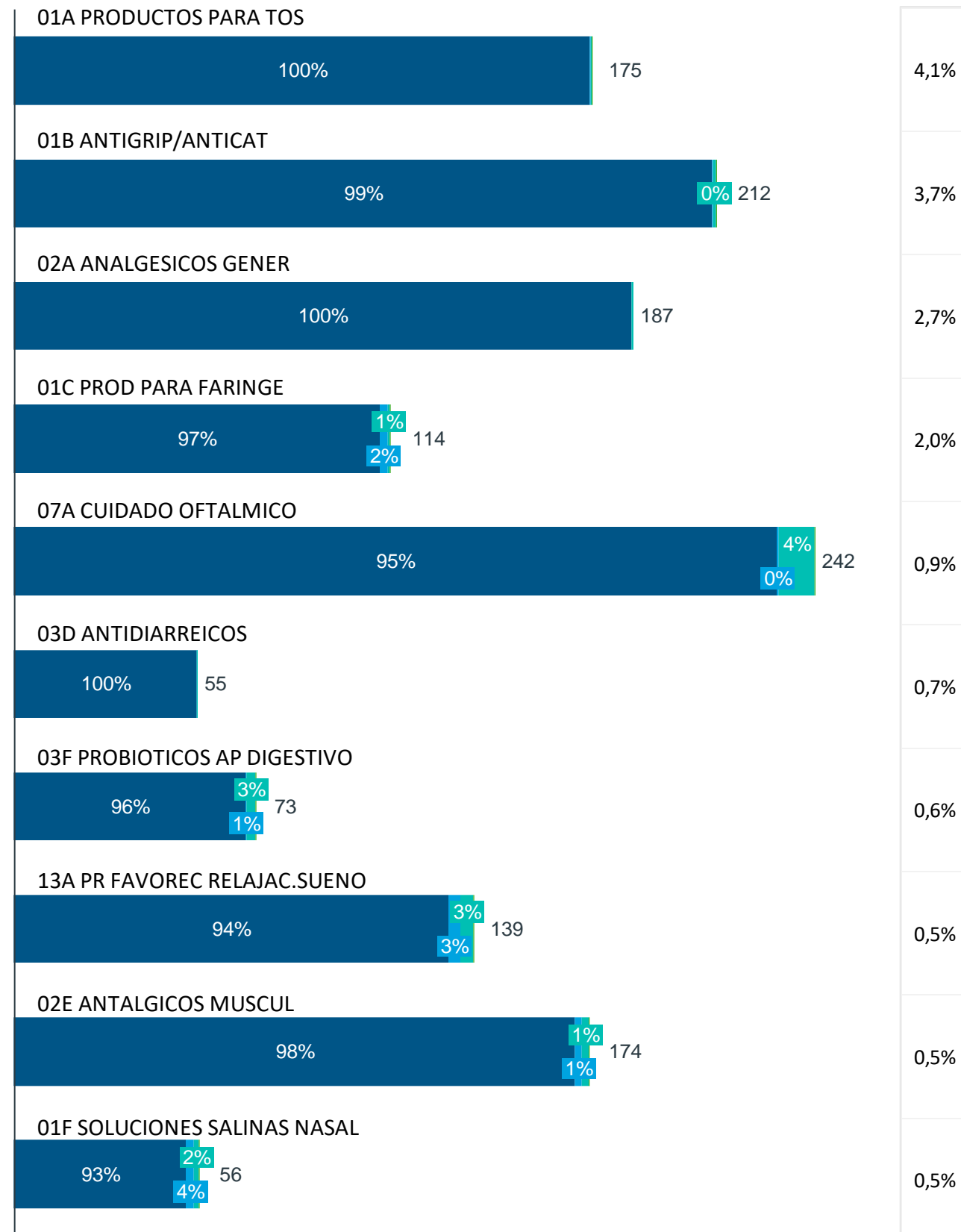
PRODUCTOS SEMIÉTICOS



*Aportación al crecimiento: fact. año en curso vs. facturación mismo periodo del año anterior / fact. total segmento periodo anterior



Facturación de las OTC 2 con mayor aportación al crecimiento* y cuota por canal (%) - M € PVP a MAT 5/2022



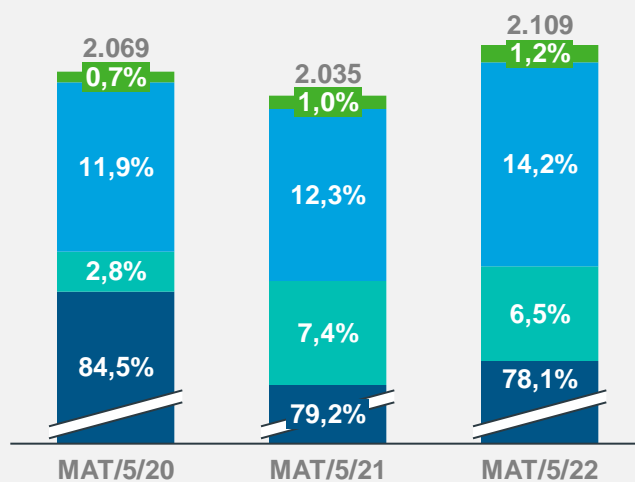
PEC

Destaca en el mes de mayo el crecimiento de la categoría de solares. Así como productos de cuidado facial de la mujer

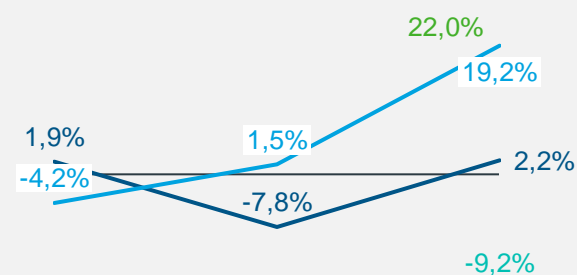
Segmento PEC



Facturación M € PVP

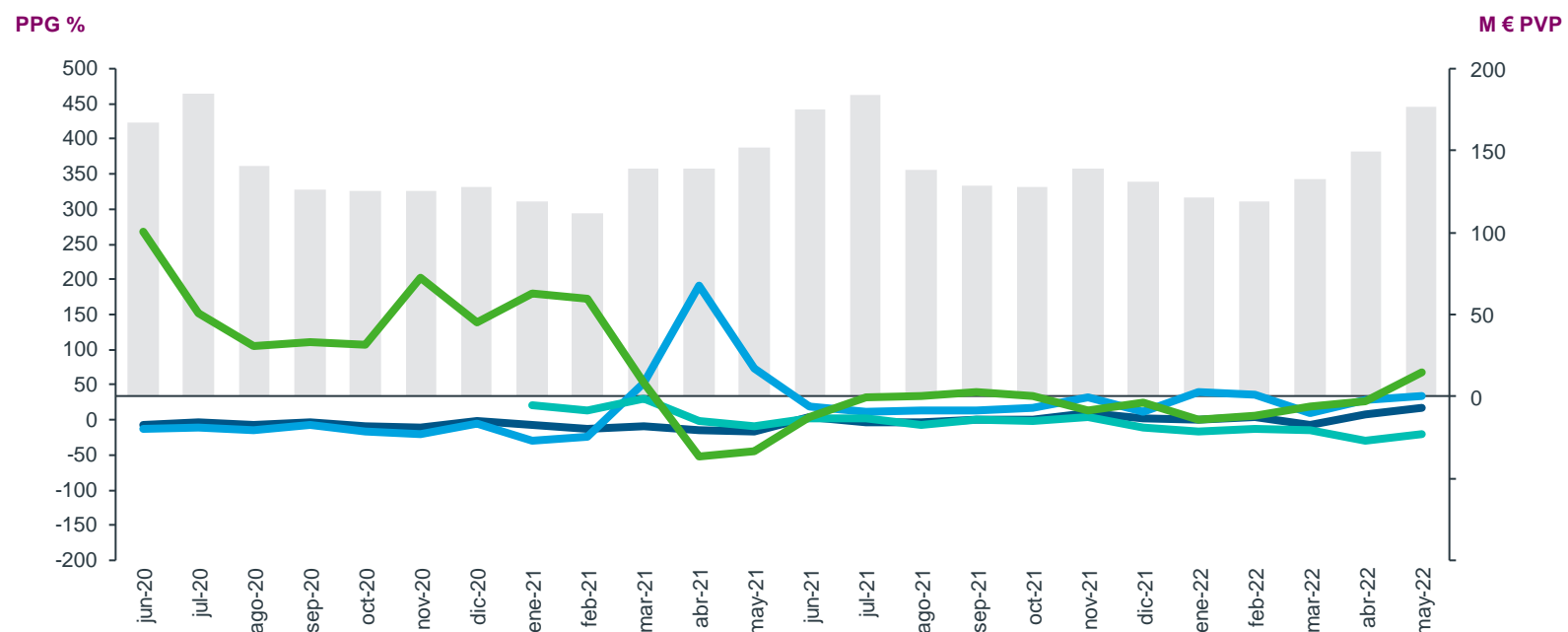


PPG % (M € PVP)

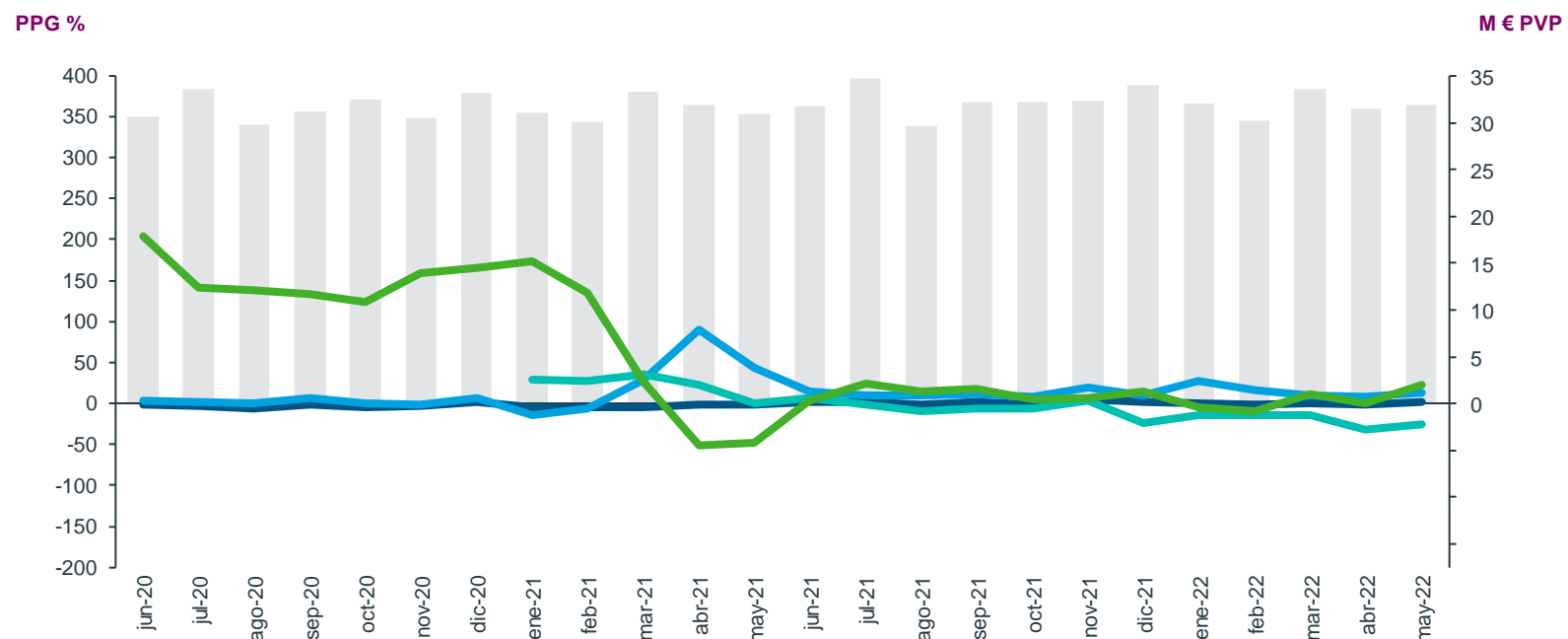


Evolutivo ventas (M € PVP) y crecimientos (PPG% valorado en € PVP)

