



# Evolución del Mercado de la farmacia Española

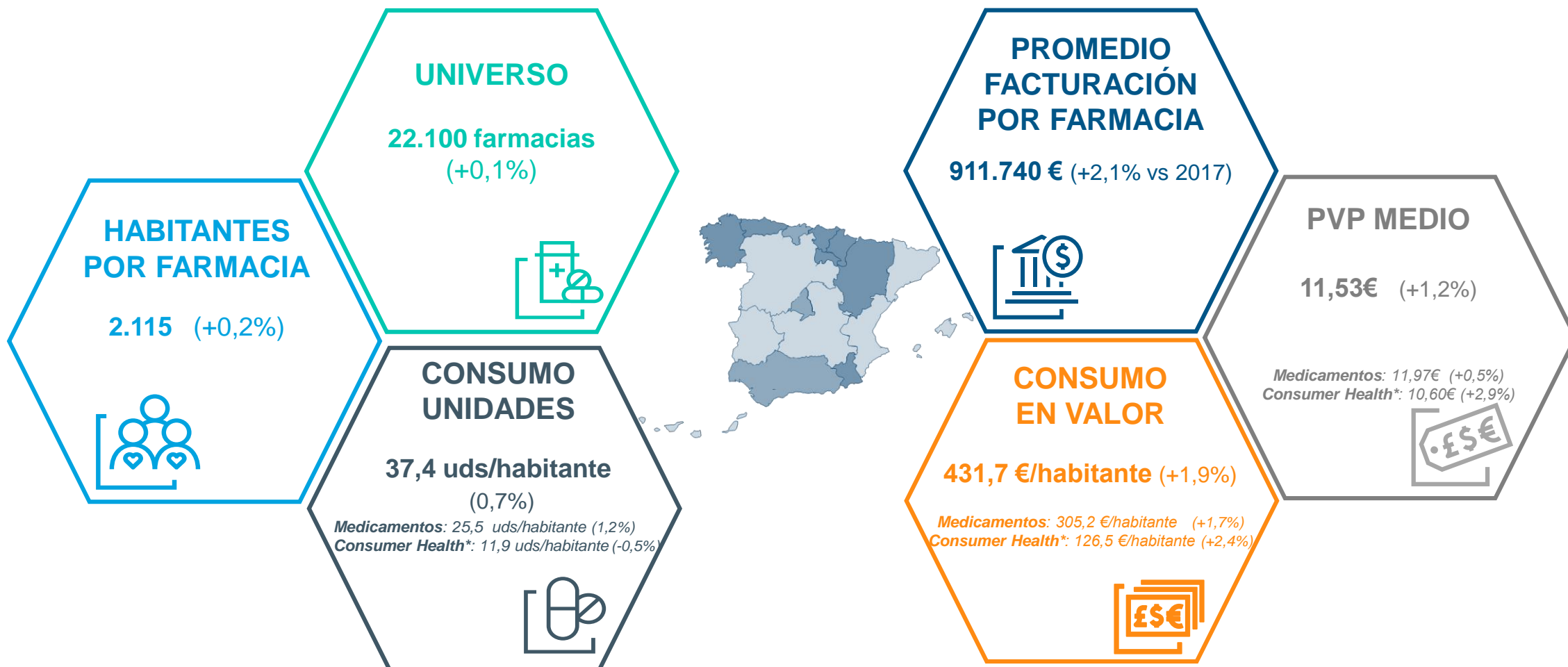
*Actualización datos de junio 2019*

Julio 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
  - + Verano: Solares y Mosquitos

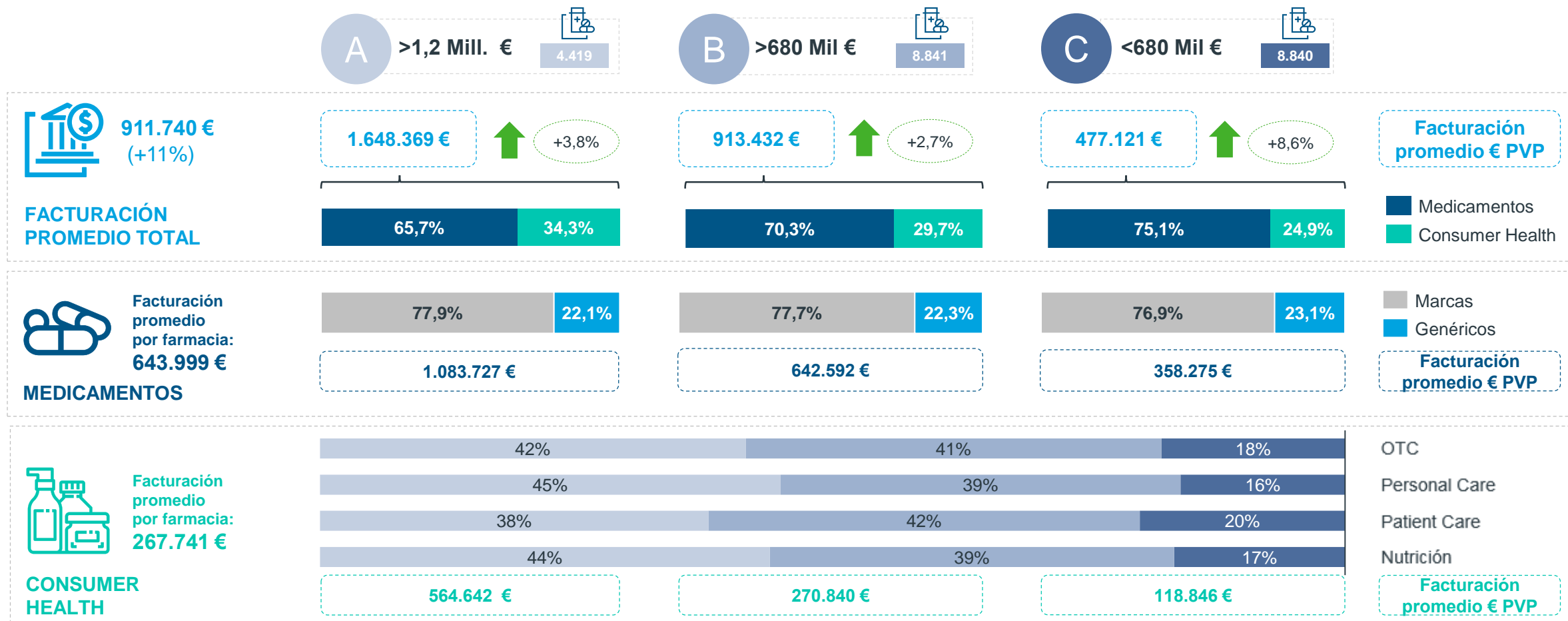
# España cuenta con 22.100 farmacias, las cuales facturan de promedio 911K€ con un PVP medio de 11,53€



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

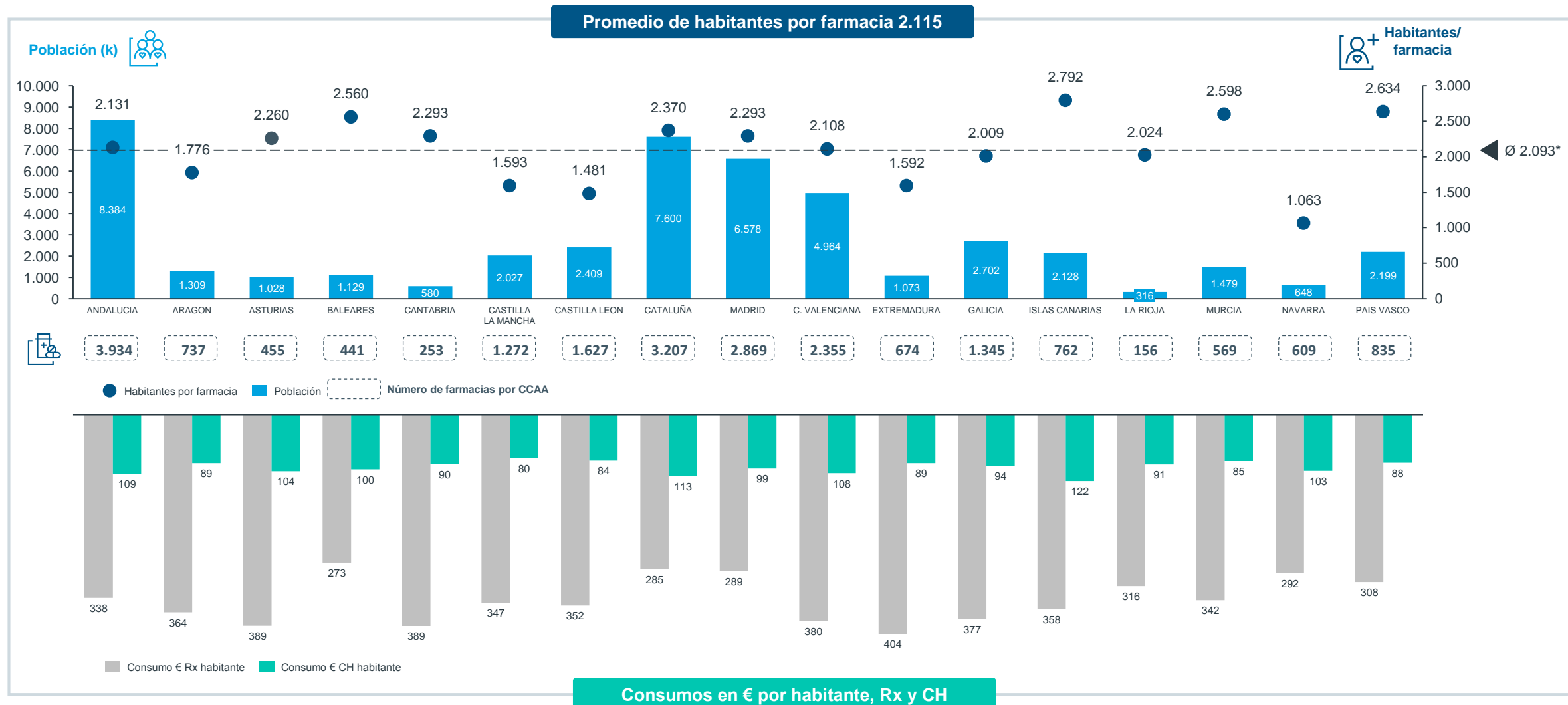
# La facturación promedio de una farmacia ha crecido un 11% en los últimos 4 años, el 30% de esta facturación la realizan productos de Consumer Health

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)



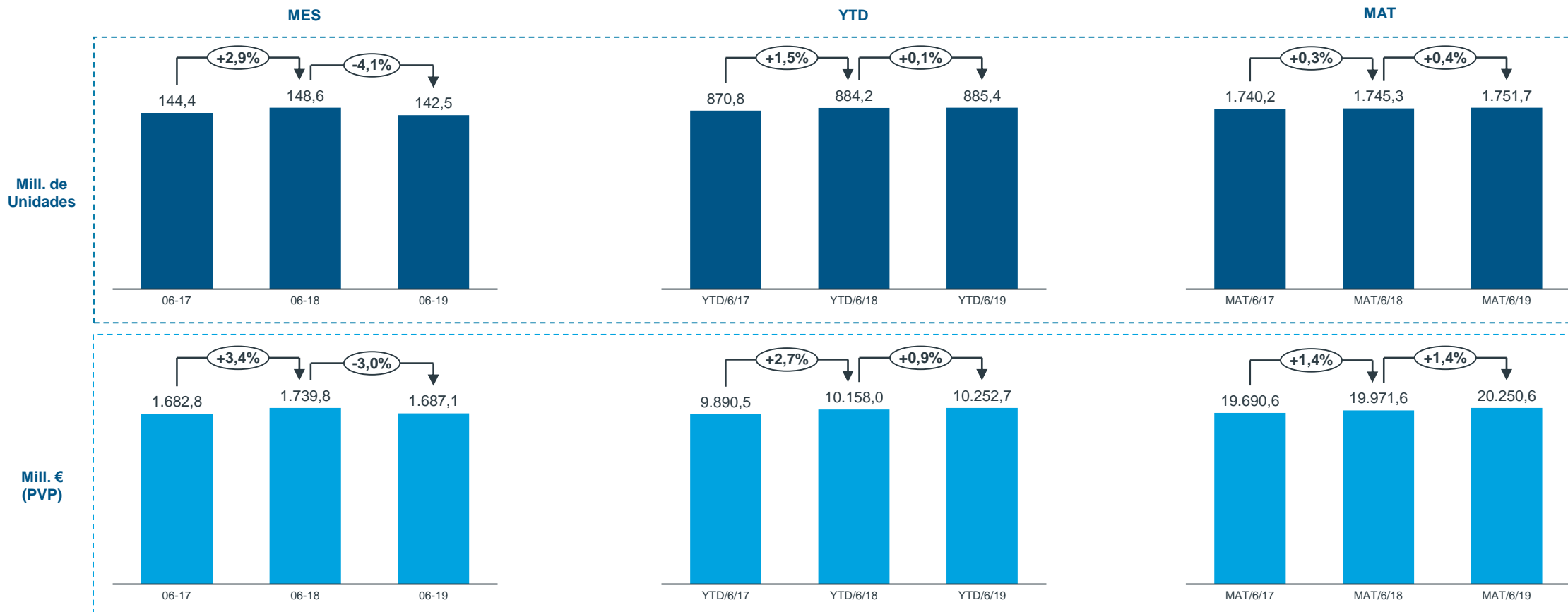
Fuente: datos 2018, los datos de promedio de habitantes por farmacia incluyen Ceuta y Melilla  
 \*El promedio no incluye Ceuta ni Melilla

# 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
  - + Verano: Solares y Mosquitos

# El mercado farmacéutico presenta un crecimiento del +1,4% en valores y del +0,4% en unidades en el acumulado de los últimos 12 meses

## Total mercado farmacéutico

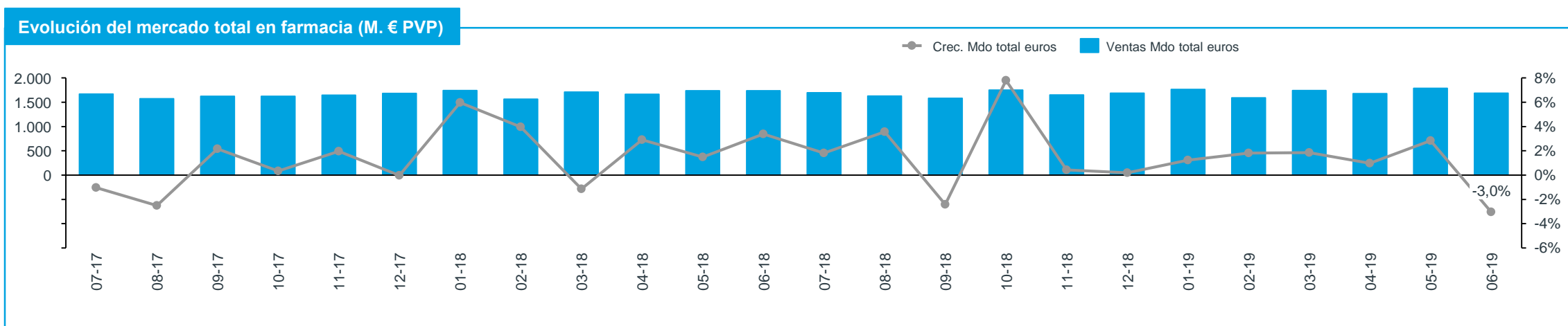
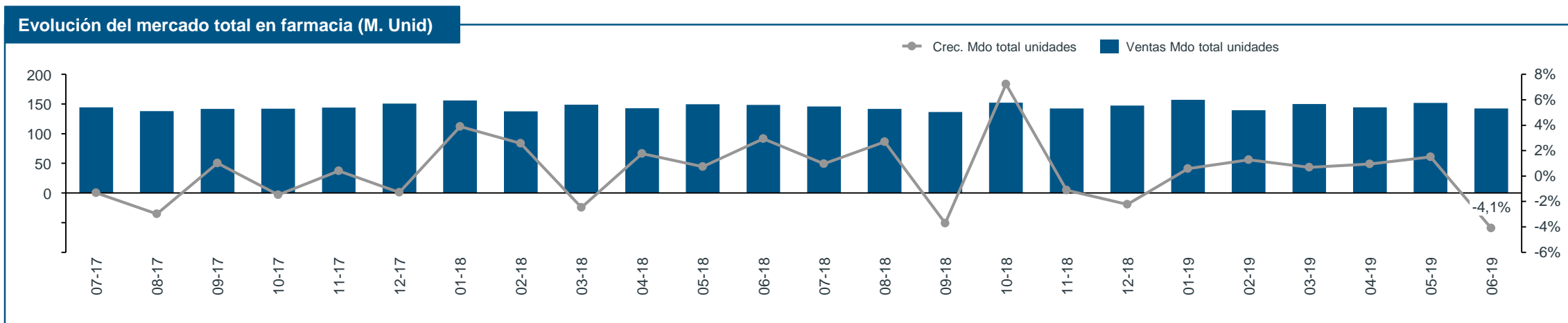


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

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

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

# En el mes de junio, el mercado decrece tanto en unidades (-4,1%) como en valores (-3,0%)

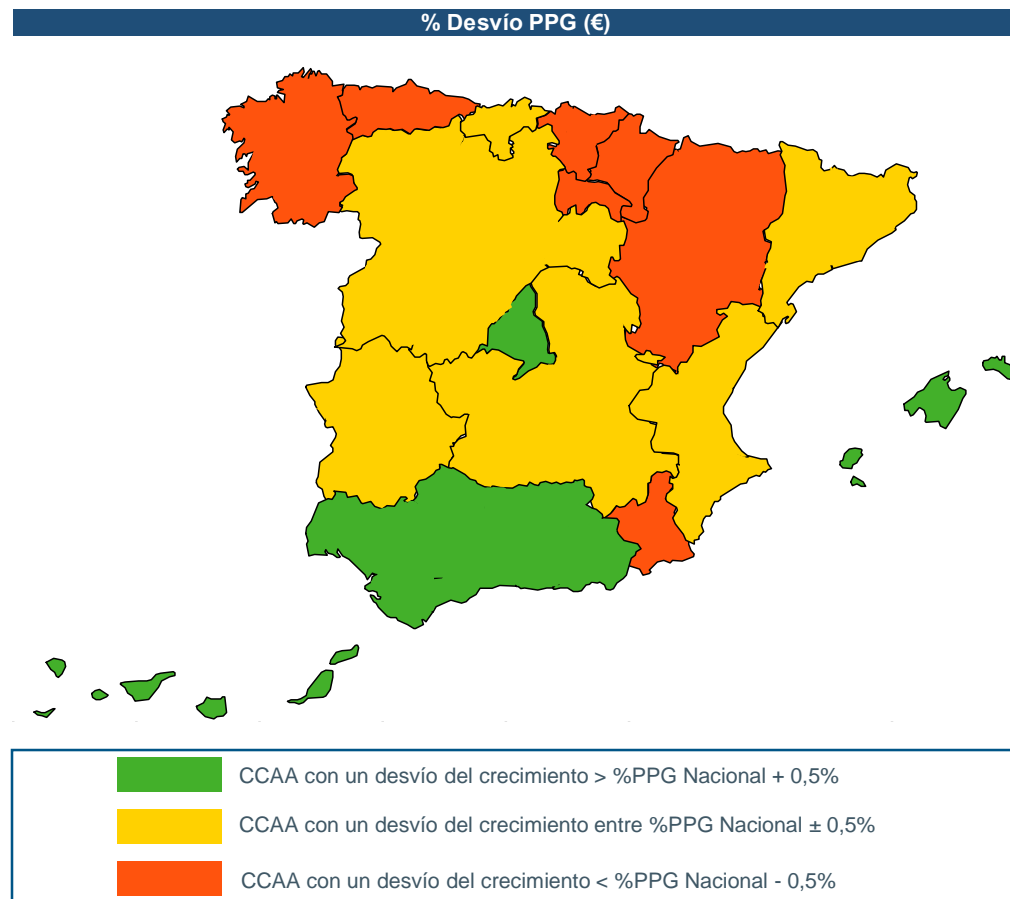


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)  
 \*Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias  
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior



# 7 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*



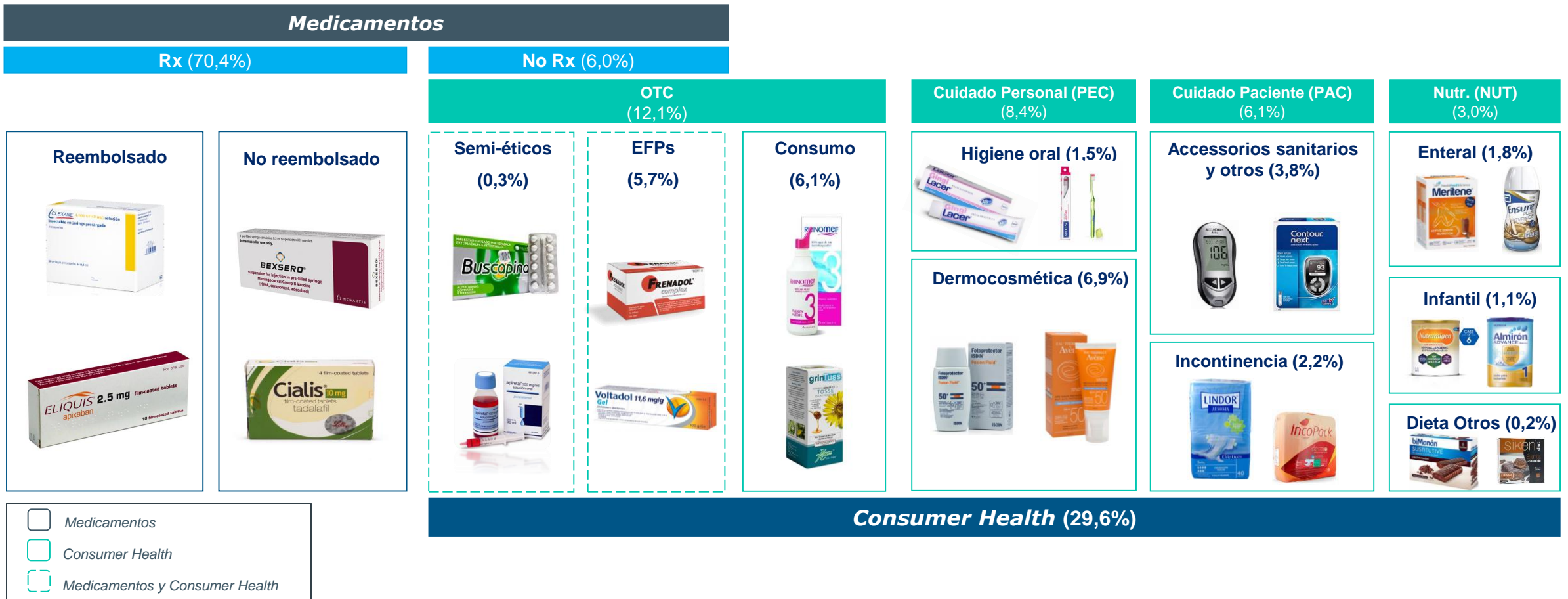
MAT/6/2019	TOTAL MERCADO	
	Crecimiento (%PPG, €)	Aportación al Crecimiento (% , €)
BALEARES	2,9%	4,4%
ANDALUCIA	2,4%	32,0%
ISLAS CANARIAS	2,3%	8,3%
MADRID	2,0%	18,0%
COMUNIDAD VALENCIANA	1,8%	15,7%
CASTILLA LA MANCHA	1,7%	5,3%
CASTILLA LEON	1,6%	6,0%
EXTREMADURA	1,3%	2,5%
CANTABRIA	1,3%	1,3%
CATALUÑA	1,1%	11,4%
ARAGON	0,4%	0,8%
GALICIA	-0,1%	-0,4%
MURCIA	-0,3%	-0,6%
PAIS VASCO	-0,6%	-1,8%
LA RIOJA	-0,8%	-0,4%
ASTURIAS	-0,9%	-1,6%
NAVARRA	-1,2%	-1,1%
<b>TOTAL NACIONAL</b>	<b>1,4%</b>	<b>100%</b>

# 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
  - + Verano: Solares y Mosquitos

# 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



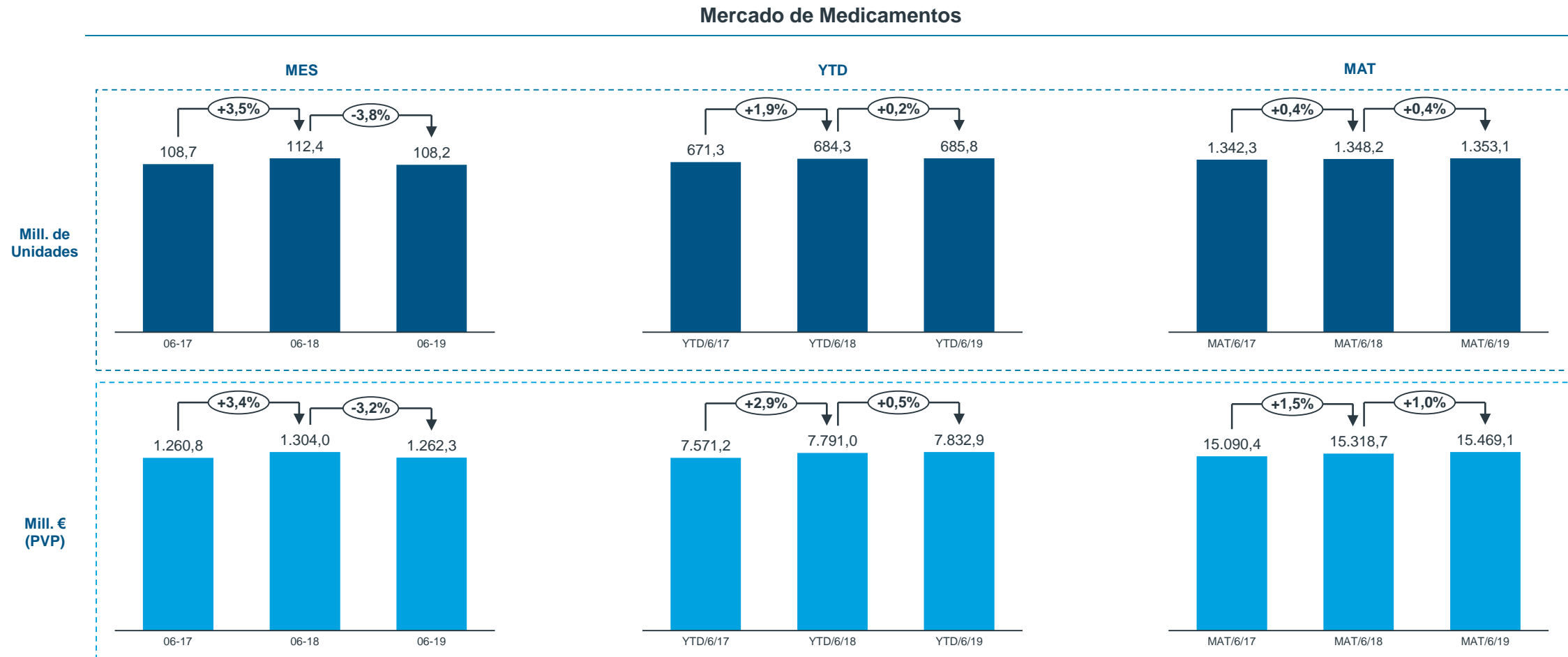
Los % se refieren al peso en valor de cada segmento a MAT 06/2019 sobre el mercado farmacéutico total  
 Los imágenes se refieren a los Top 2 productos de cada subcategoría en Valor a MAT 06/2019  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