PRODUCTOS DE DERMOCOSMÉTICA



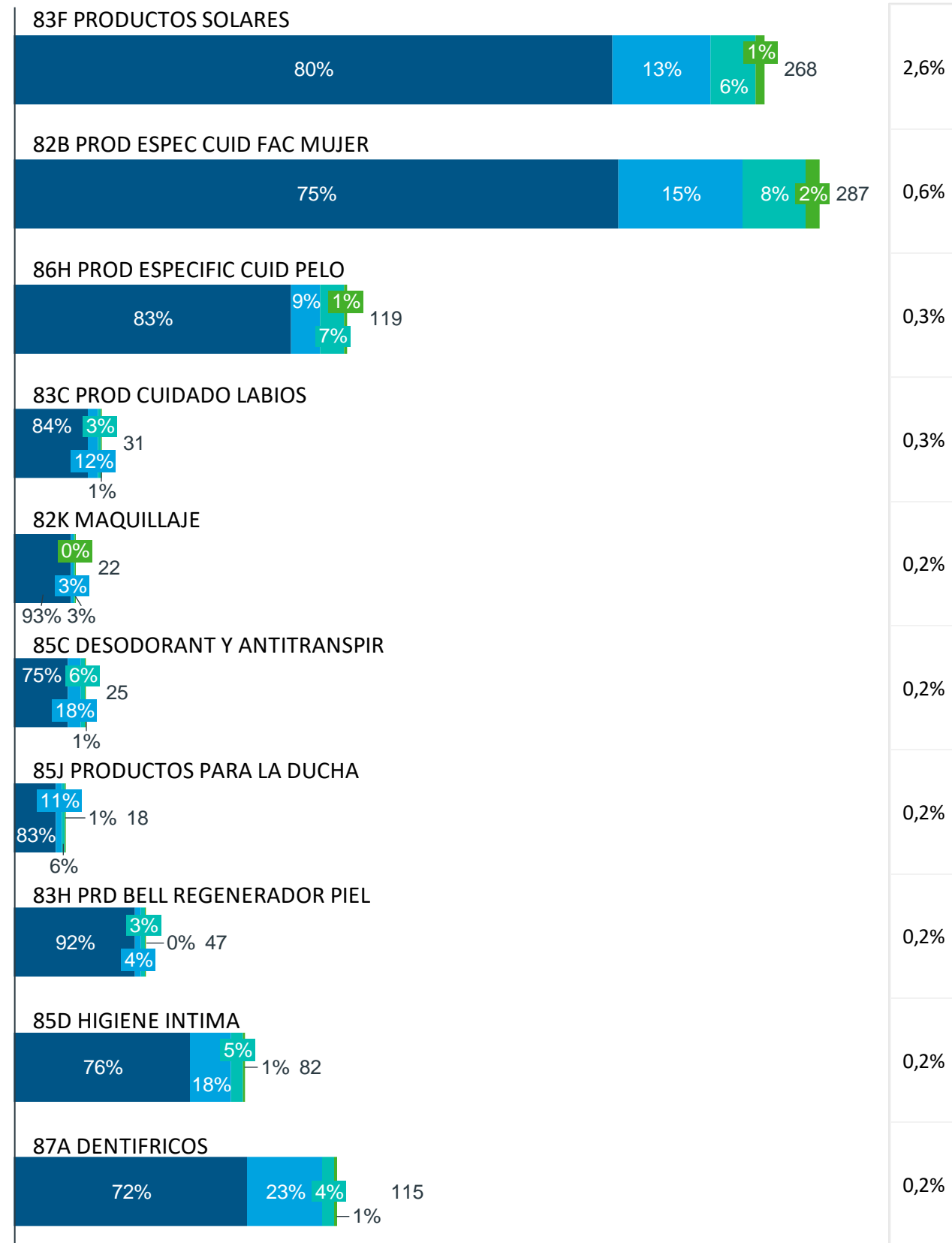
PRODUCTOS DE HIGIENE ORAL



*Aportación al crecimiento: fact. año en curso vs. facturación mismo periodo del año anterior / fact. total segmento periodo anterior



Facturación de las OTC 2 con mayor aportación al crecimiento* y cuota por canal (%) - M € PVP a MAT 5/2022



Fuente: IQVIA Sell-Out. Muestra de 6.500 farmacias.

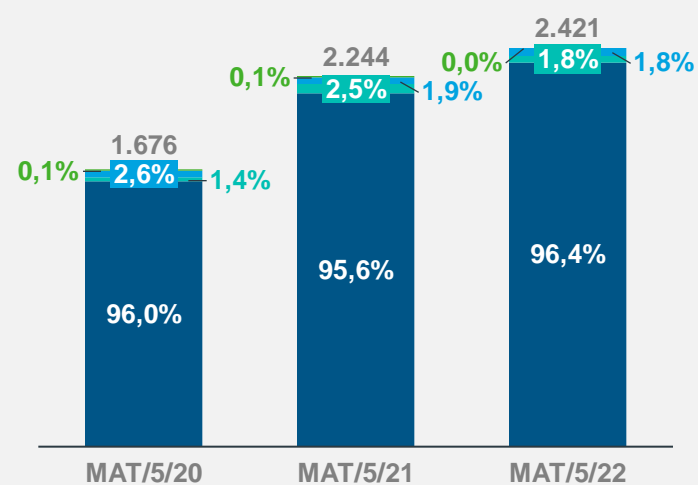
PAC

Test de antígenos es la clase que de nuevo aporta más al crecimiento de este segmento

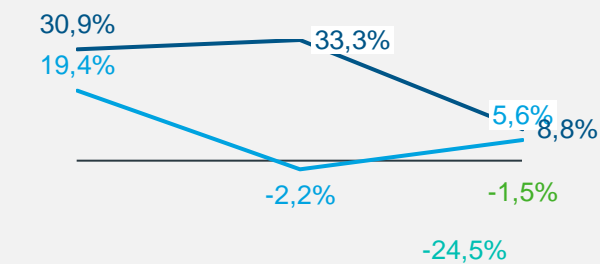
Segmento PAC

■ Farmacia ■ Parafarmacia
■ Farmacia Online ■ Parafarmacia Online

Facturación M € PVP

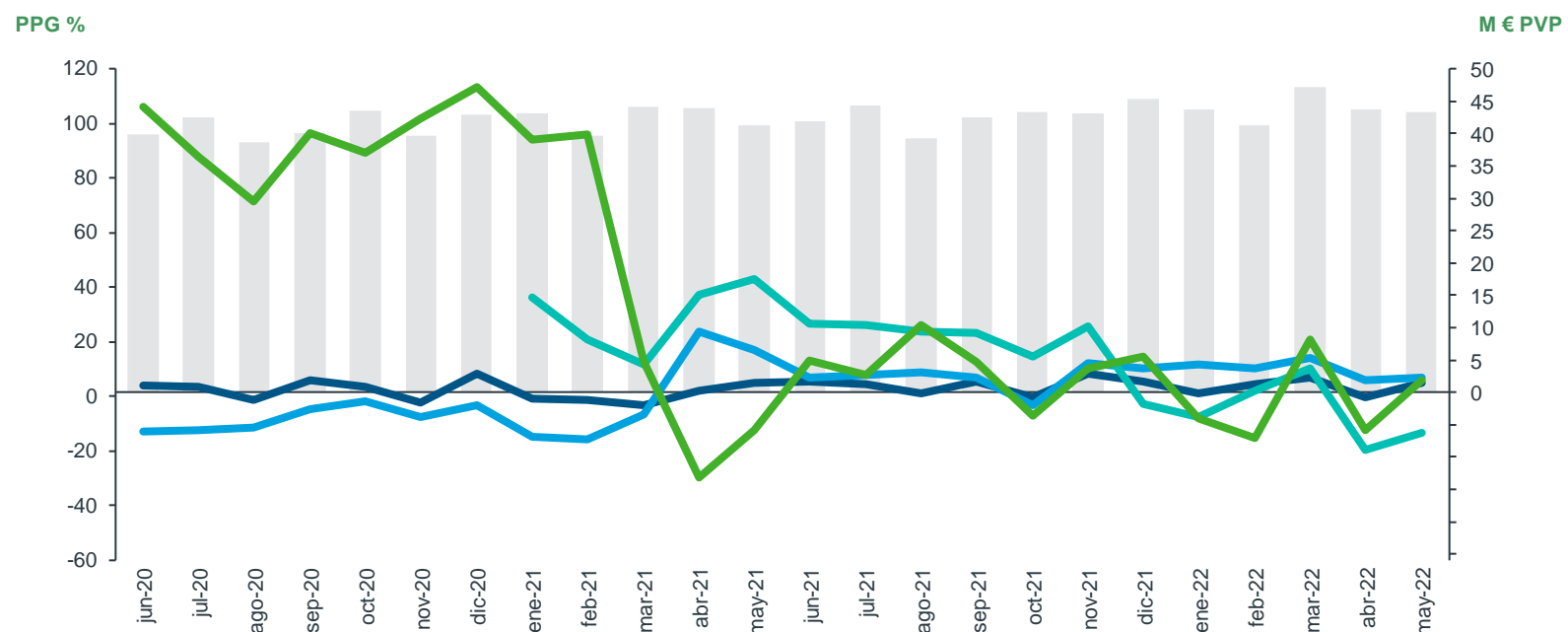


PPG % (M € PVP)

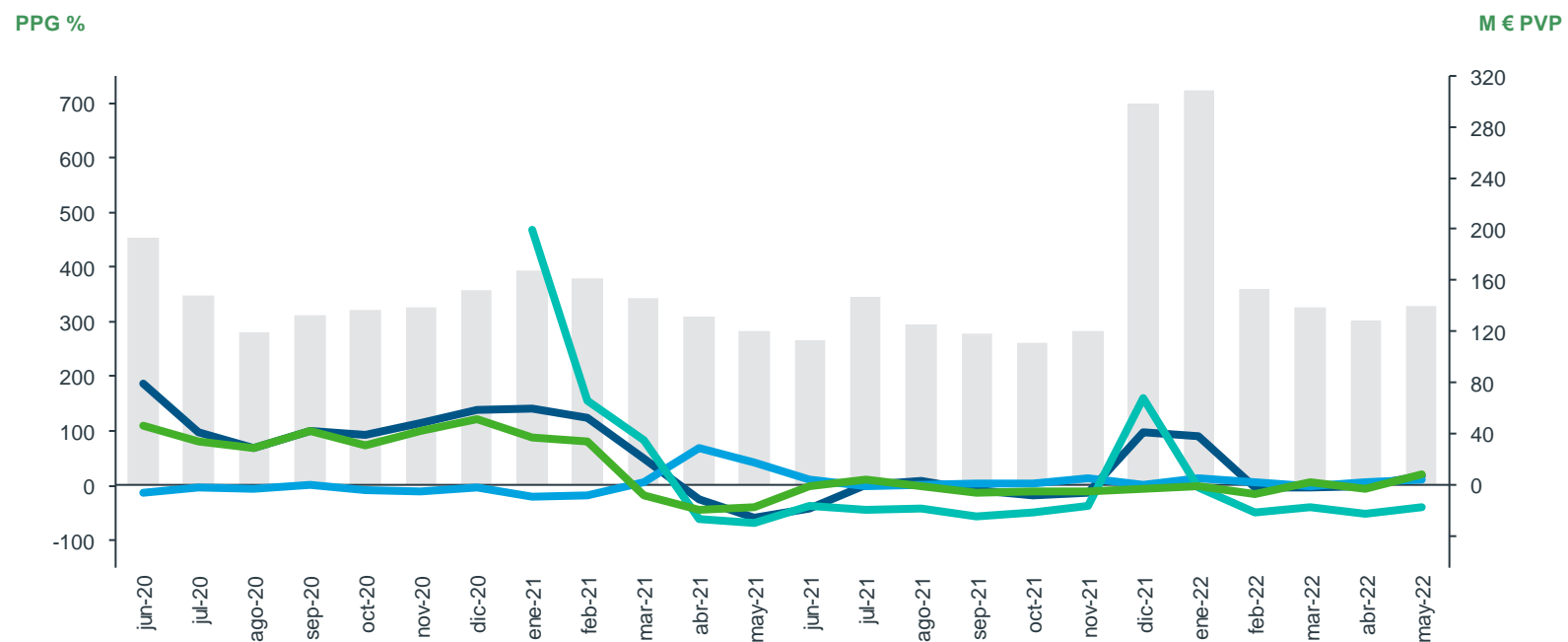


Evolutivo ventas (M € PVP) y crecimientos (PPG% valorado en € PVP)

PRODUCTOS DE INCONTINENCIA



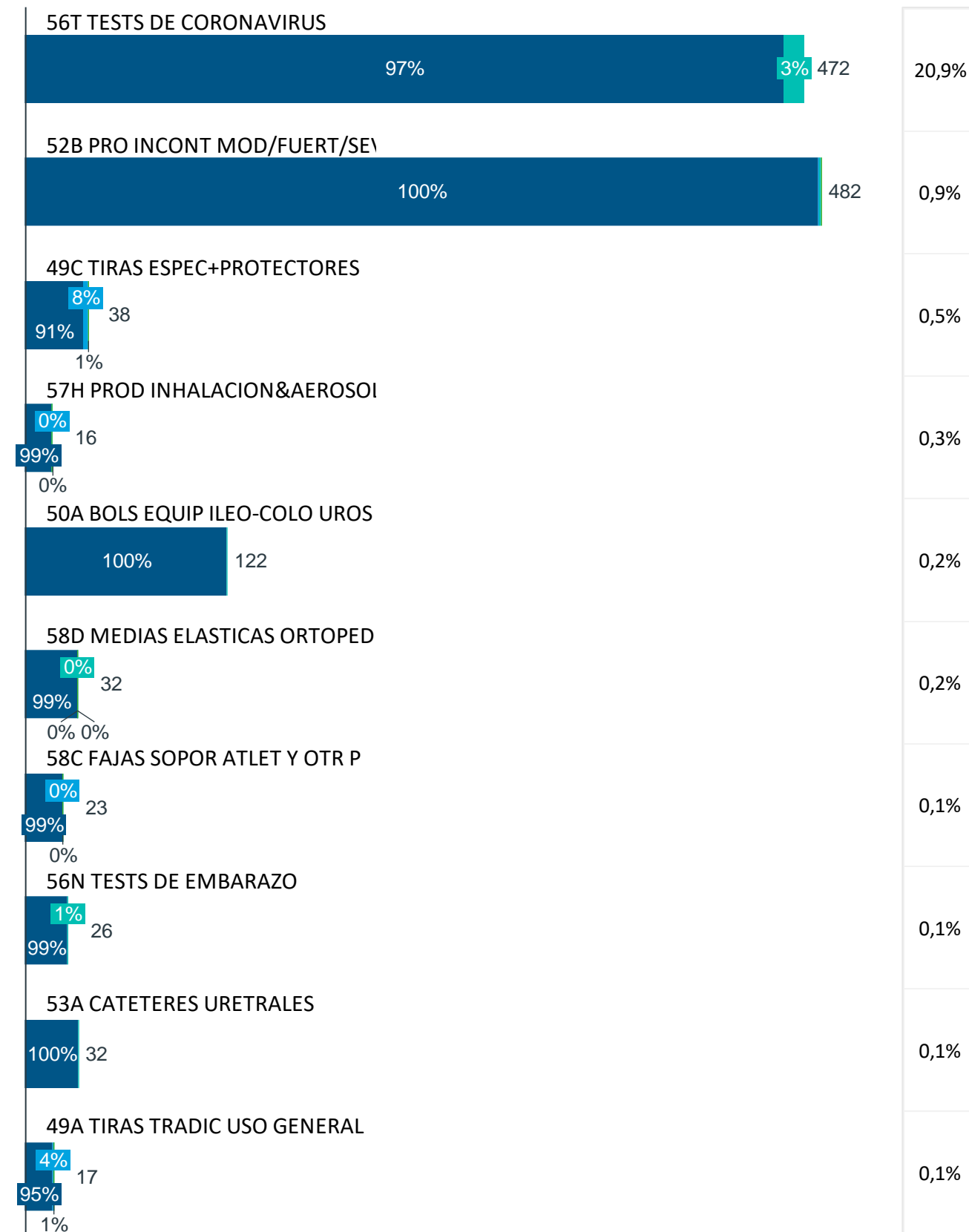
ACCESORIOS SANITARIOS



*Aportación al crecimiento: fact. año en curso vs. facturación mismo periodo del año anterior / fact. total segmento periodo anterior



Facturación de las OTC 2 con mayor aportación al crecimiento* y cuota por canal (%) - M € PVP a MAT 5/2022



Fuente: IQVIA Sell-Out. Muestra de 6.500 farmacias.

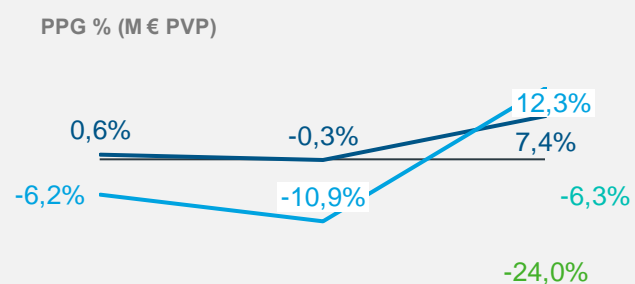
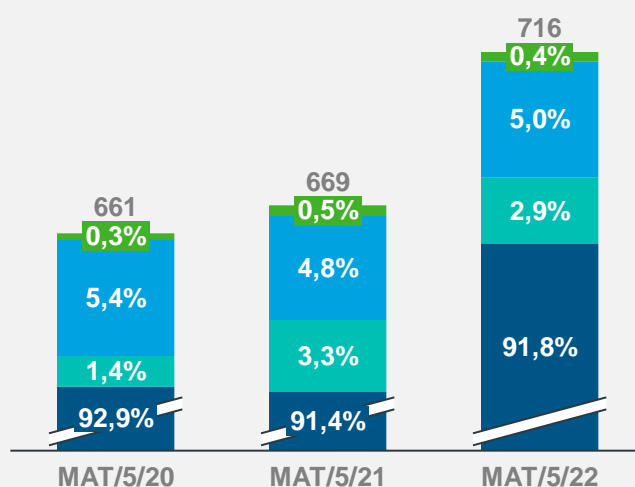
NUT

Dietas completas y suplementos nutricionales son los productos que más aportan al crecimiento del segmento

Segmento NUT

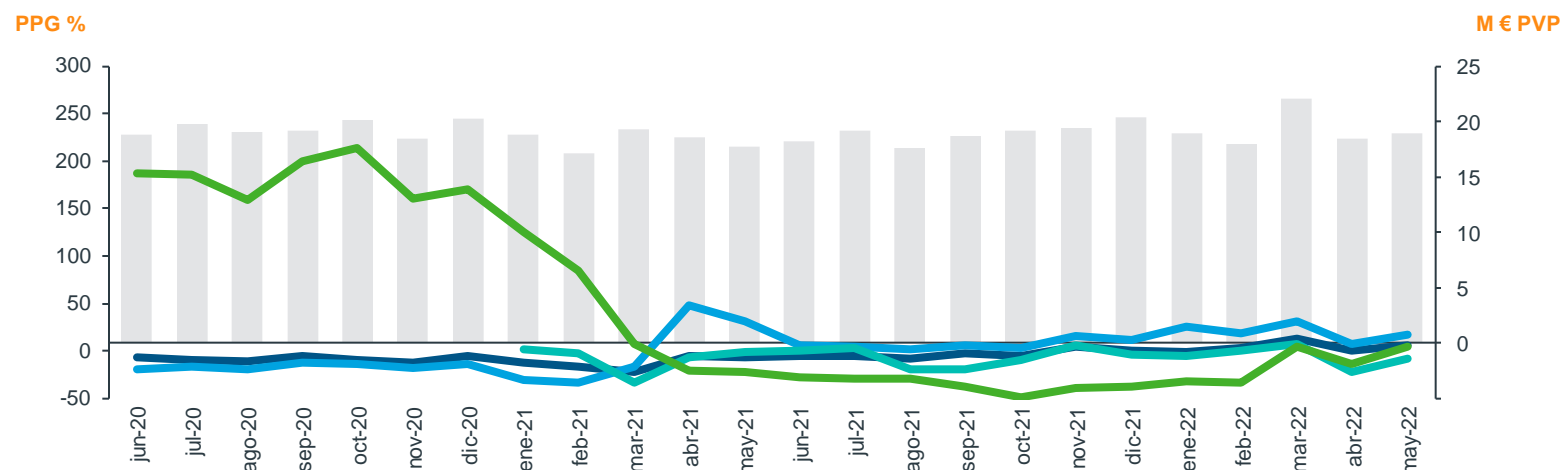
■ Farmacia ■ Parafarmacia
■ Farmacia Online ■ Parafarmacia Online