# 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
  - + Verano: Solares y Mosquitos

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

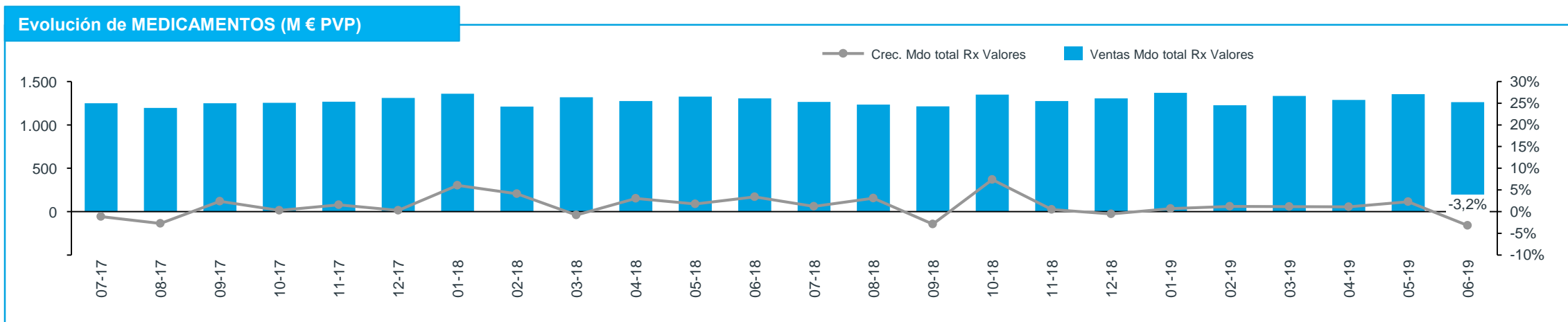
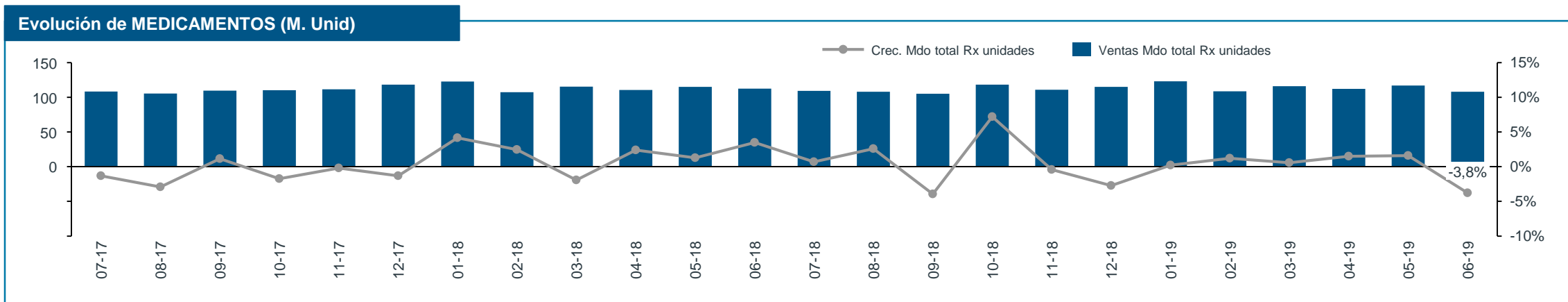
*Este mes de junio observamos un decrecimiento en las ventas, tendencia totalmente opuesta a junio 2018*



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

# En el mes de junio el mercado decrece tanto en valores (-3,2%), como en unidades (-3,8%) vs el mismo periodo del año anterior

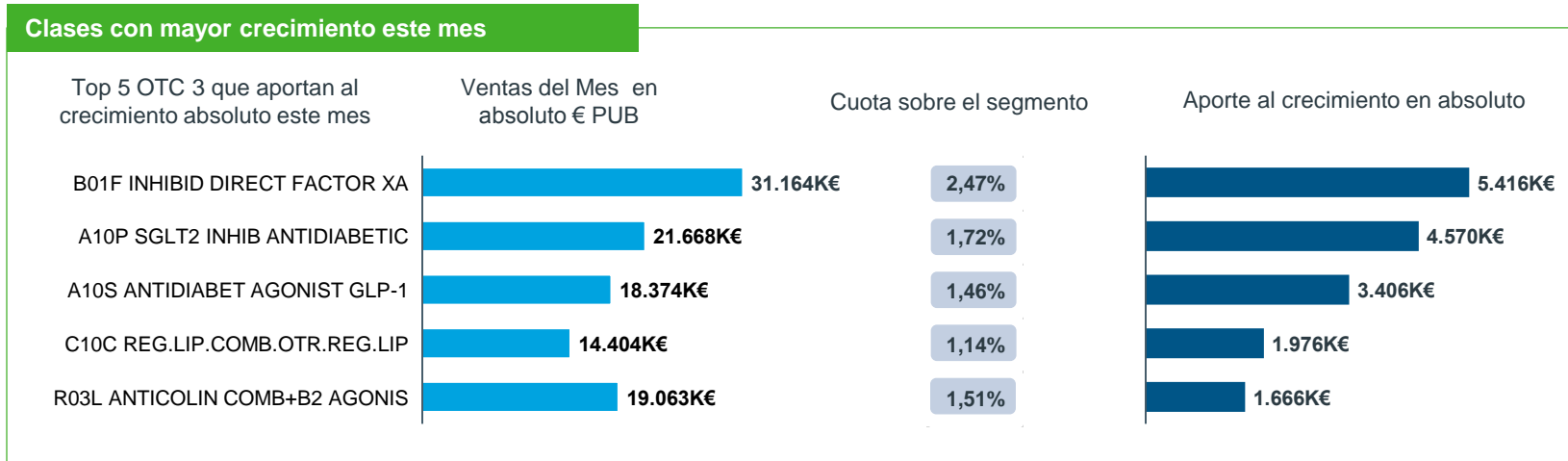
*El mercado decrece tras unos meses de crecimiento constante*



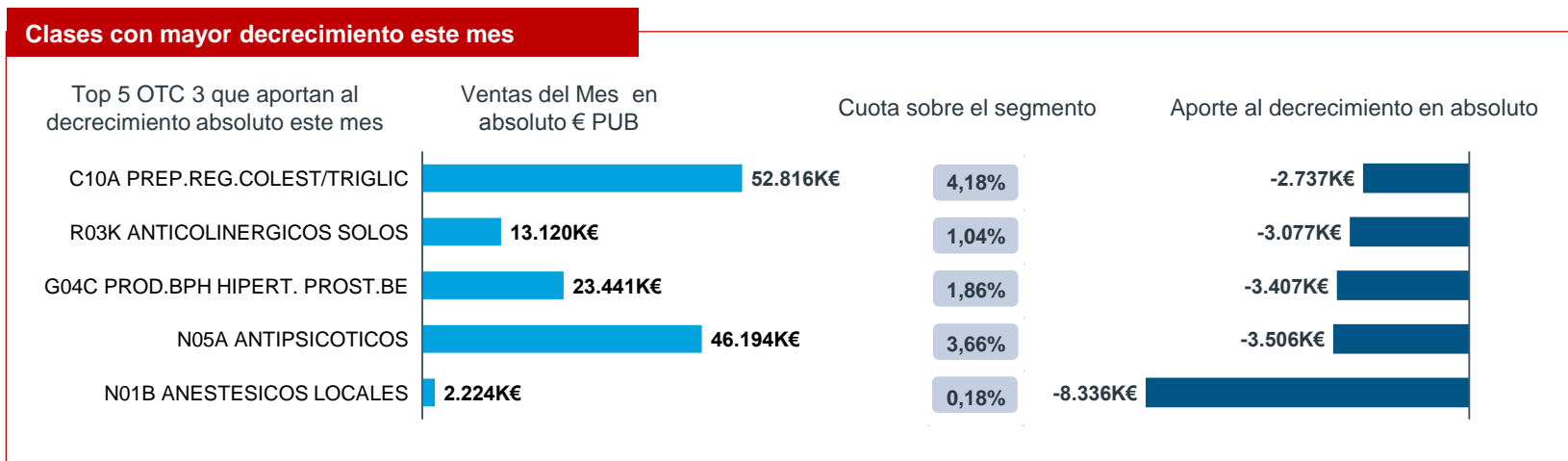
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)  
 \*Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias  
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

# Los anestésicos locales son la clase que más aporta al decrecimiento este mes de junio, cayendo en -8,3M€

Los NACOs de tipo 'xaban' intentan frenar este decrecimiento del mercado, aportando 5,4M€ este mes



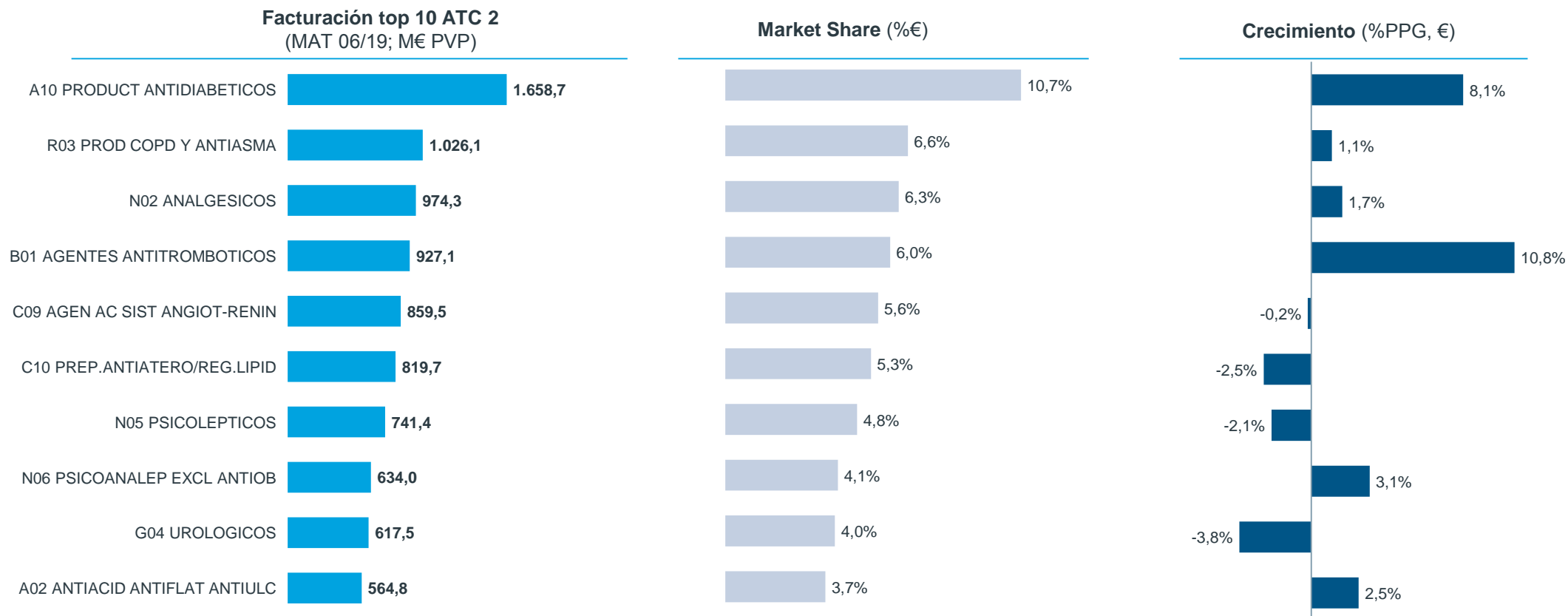
- Los NACOs de tipo 'xaban' (clase B01F) crecen 5,4M€ este mes, Eliquis encabeza el crecimiento aportando 2,3M, seguido de Lixiana (1,9M) y Xarelto (1,2M).
- La segunda y la tercera clase con mayor aporte al crecimiento en junio 2019 son clases de antidiabéticos. En los inhibidores de los SGLT2 destacan los crecimientos de Synjardy y Jardiance con 1,4M€ y 1,3M€ respectivamente. En los antidiabéticos agonistas GLP1 destaca Trulicity, creciendo más de 2,4M€ este mes.



- Los anestésicos locales son la clase que dirige el decrecimiento este mes de junio, esta cifra negativa viene promovida por la caída del producto Versatis, que decrece en 8,2M€. Para este producto se han cambiado las condiciones de dispensación, siendo necesario un visado de inspección.
- La segunda clase que más contribuye al decrecimiento este mes es la clase de antipsicóticos, seguida de los productos para la hiperplasia benigna de próstata. Ambas juntas decrecen ~7M€.