Facturación M € PVP

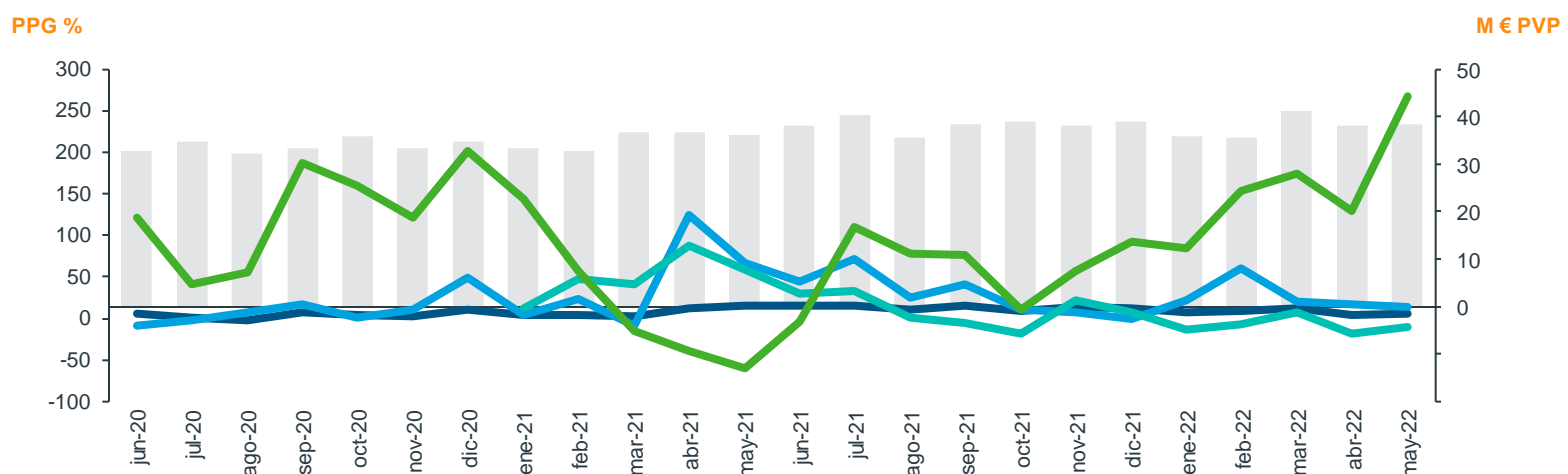


Evolutivo ventas (M € PVP) y crecimientos (PPG% valorado en € PVP)

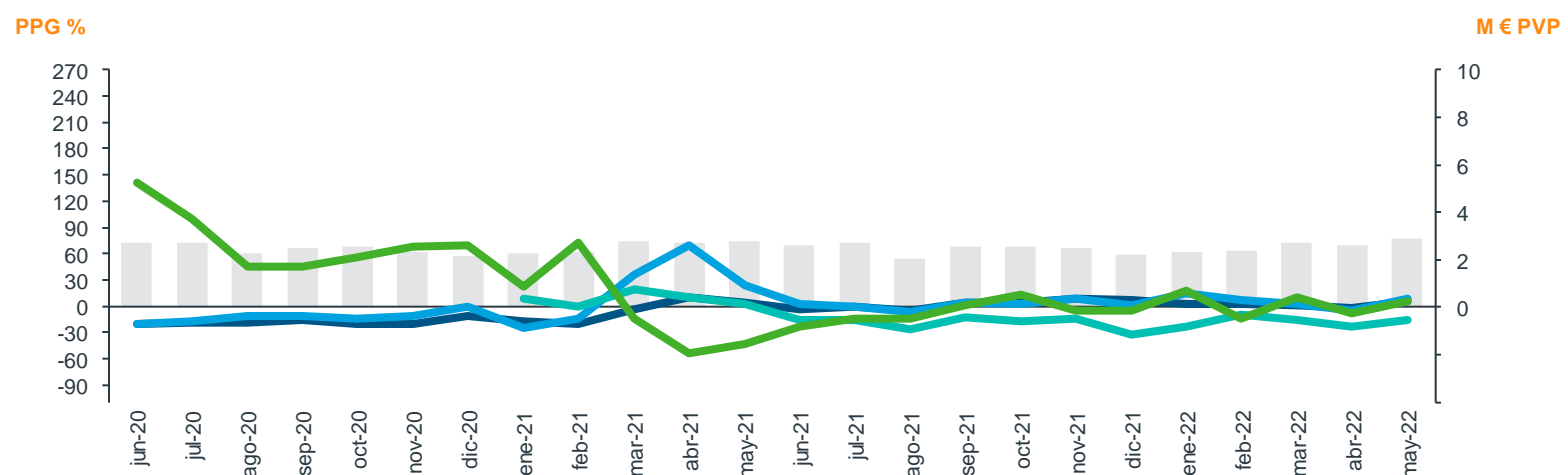
NUTRICIÓN INFANTIL



NUTRICIÓN ENTERAL



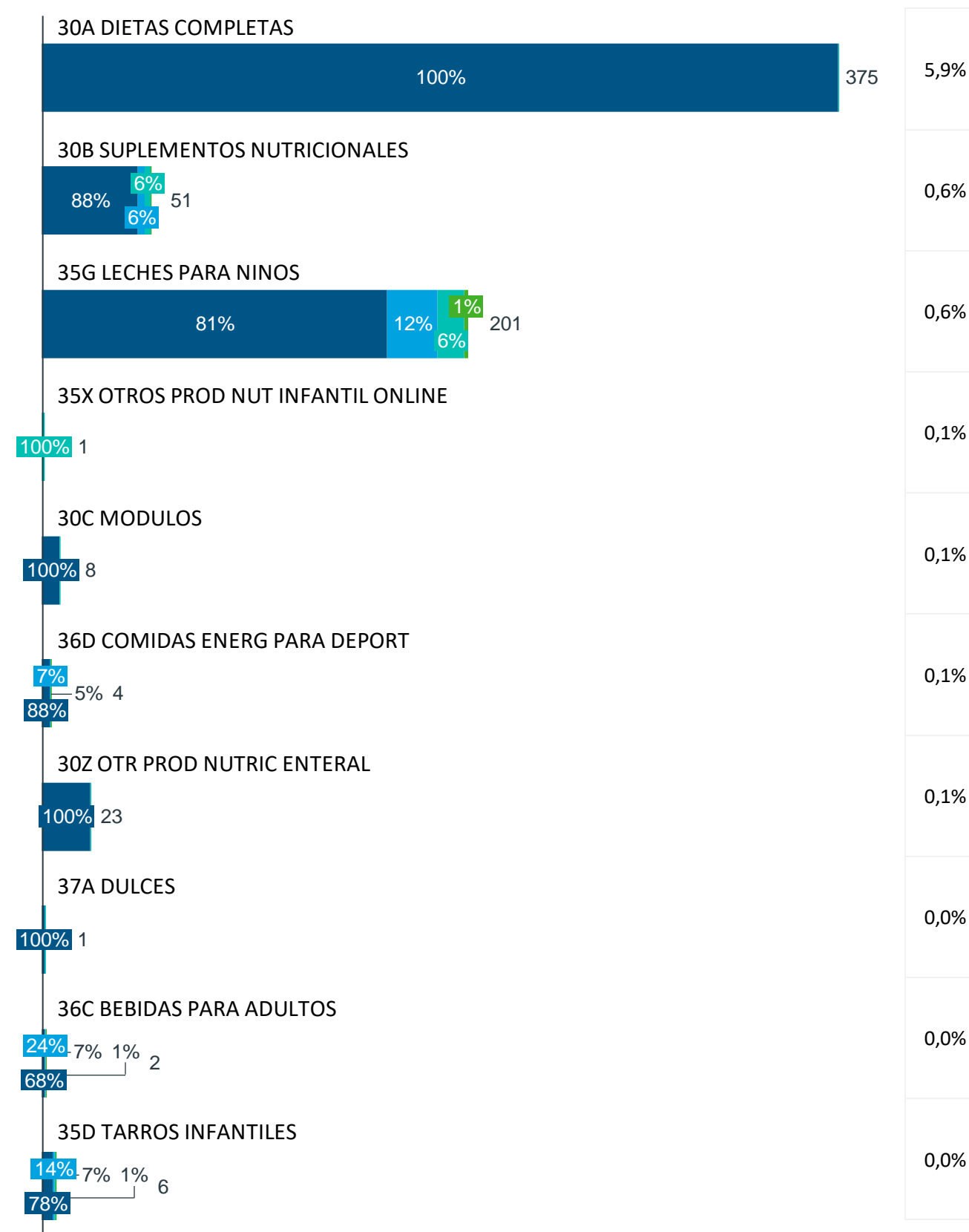
DIETA OTROS



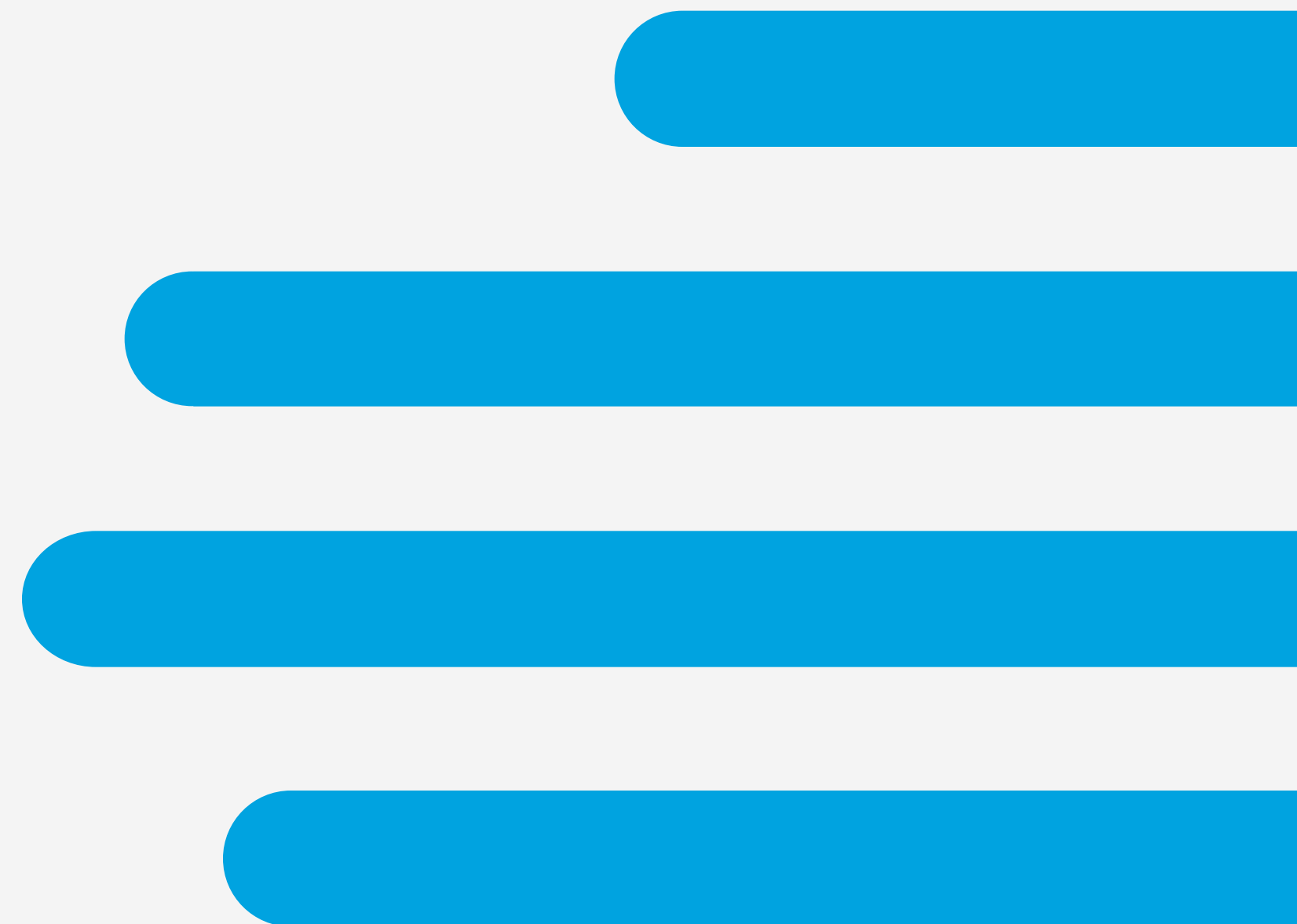
*Aportación al crecimiento: fact. año en curso vs. facturación mismo periodo del año anterior / fact. total segmento periodo anterior



Facturación de las OTC 2 con mayor aportación al crecimiento* y cuota por canal (%) - M € PVP a MAT 5/2022



Anexos

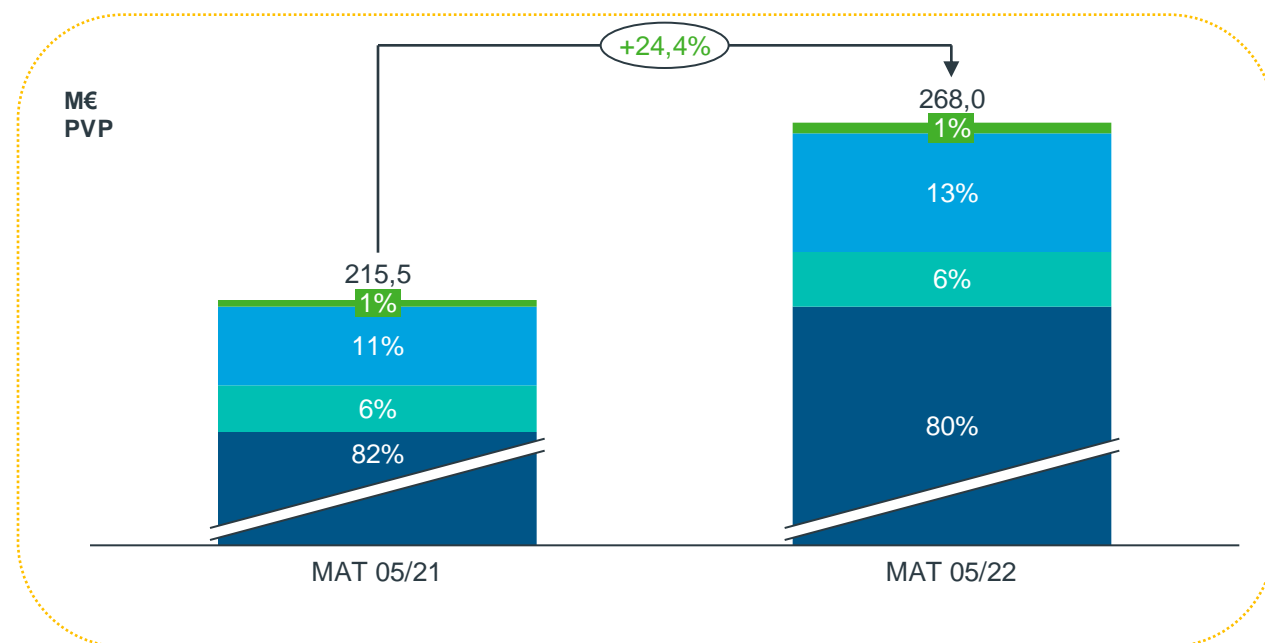


¿Qué categorías destacan en el mes de mayo?

Anexo I. Mercado de solares



Solares

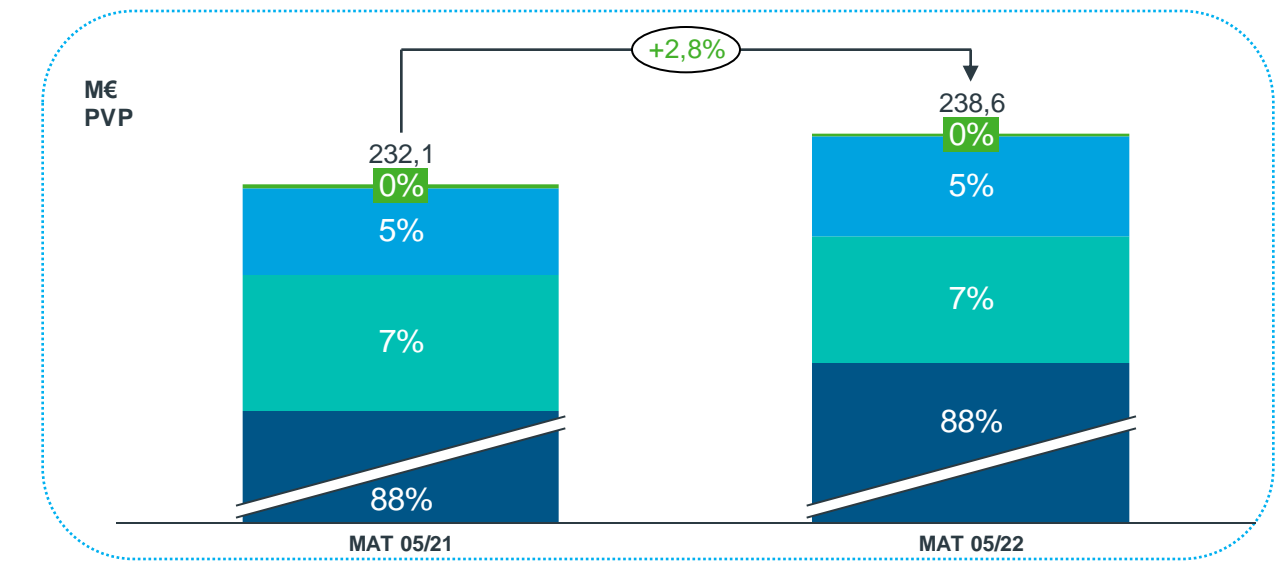


- 83F2 Protector solares adultos
- 83F6 Protector solar niños
- Resto solares: 83F1 Activadores de pigmentación, 83F3 Autobronceadores, 83F4 Productos después sol adultos, 83F5 Productos solares para pelos y 83F9-Otros productos solares

Anexo II. Mercado de vitaminas y estimulantes



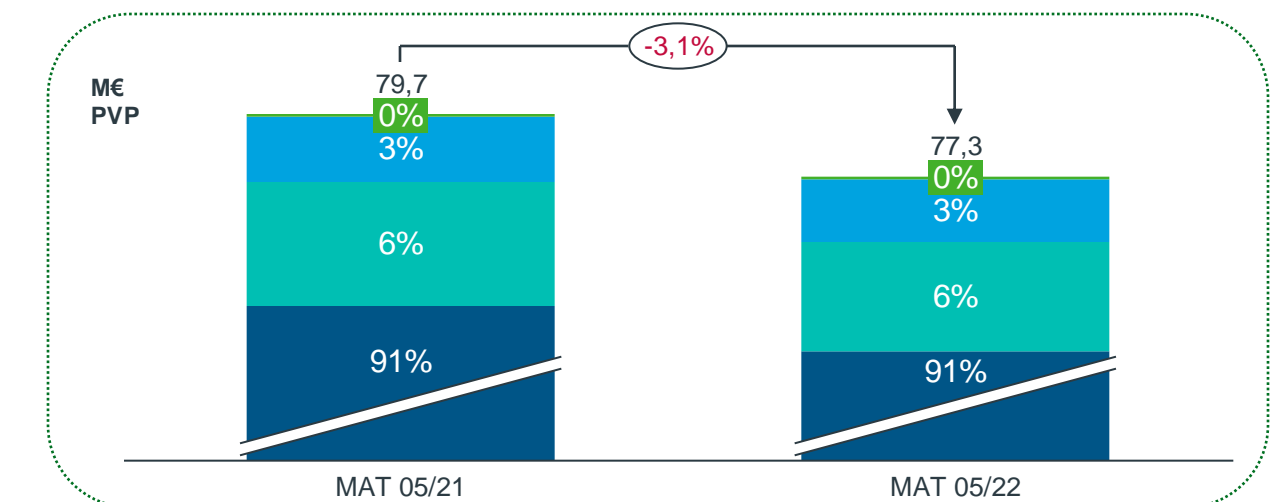
Vitaminas



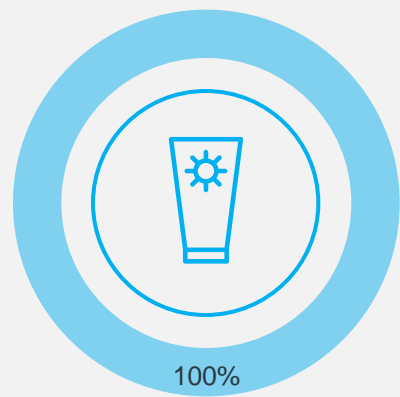
- 04C Vitamina B
- 04D Productos con Vitamina C
- 04F Suplementos minerales
- Multivitaminas: 04 A Multivitaminas con minerales, 04B Multivitaminas sin minerales
- Resto: 04E Otras vitaminas solas, 04G Ácidos grasos omega 3, 04H Otros suplementos, 04J Protector anti envejecimiento, 04K Productos coenzima Q10



Estimulantes

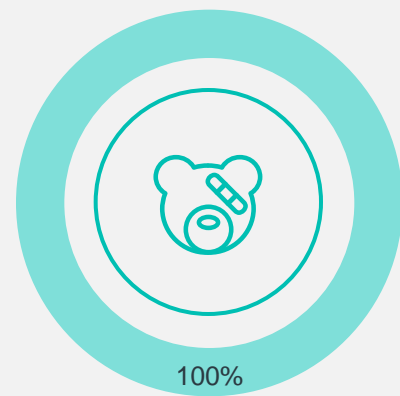


- 05A1 Tónicos
- 05C1 Otros estimulantes
- 05F1 Prep inmunoestimulantes
- 05G1 Estimulantes cognitivos