# Los agentes antitrombóticos y los antidiabéticos siguen siendo las clases que más contribuyen al crecimiento positivo del mercado de medicamentos

*Fuera de las top 10 ATC destacan por su crecimiento positivo la clase de Antihistamínicos (R06) (12,9%) y la de Antiepilépticos (N03) (6,9%)*

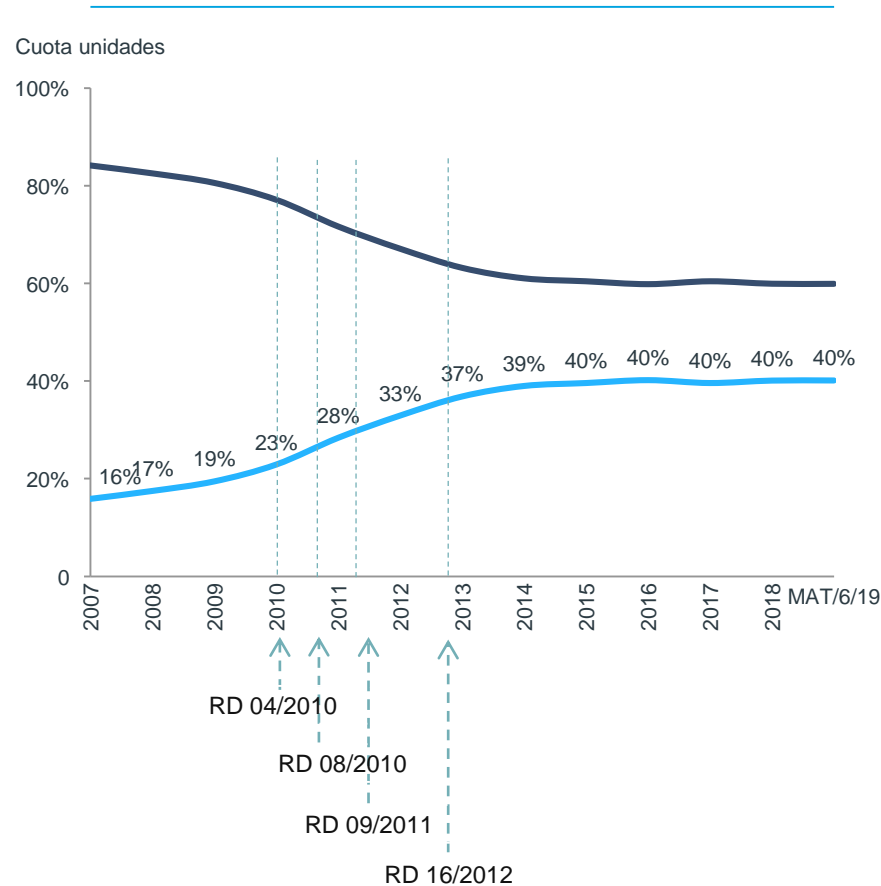


**Total mercado de Medicamentos a MAT/6/19: 15.469 Mill. de € con un PPG del 1,0%**

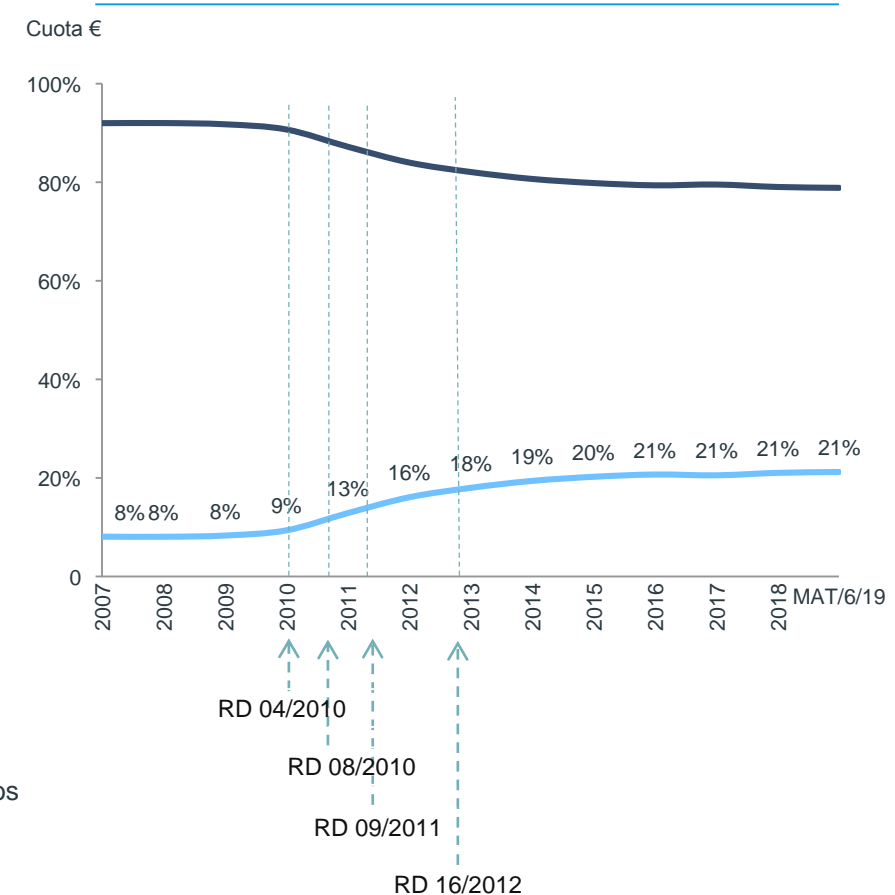


# Desde 2015 la penetración de genéricos en el mercado se ha estabilizado en el 40% de cuota en unidades, este porcentaje baja hasta el 21% en valores

Evolución genéricos total mercado farmacéutico (unidades)



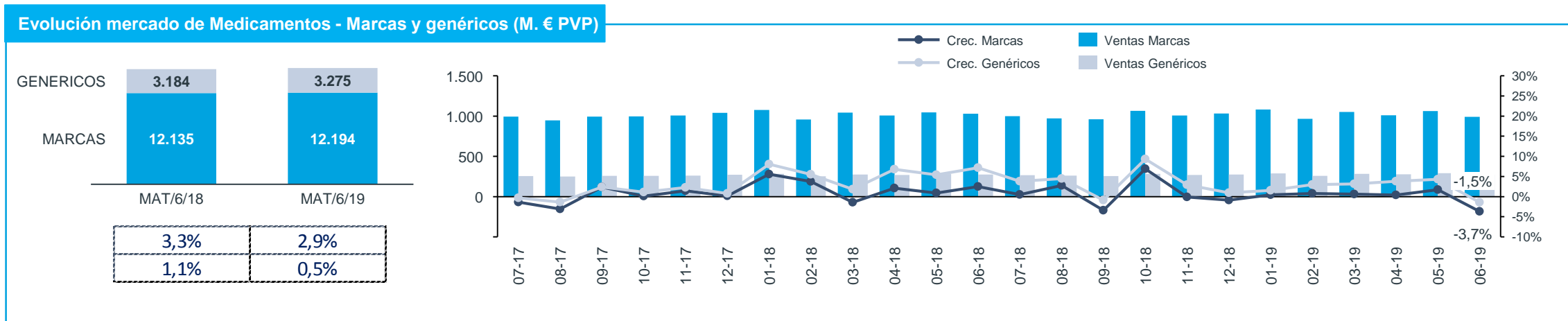
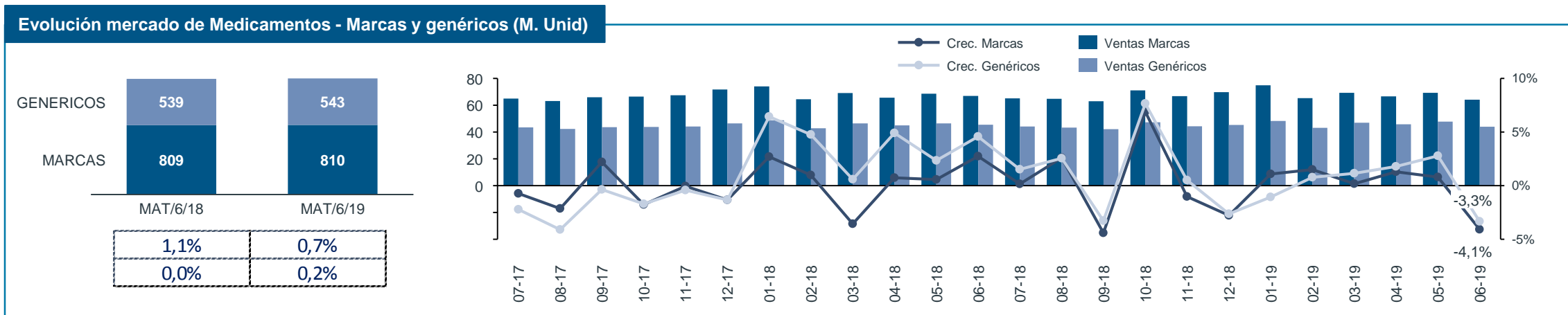
Evolución genéricos total mercado farmacéutico (Euros, PVP)



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

*Este mes de junio, sin embargo, hay un cambio de tendencia respecto junio 2018, con crecimientos negativos*

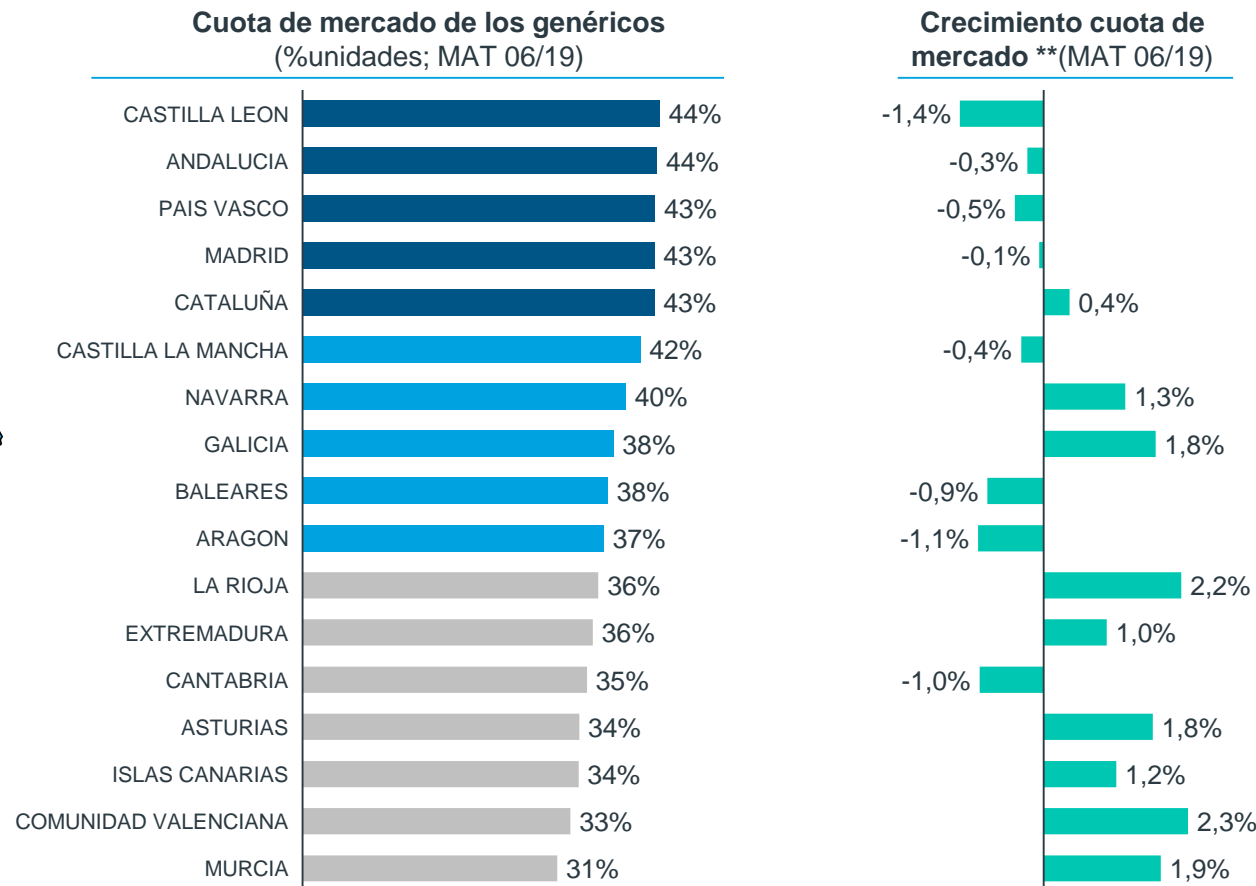
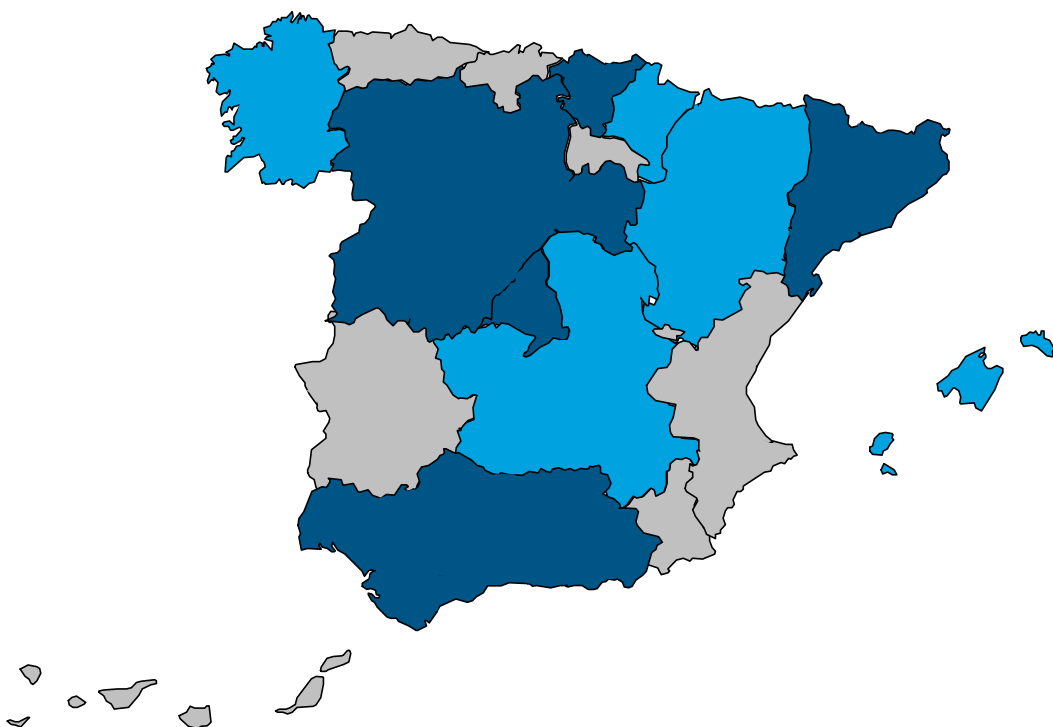