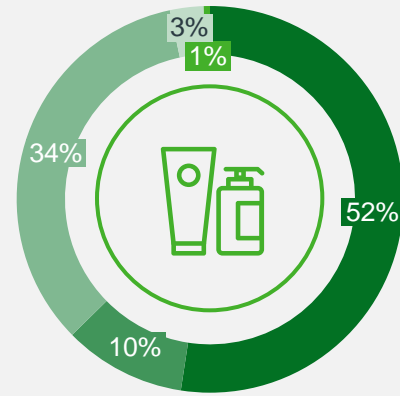
PROTECTOR SOLAR ADULTO

193 M€ PVP



PROTECTOR SOLAR NIÑOS

33 M€ PVP



RESTO SOLARES

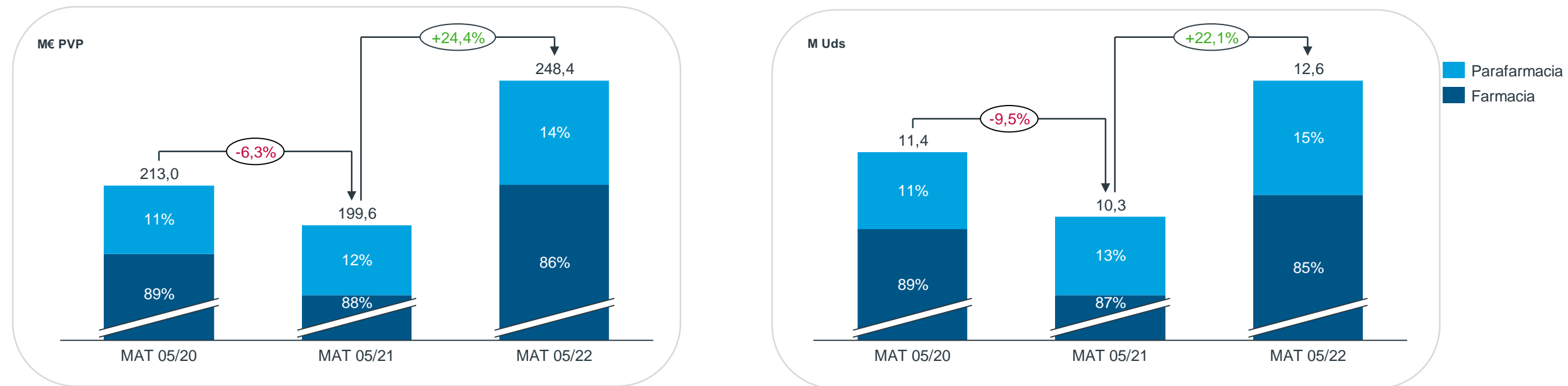
22 M€ PVP

- ACTIVADORES DE PIGMENTAC
- PROD SOLARES PARA PELOS
- AUTOBRONCEADORES
- OTROS PRODUCTOS SOLARES
- PROD DESPUES SOL ADULTOS

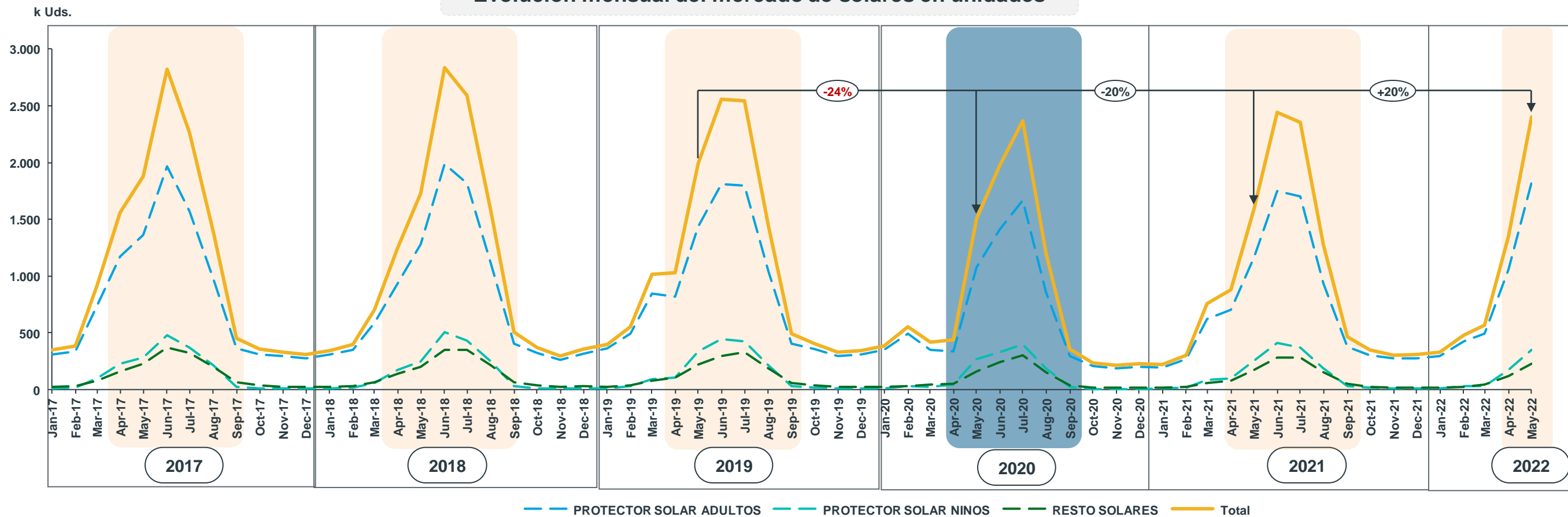
Mercado solares

Evolutivo mercado de solares en valores y unidades (M€ -PVP, M uds)

! Canal farmacia y parafarmacia offline



Evolución mensual del mercado de solares en unidades



Estacionalidad mercado de solares

Verano pandemia covid-19

Fuente: IQVIA Sell Out
Canales: farmacia y parafarmacia offline

Isdin es el laboratorio líder tanto en solares de adultos como en solares para niños

Cantabria Labs se posiciona en resto solares como líder con su producto Heliocare

Avene se mantiene como top 3 tanto en adultos como niños

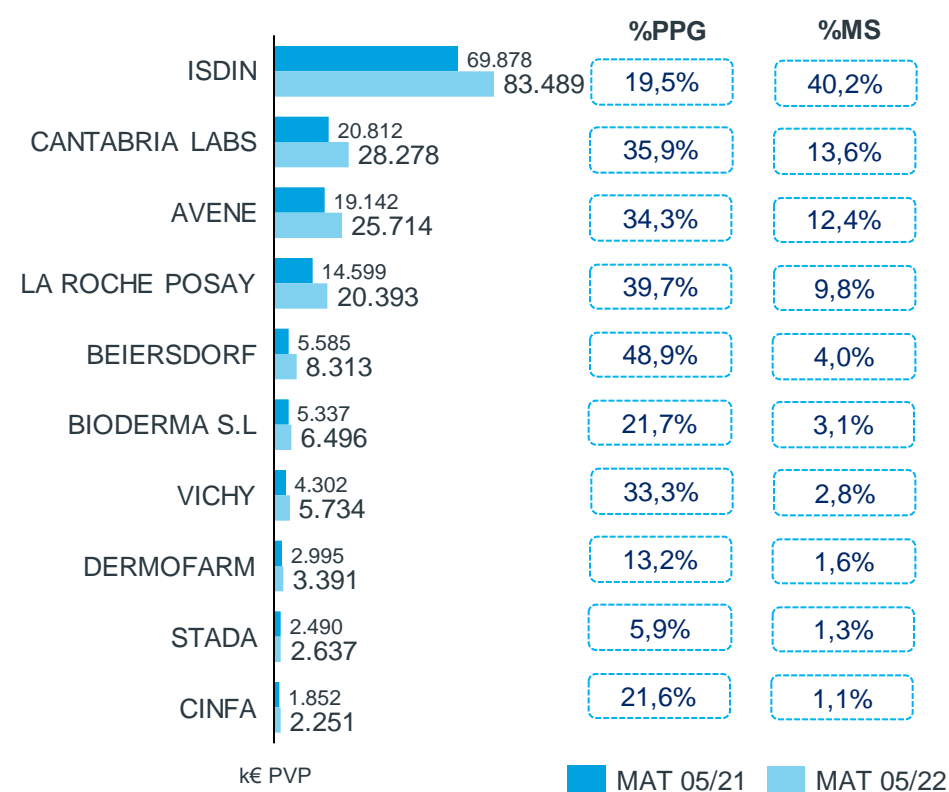
La Roche Posay está mejor posicionada en solares para niños que en adultos



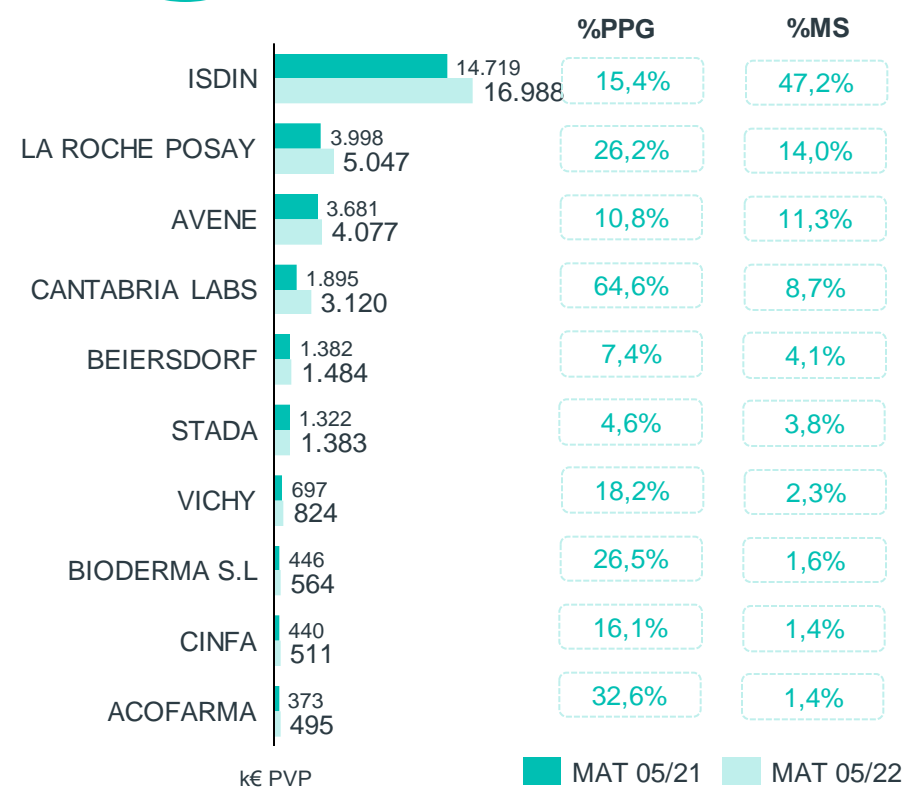
Canal farmacia, parafarmacia, parafarmacia online y farmacia online