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)  
 \*Semiefticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias  
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

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, Madrid, 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

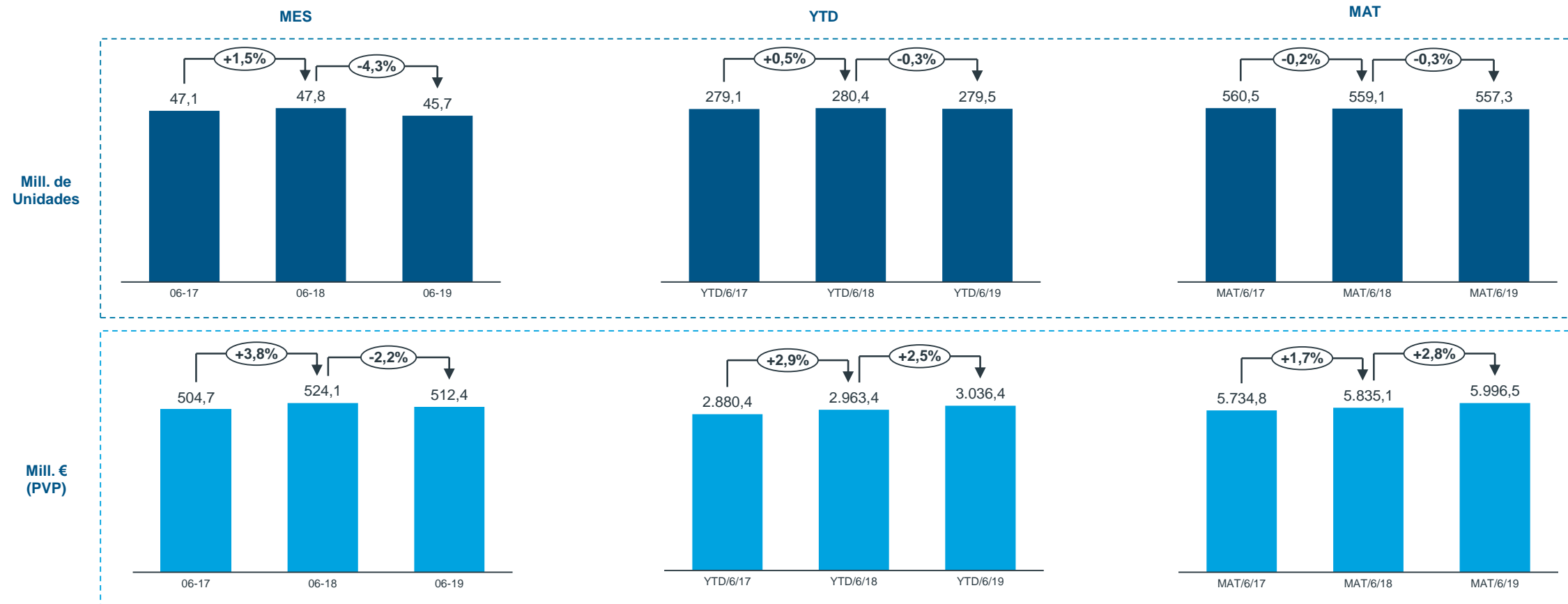
# Índice

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

# En el acumulado del año, Consumer Health muestra un leve decrecimiento en volumen (-0,3%) aunque acelera su crecimiento en valores (+2,8%)

*El mes de junio decrece tanto en valores como en unidades vs el mismo mes del año anterior*

## Mercado de Consumer Health



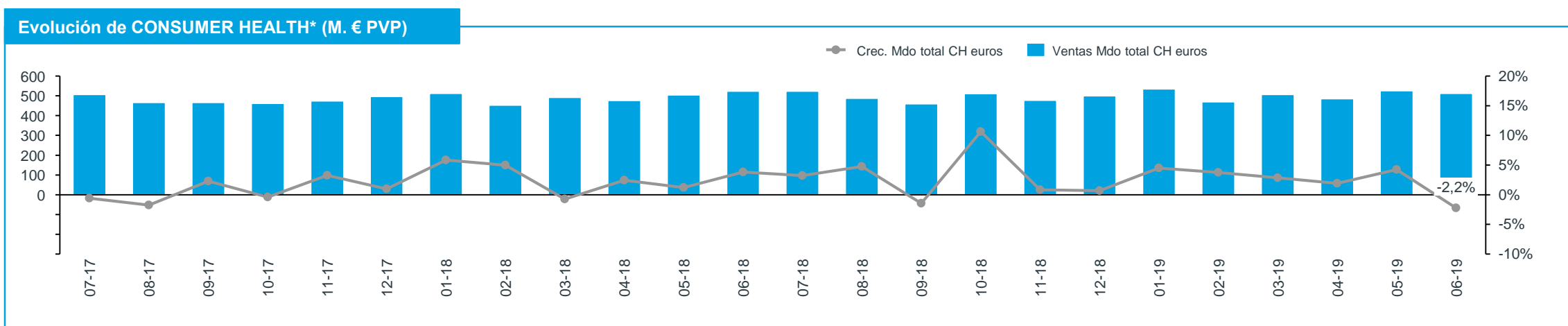
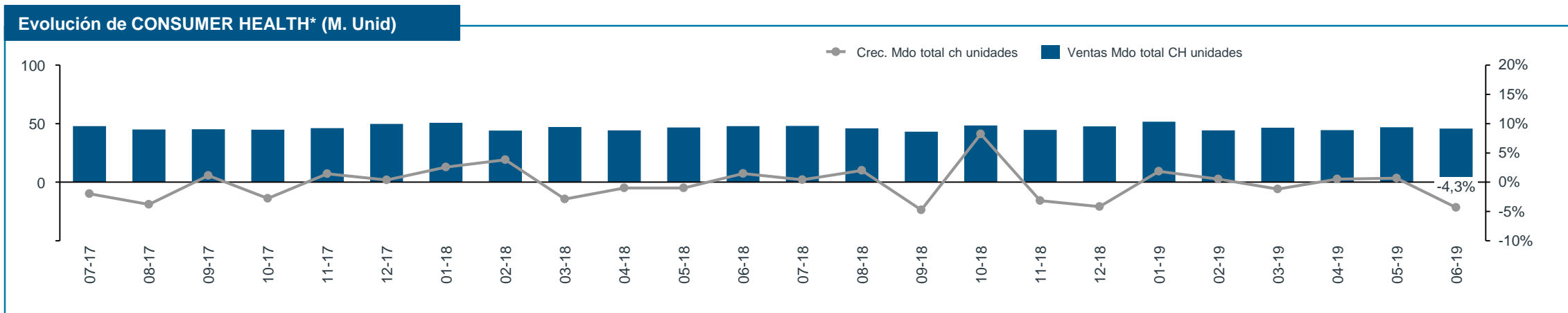
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

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

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

# El mercado de Consumer Health decrece este mes de junio un -2,2% en valores y un -4,3% en unidades

*El decrecimiento en valores cambia totalmente la tendencia positiva observada durante este año 2019*



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

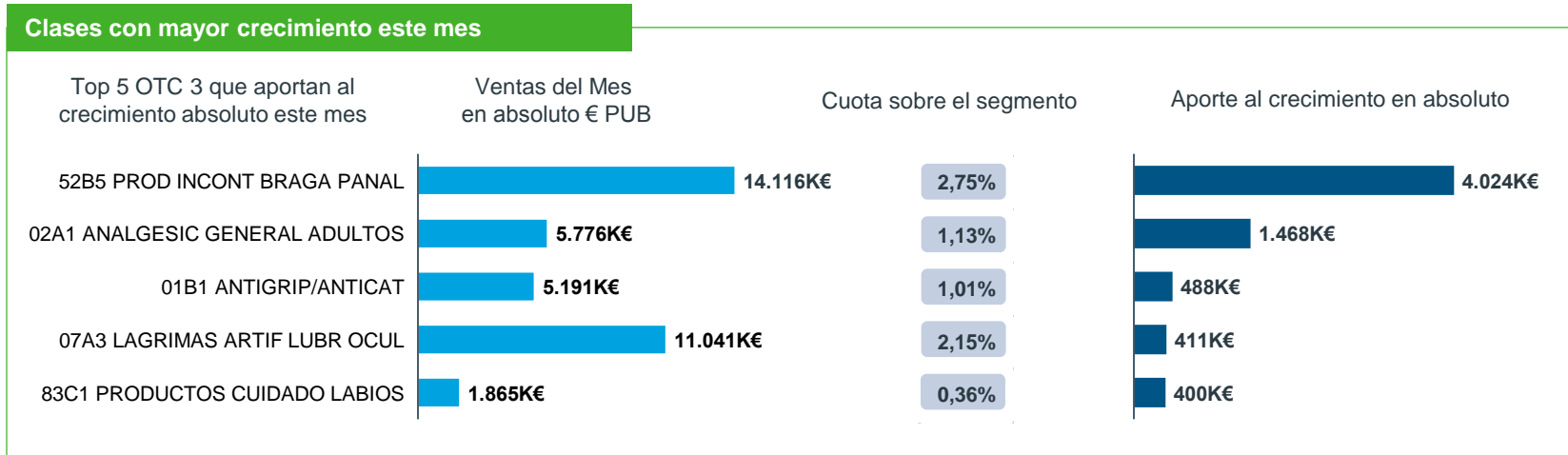
\*Seméticos y EFP's dentro del mercado de CH

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

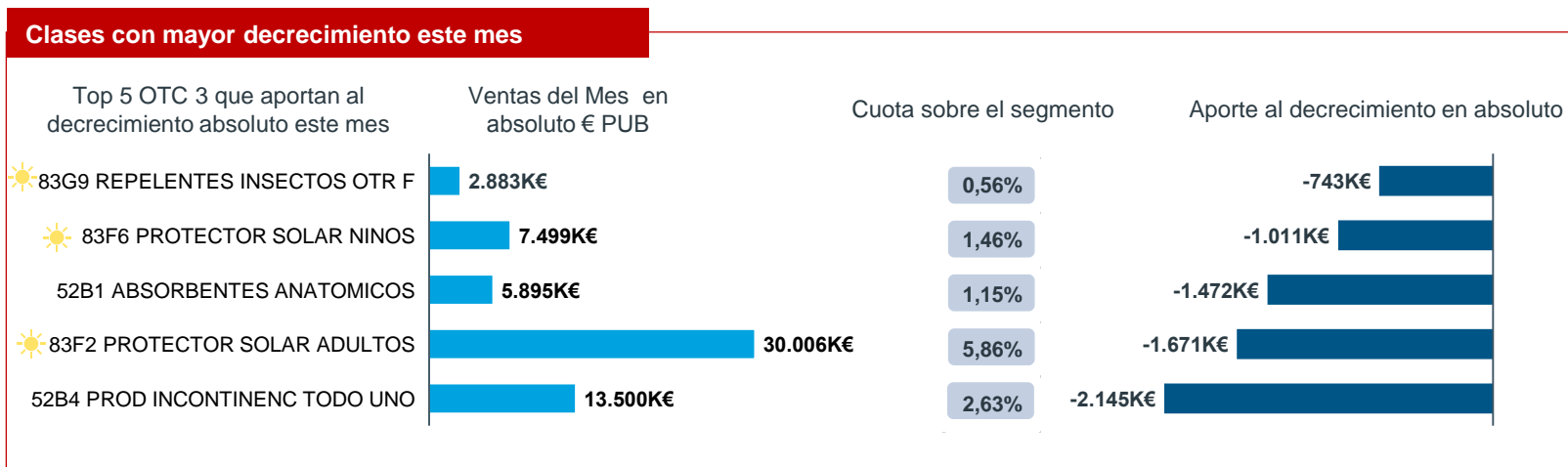
Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

# En el mes de junio, el mercado de CH decrece -11,7M€. Encontramos entre las 5 clases que más decrecen 3 clases estacionales

*La clase que más frena el decrecimiento de este mes es la clase braga-pañal de incontinencia*



- La clase con más aporte al crecimiento es la clase de Braga-Pañal (+4,02M€), gracias a la financiación de esta clase.
- Con la implementación de la receta para Paracetamol 1G e Ibuprofeno 600mg, destacan en la OTC Analgésicos generales para adultos los productos Espidol y Gelocatil.
- Con los contrastes térmicos del mes de junio, aun se ven promovidas las ventas de los productos para la gripe/catarro a pesar del periodo del año en que nos encontramos.

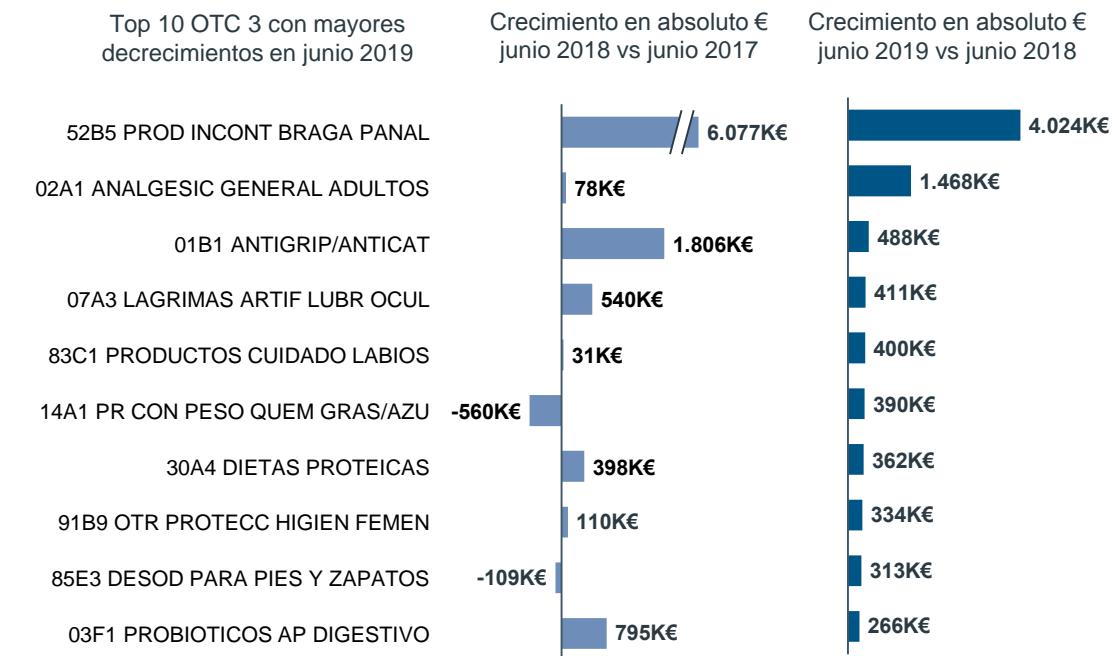


- Los absorbentes anatómicos y los productos para incontinencia todo en uno son dos de las 5 clases terapéuticas con mayor decrecimiento este mes. Conjuntamente, las dos clases de incontinencia decrecen más de 3,6M€.
- Decrecen ~2,7M€ las categorías de solares (adultos+niños). La categoría de adultos decrece principalmente por la caída de Avene Solar (-1M€) y la categoría de niños lo hace por el decrecimiento de Fotoplisdin Pediátrico y Anthelios Pediátrico.

# Las clases que aportan al crecimiento en este mes de junio lo hacen de manera más moderada que en 2018

A su vez, las 10 clases que más aportan al decrecimiento restan 4 veces más que el año pasado

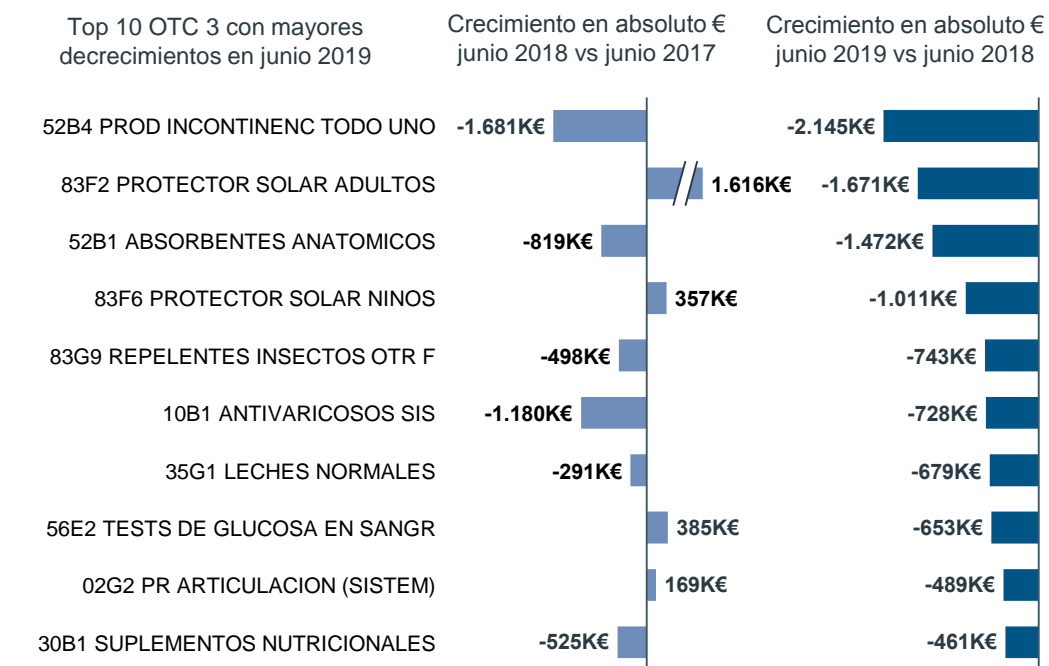
## Clases con mayor crecimiento este mes



Las TOP10 OTC3 incrementan sólo **+8,4 M€** concentrando el 58% del total de crecimiento en Junio.

Las mismas clases aportaron **+9,2 M€** al crecimiento el año pasado

## Clases con mayor decrecimiento este mes



Las Top10 OTC3 decrecen **-10 M€** concentrando el 38,4% del total de la caída del mercado CH.

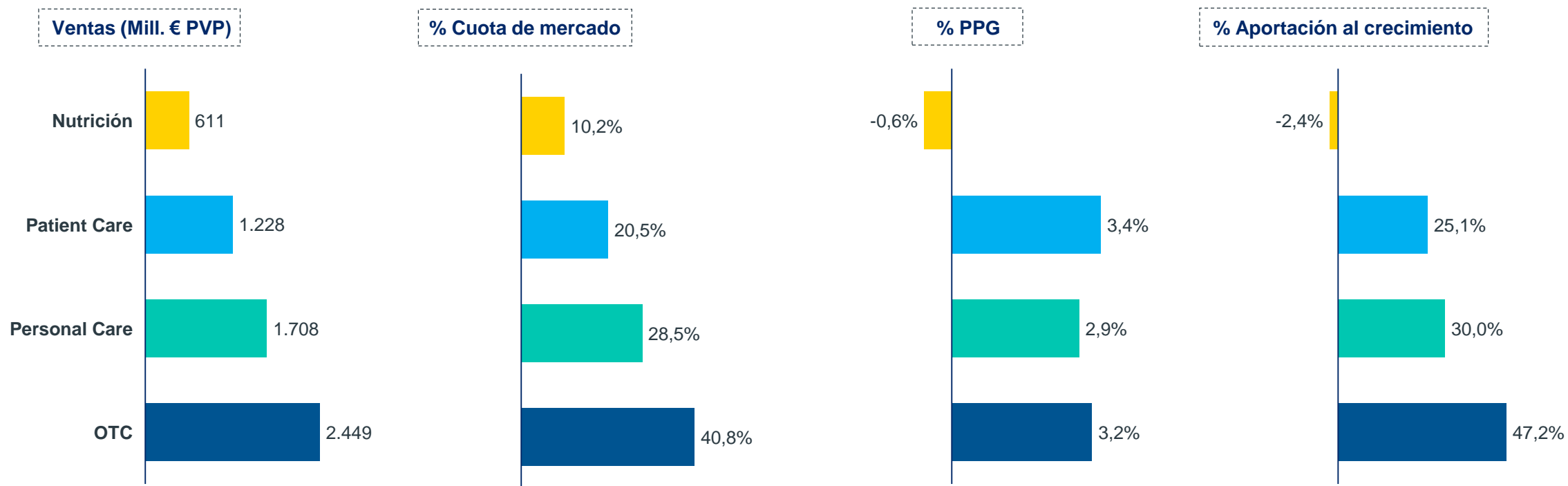
Las mismas clases decrecían **-2,5 M€** en el mes de junio 2018.



# El 47,2% del crecimiento del mercado de CH en los 12 últimos meses proviene del crecimiento del segmento OTC

*Nutrición no revierte su tendencia y mantiene tendencias negativas igual que los pasados meses*

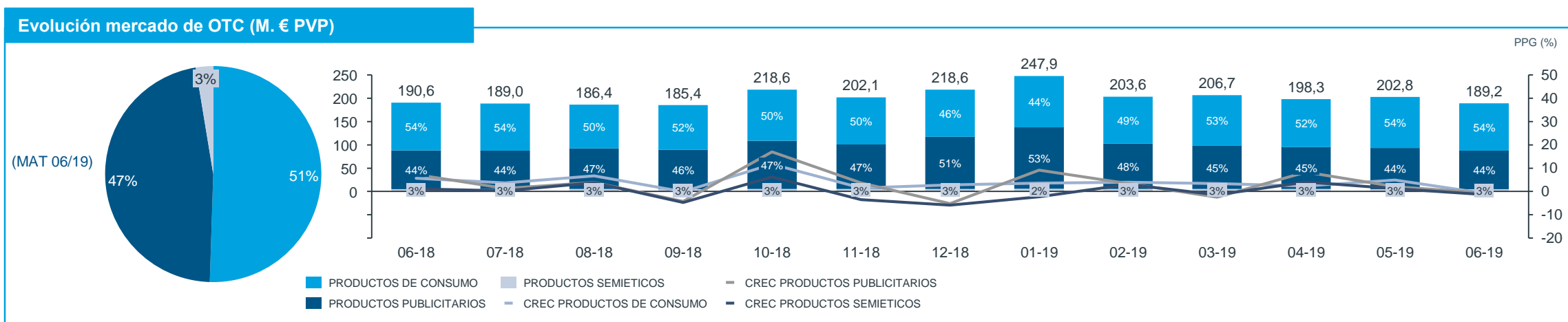
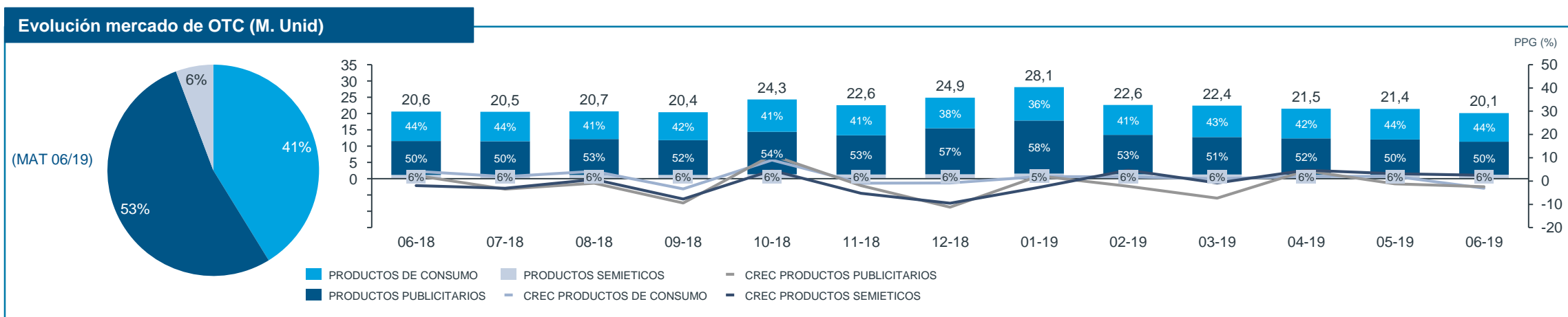
Mercado de Consumer Health (Mill € PVP, MAT 06/2019)



**Total mercado Consumer Health a MAT/6/19: 5.997 Mill. de € con un PPG del 2,8%**

# Los productos semiéticos son los únicos que presentan un crecimiento en volumen durante el mes de junio (+2,4%)

*Todos los subsegmentos OTC (consumo, semiéticos y publicitarios) muestran una evolución negativa en valores para el mes analizado*



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

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

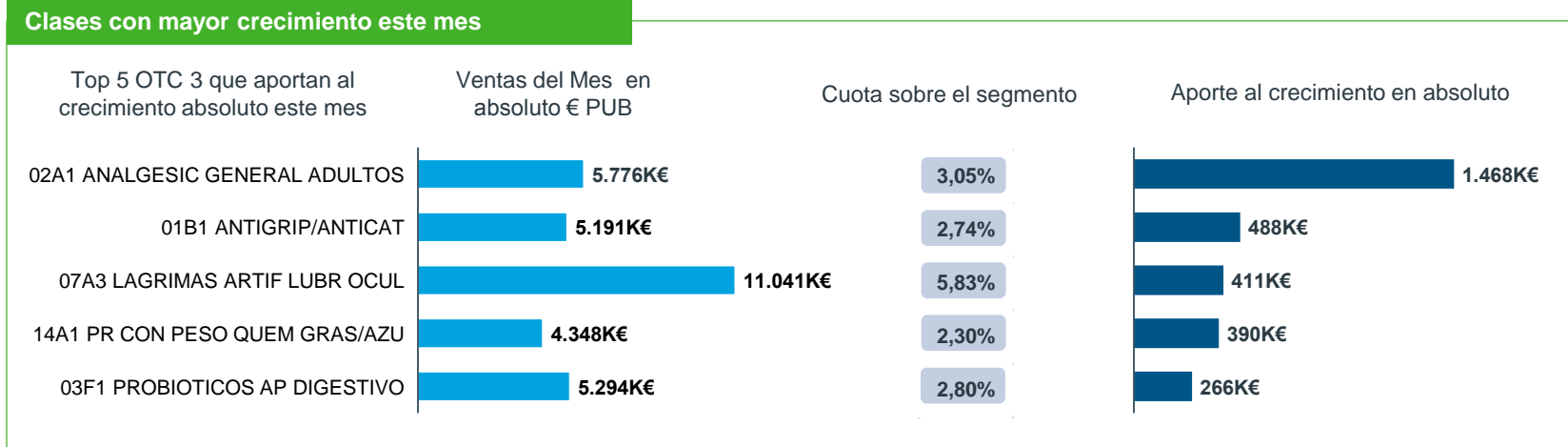
Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