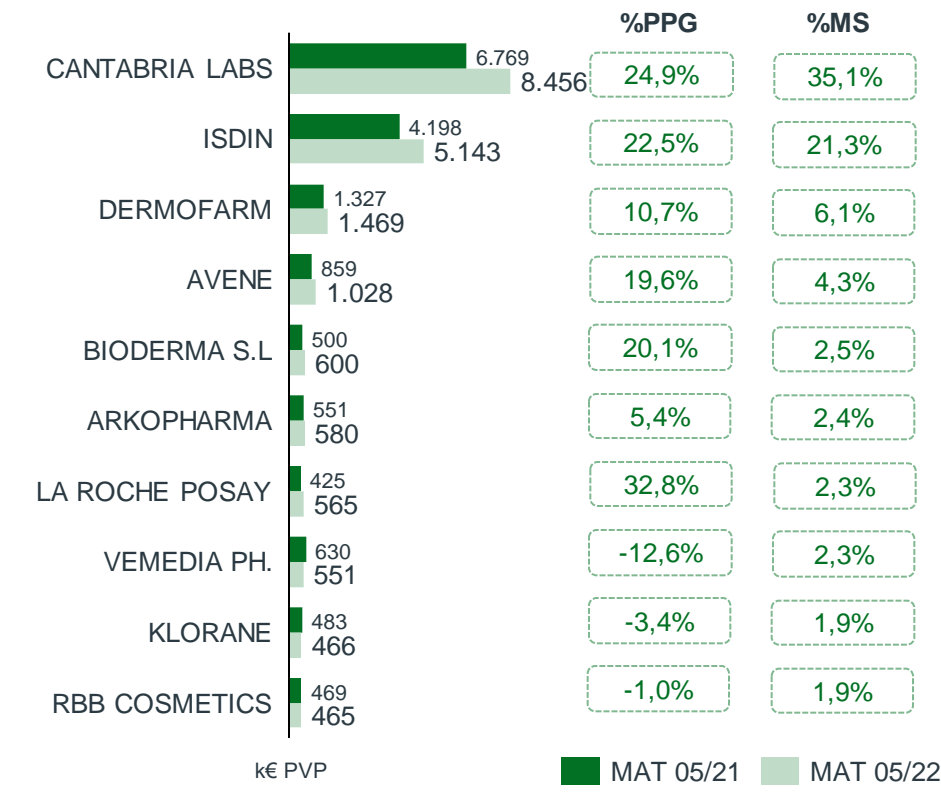
Evolución top 10 laboratorios solares adultos (MAT 05/22 vs MAT 05/21)



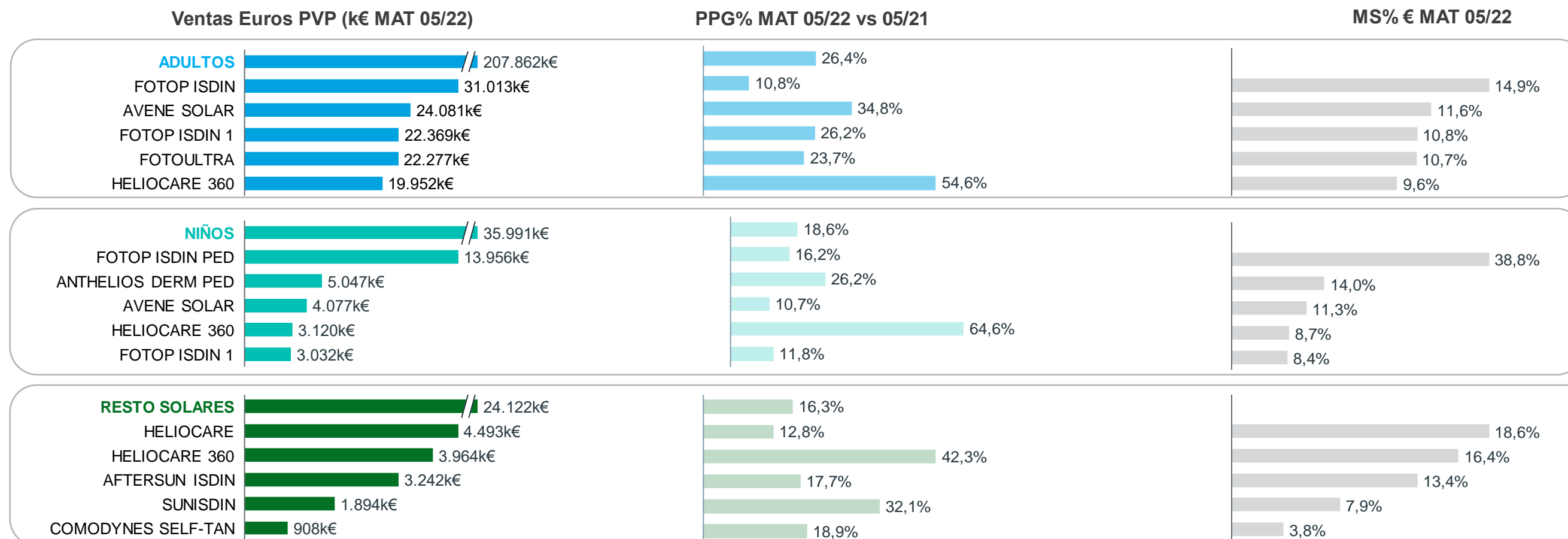
Evolución top 10 laboratorios solares niños (MAT 05/22 vs MAT 05/21)



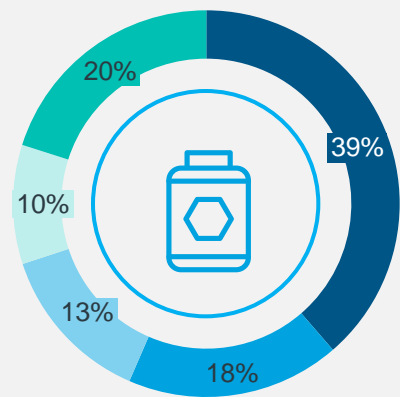
Evolución top 10 laboratorios resto solares (MAT 05/22 vs MAT 05/21)



Top 5 Productos por segmento



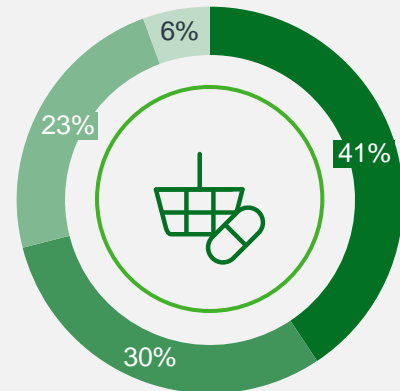
Mercado vitaminas y estimulantes



VITAMINAS

222 M€ PVP

- MULTIVITAMINAS CON MINERALES
- SUPLEMENTOS MINERALES
- VITAMINA B
- VITAMINA C
- RESTO VITAMINAS



ESTIMULANTES

73 M€ PVP

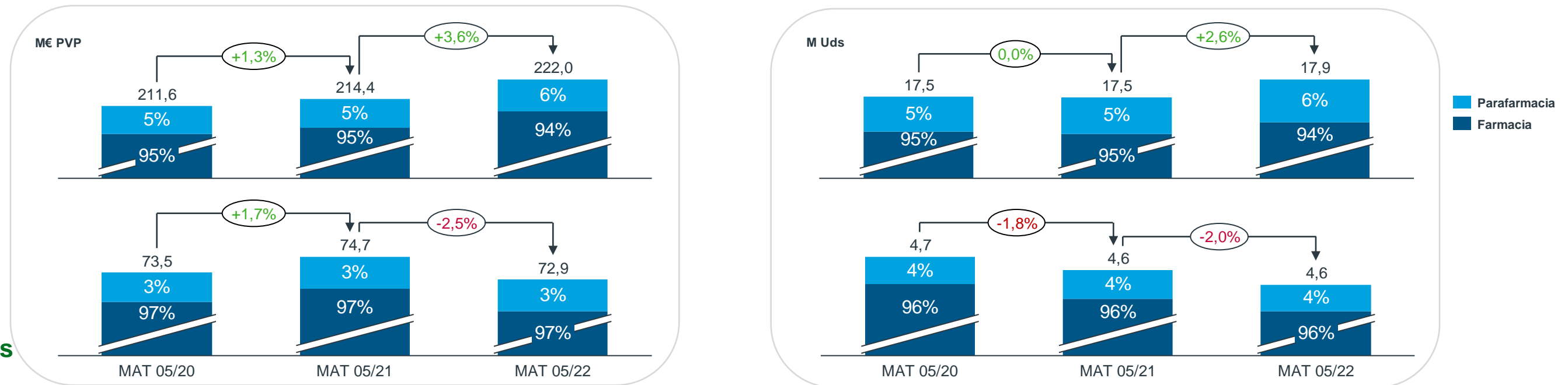
- PREPARADOS INMUNOESTIMULANTES
- TONICOS
- ESTIMULANTES COGNITIVOS
- OTROS ESTIMULANTES

Vitamins

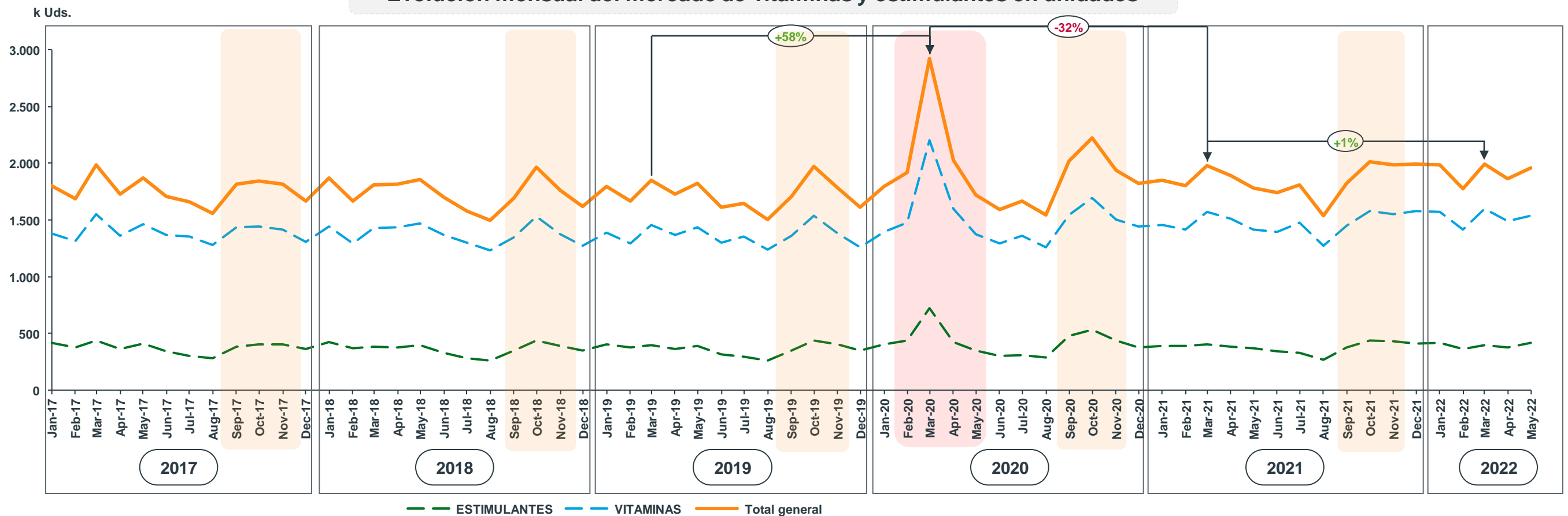
Stimulants

Evolutivo mercado de solares en valores y unidades (M€ -PVP, M uds)