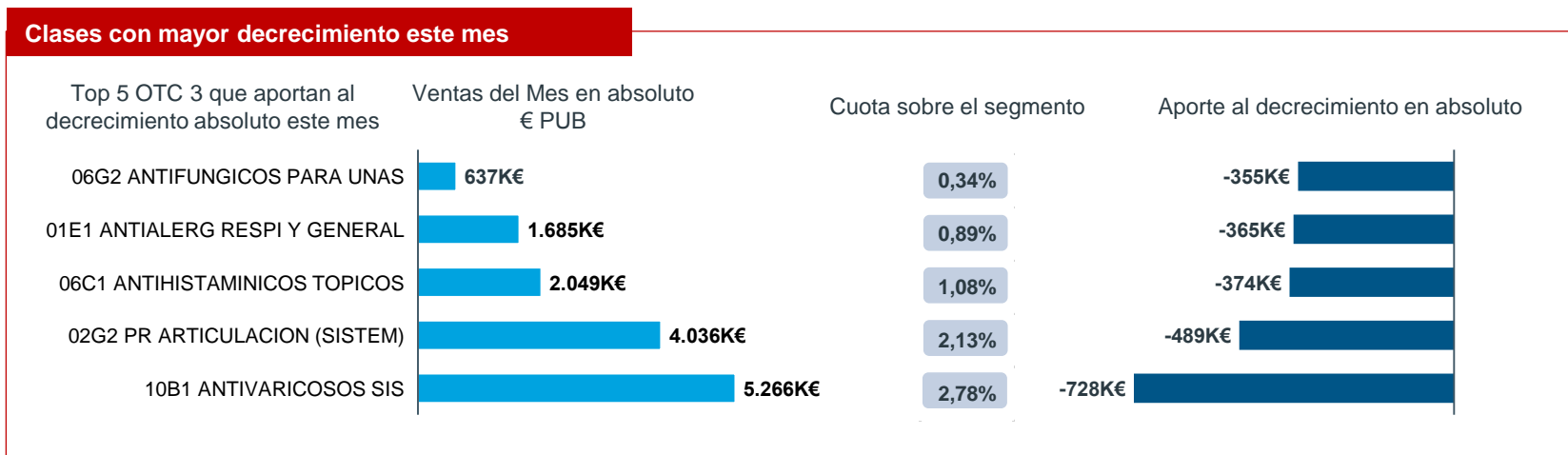
\*Previous Period Growth

# Los analgésicos generales para adultos aportan ~1,5M€ al crecimiento del segmento OTC este mes de junio

*Decrecen los antiinflamatorios sistémicos y los productos para las articulaciones*

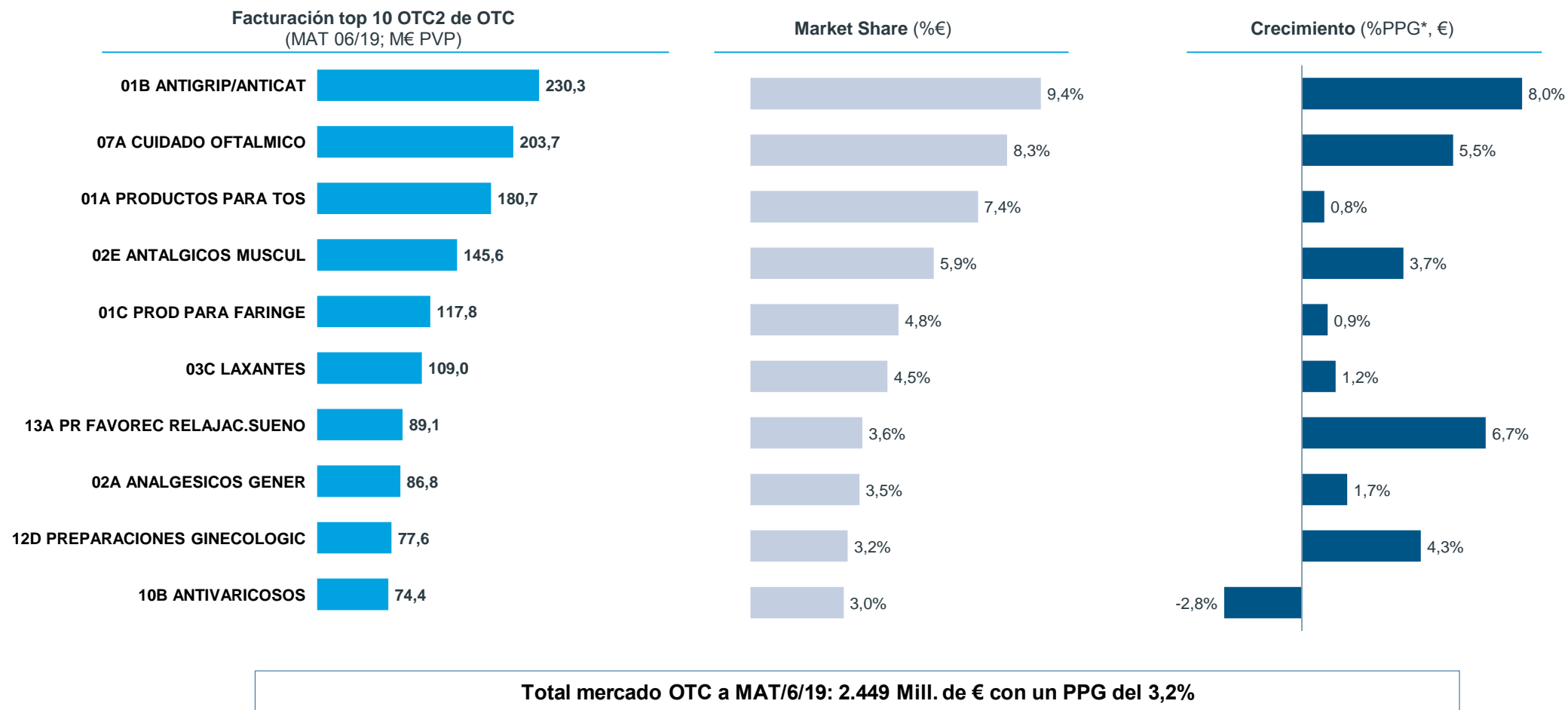


- Con la implementación de la **receta para Paracetamol 1G e Ibuprofeno 600mg**, observamos un crecimiento de la clase **analgésicos generales para adultos**, en la que crecen significativamente los analgésicos sin receta, como son Espididol y Gelocatil
- Con la misma tendencia que los meses anteriores, seguimos viendo crecimientos positivos en la clase de **Lágrimas artificiales y lubricantes oculares**. En esta clase, observamos que **4 de los top 5 productos crecen**.



- La clase que más aporta al decrecimiento del segmento de OTC es **la clase de antiinflamatorios sistémicos**, siendo Venoruton el producto con mayores decrecimientos (-474k€).
- Los **productos para la circulación** son la segunda clase que más frena el crecimiento del segmento OTC este mes. El principal driver de esta tendencia 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



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

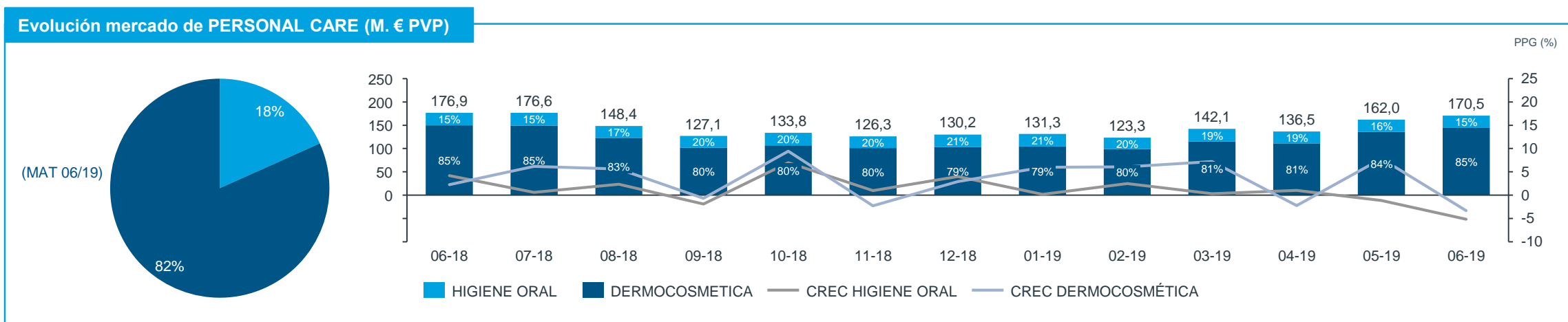
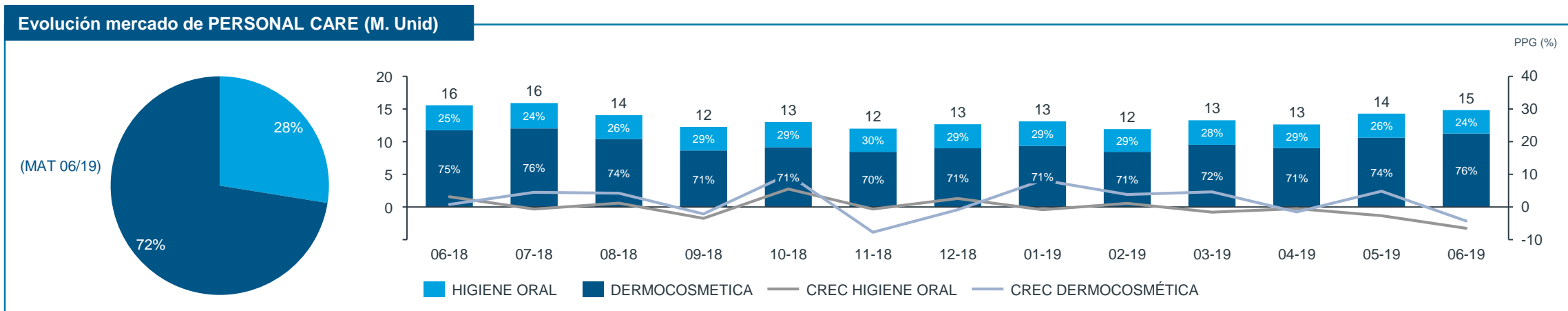
\*Seméticos y EFP's dentro del mercado de OTC

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

\*Previous Period Growth

# Cuidado Personal muestra tendencias negativas tanto en valores como en unidades para el mes de junio

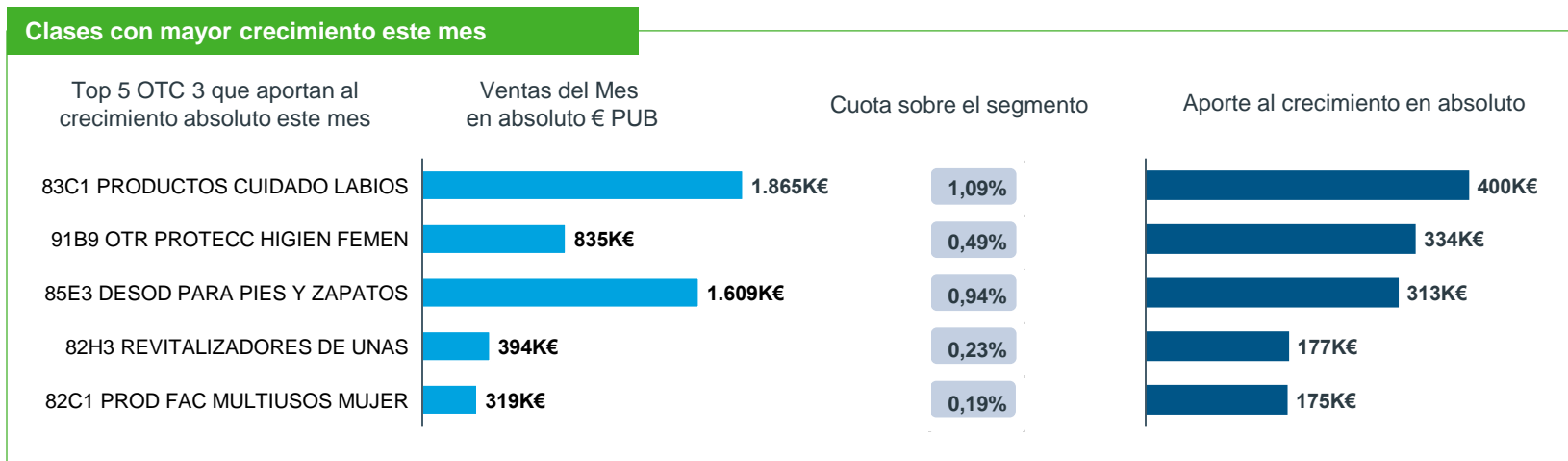
El segmento de higiene oral decrece un -6,5% en unidades frente al mismo periodo del año anterior y dermocosmética un -4,3%



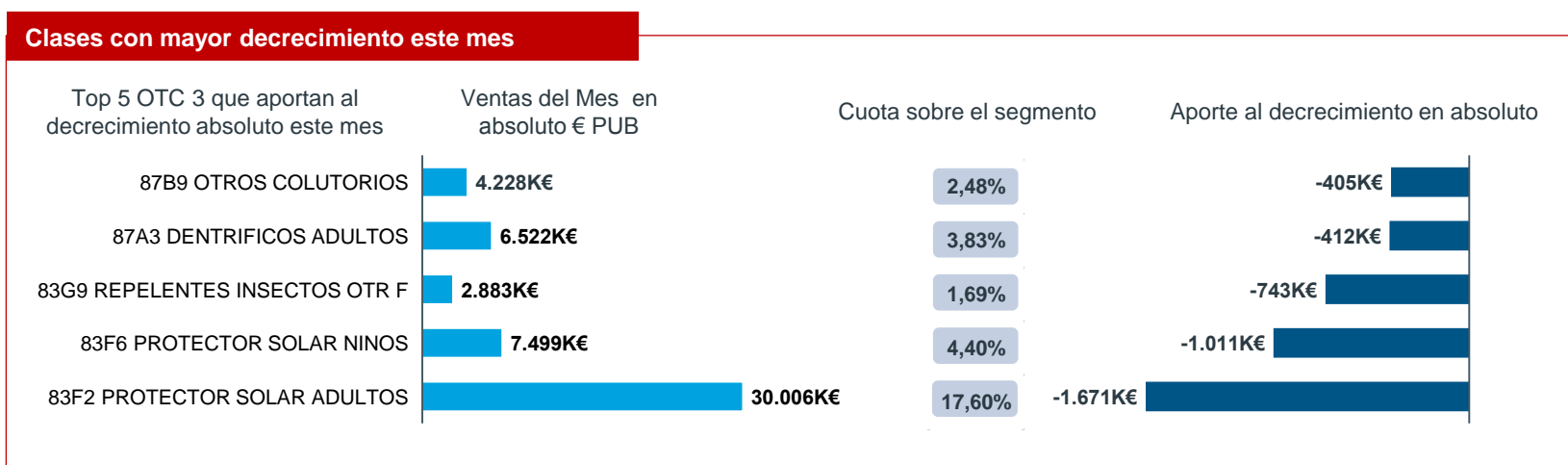
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias  
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior  
 \*Previous Period Growth