Canal farmacia y parafarmacia offline



Evolución mensual del mercado de vitaminas y estimulantes en unidades



Estacionalidad mercado de vitaminas y estimulantes

Pandemia COVID 19

Bayer se mantiene como laboratorio líder en el mercado de vitaminas con sus marcas **Supradyn** y **Redoxon**

Dentro del top 3 en vitaminas, **GSK** y **Almirall** crecen alrededor de un 10% vs. el mismo periodo del año anterior

En el mercado de estimulantes, los 2 laboratorios líderes, **Cantabria** y **Arkopharma**, decrecen en ventas

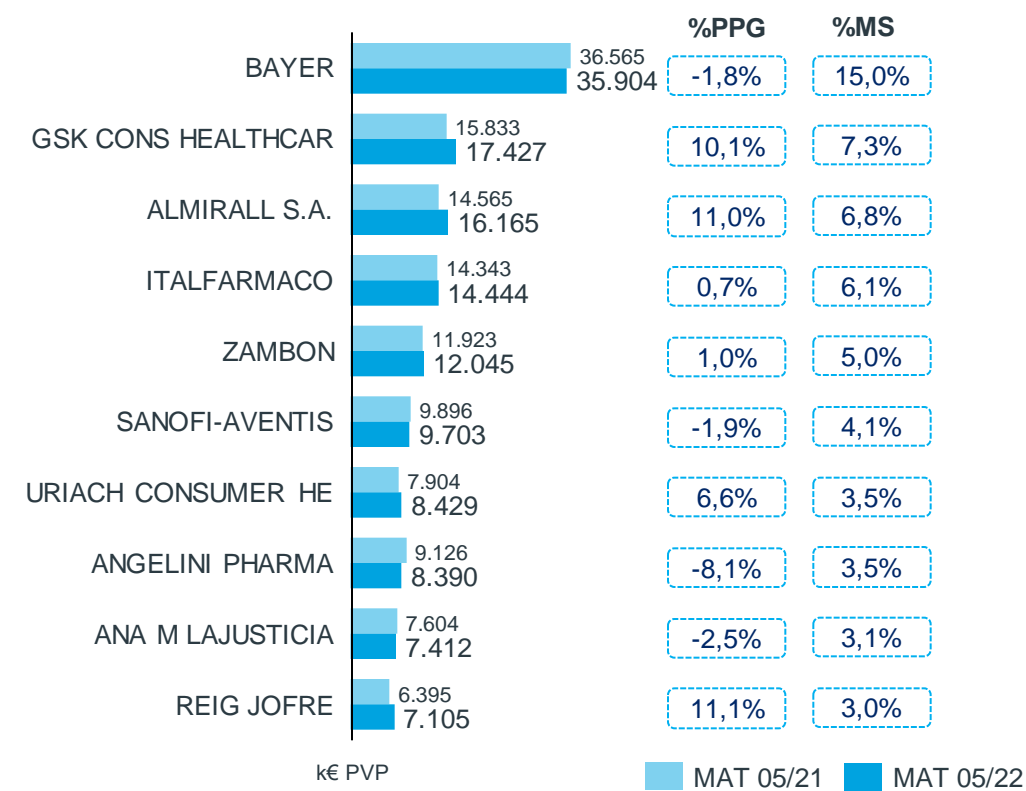
Italfarmaco ha logrado posicionar **Neuralex** como el 2º producto más vendido



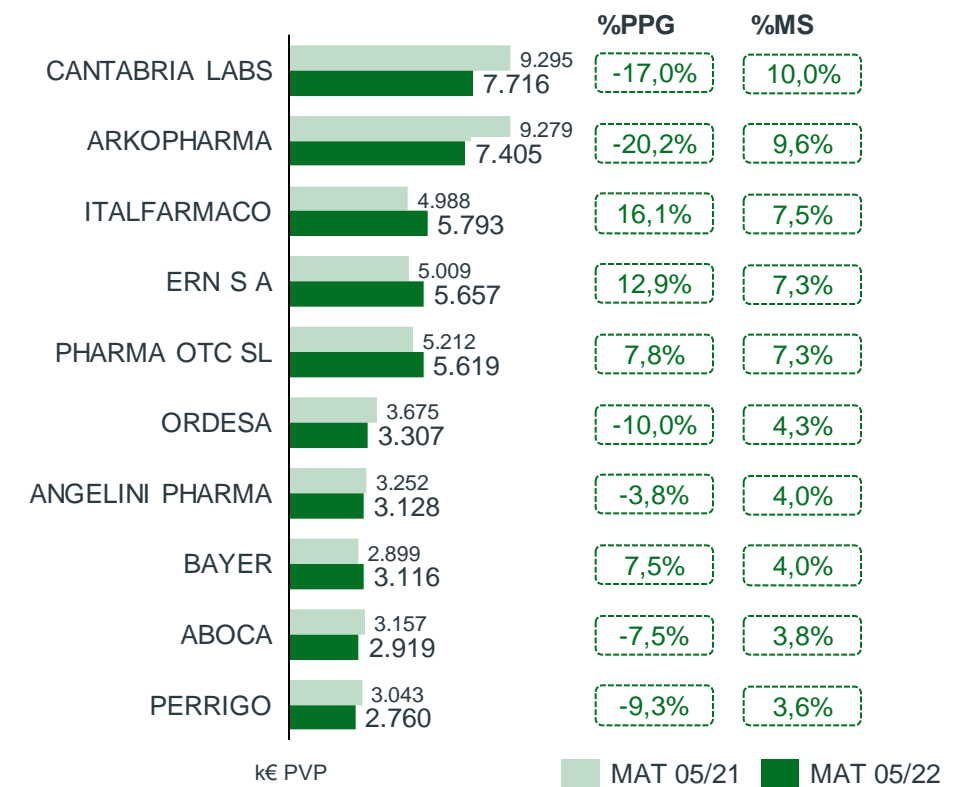
Canal farmacia, parafarmacia, parafarmacia online y farmacia online



Evolución top 10 laboratorios vitaminas (k€ PVP; MAT 05/22 vs MAT 05/21)

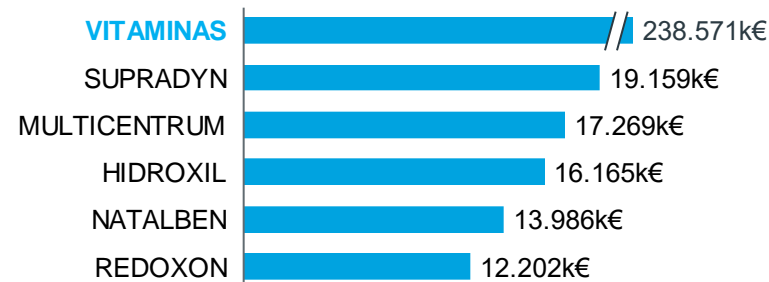


Evolución top 10 laboratorios estimulantes (k€ PVP; MAT 05/22 vs MAT 05/21)

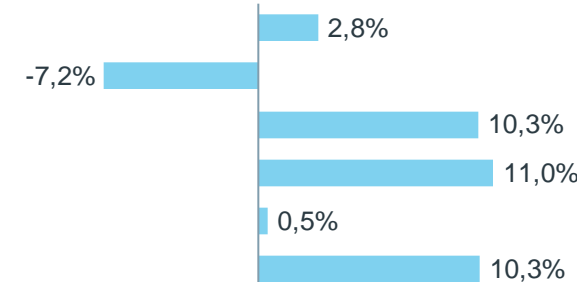


Top 5 marcas por segmento

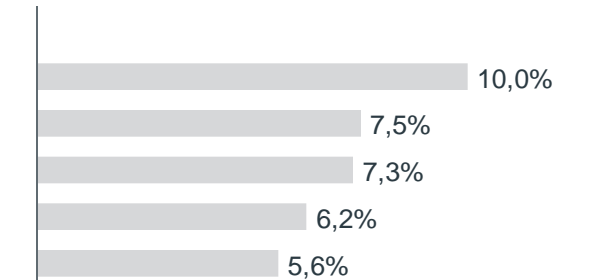
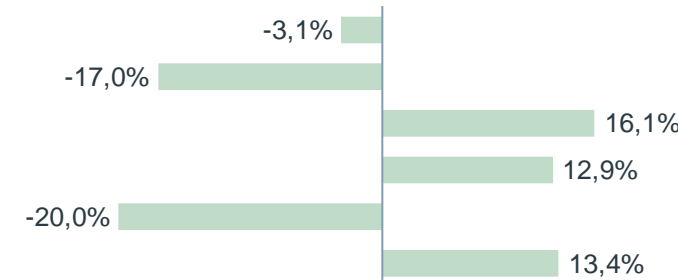
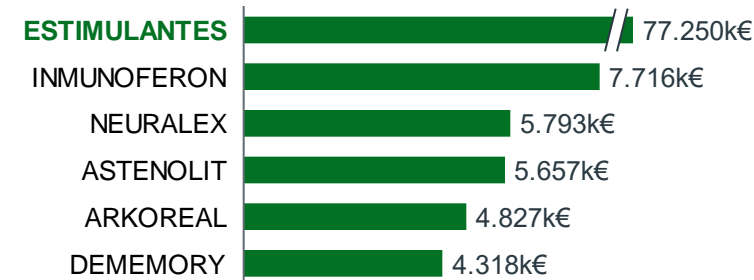
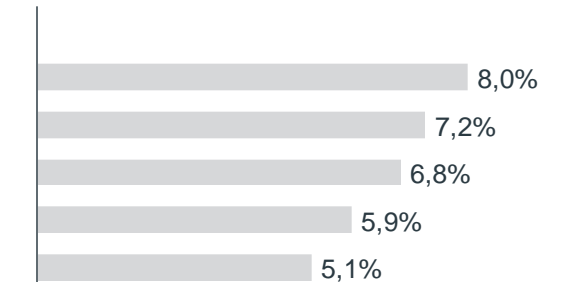
Ventas Euros PVP (k€ MAT 05/22)



PPG% MAT 05/22 vs 05/21



MS% € MAT 05/22





INFORME TENDENCIAS DEL MERCADO FARMACÉUTICO

Mayo 2022