# La clase con mayor decrecimiento en el mes de junio es la clase de solares para adultos, que cae 1,7M€

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



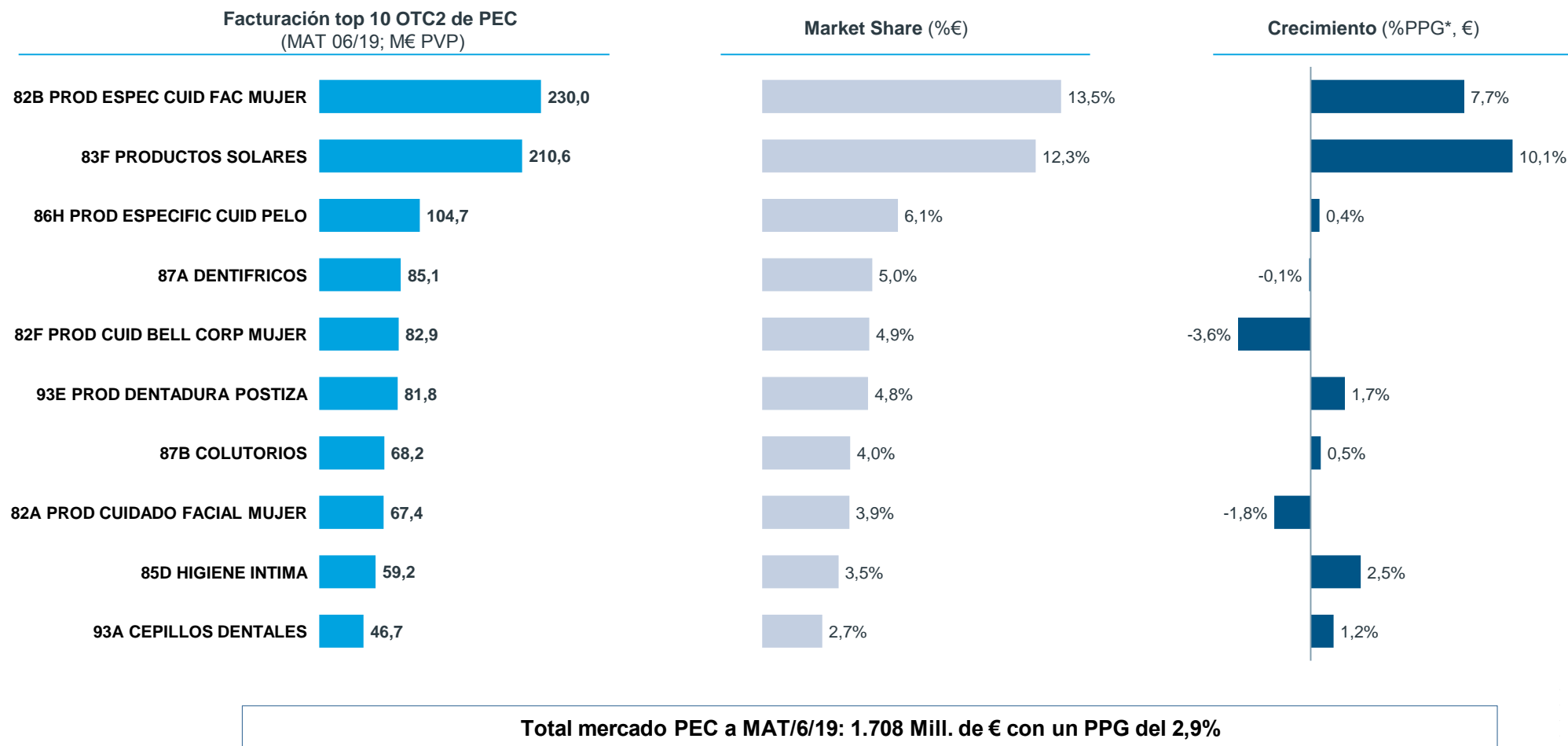
- En el mes de junio, observamos que **las categorías que más aportan al crecimiento**: productos para el cuidado de labios, productos para higiene femenina, desodorante de pies y zapatos, revitalizadores de uñas y productos faciales multiusos mujer, **no son capaces de contrarrestar las categorías que decrecen**, observándose una **tendencia negativa en el segmento de PEC para este mes (-3,6%, -6'4M€)**.



- A pesar de encontrarnos en periodo estival observamos decrecimientos en productos como solares y repelentes de insectos.**
- Los protectores solares de adultos decrecen ~1,7M€**, Avene es la brand que marca esta tendencia negativa, decreciendo ~1,1M€ en el mes analizado.
- En **repelentes de insectos**, observamos **decrecimientos en 4 de las top 5 brands**, siendo Dexin la única que crece.

# En los 12 últimos meses, 7 del Top 10 clases de PEC crecen, siendo las de productos para el cuidado facial de la mujer y los solares que crecen más

*En la categoría de solares observamos crecimientos para 4 de las top 5 brands, y 3 de ellas a doble dígito*



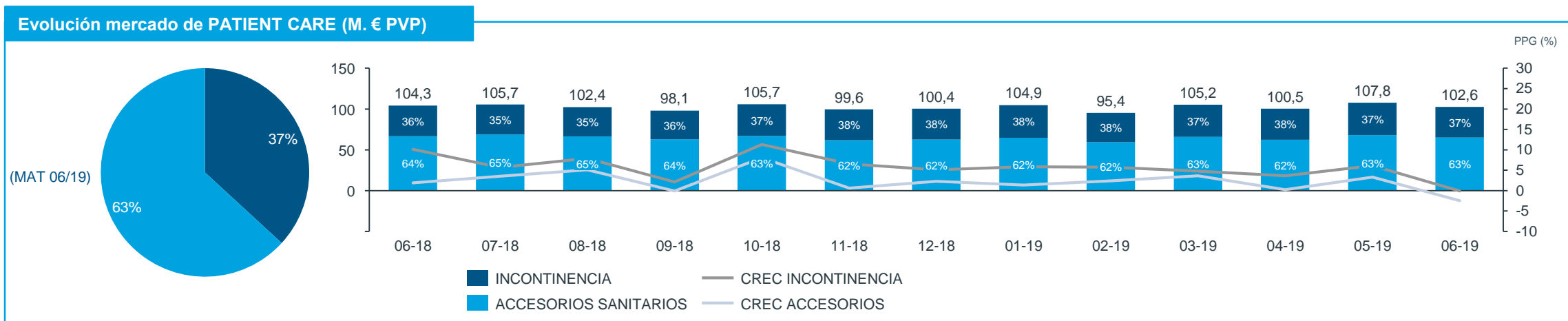
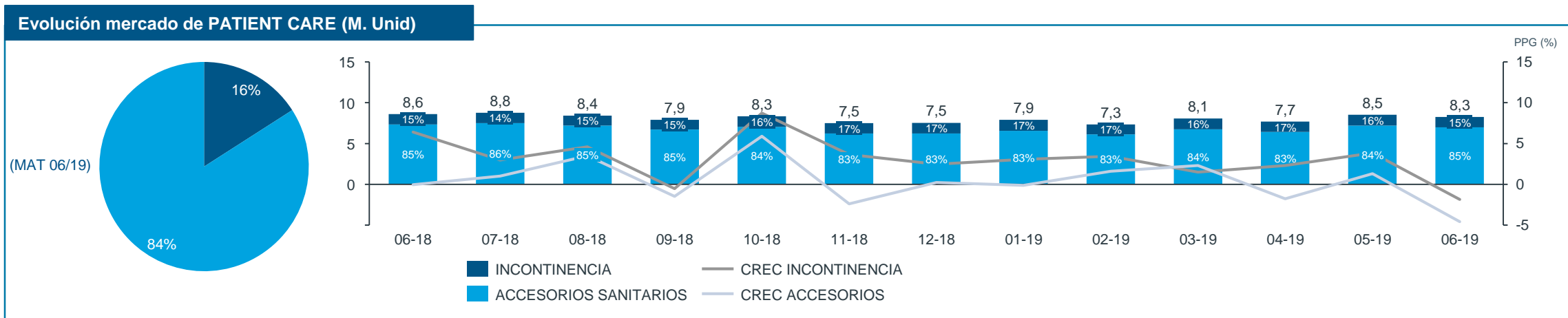
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

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 junio, los productos para Incontinencia tipo Braga-Pañal aportan más de 4M€ al crecimiento del segmento PAC

Los productos para Incontinencia Todo en Uno decrecen cerca de 2,1M€, 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	14.116K€	13,76%	4.024K€
49C3 APOSITOS PARA AMPOLLAS	2.191K€	2,14%	185K€
40B5 APOSITOS ADHESIVOS	1.278K€	1,25%	182K€
50A5 BOLSAS/PAQUET ILEOSTOMIA	2.646K€	2,58%	155K€
53A2 CATETERES USO INTERMITENT	2.143K€	2,09%	118K€

- En junio, la clase con mayor aporte al crecimiento del segmento PAC sigue siendo 52B5 con **Productos para la incontinencia Braga Pañal, creciendo 4M€**. 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 16%, esto se debe a **la financiación de esta clase** que, por su **comodidad**, ha reemplazado a otros productos para la incontinencia.

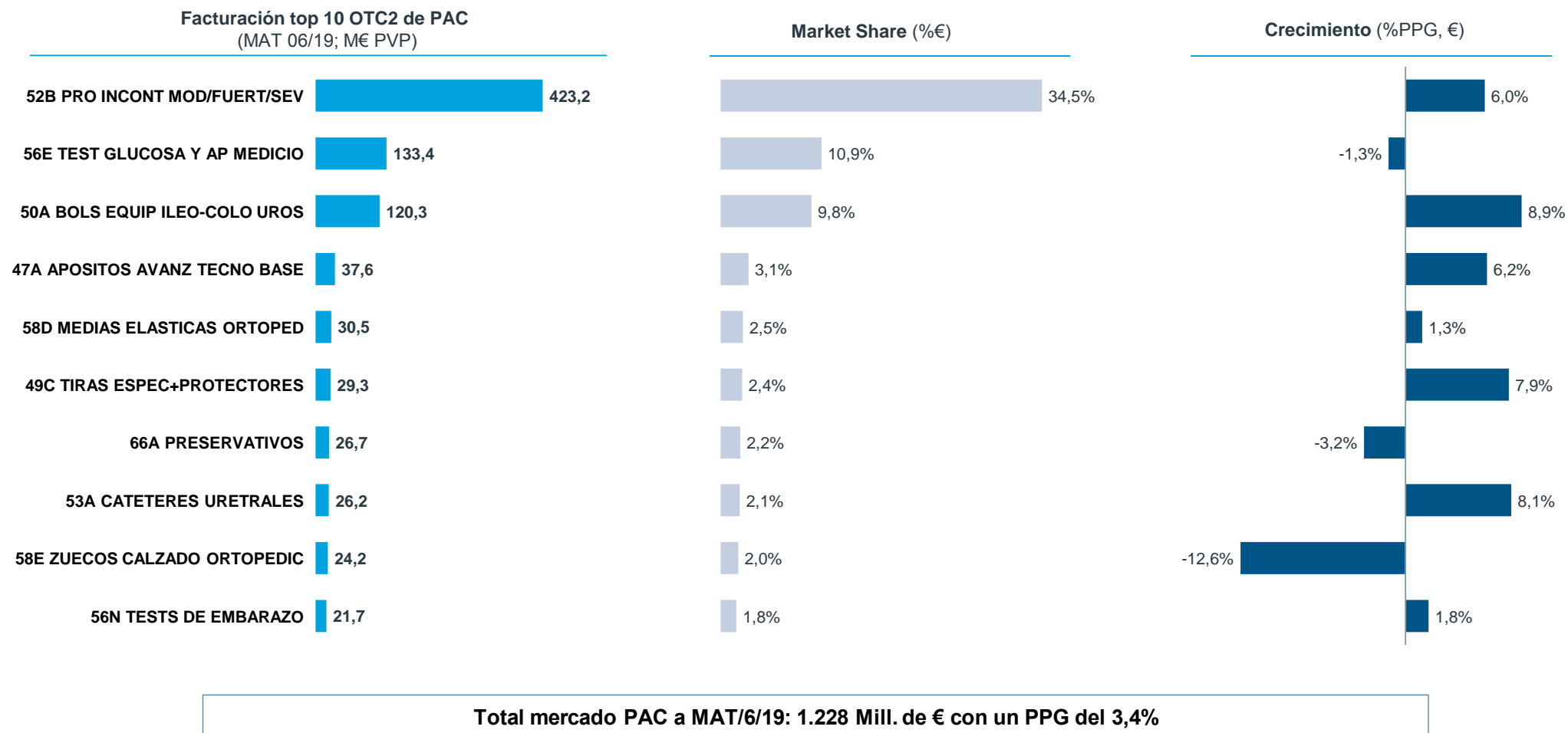
## Clases con mayor decrecimiento este mes

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	1.576K€	1,54%	-255K€
58E9 OTR ACCESOR CORRECT PIES	1.684K€	1,64%	-265K€
56E2 TESTS DE GLUCOSA EN SANGR	10.784K€	10,51%	-653K€
52B1 ABSORBENTES ANATOMICOS	5.895K€	5,75%	-1.472K€
52B4 PROD INCONTINENC TODO UNO	13.500K€	13,16%	-2.145K€

- Decrecen 2,1M€ los Productos para incontinencia todo en uno**, los Top 3 laboratorios líderes en esta clase decrecen y lo hacen a doble dígito.
- La segunda clase con mayor aporte al decrecimiento es la de **Absorbentes anatómicos** y cae un -20%, 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 (34,5%) y también la que más aporta a este mercado (24,1 M€)

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



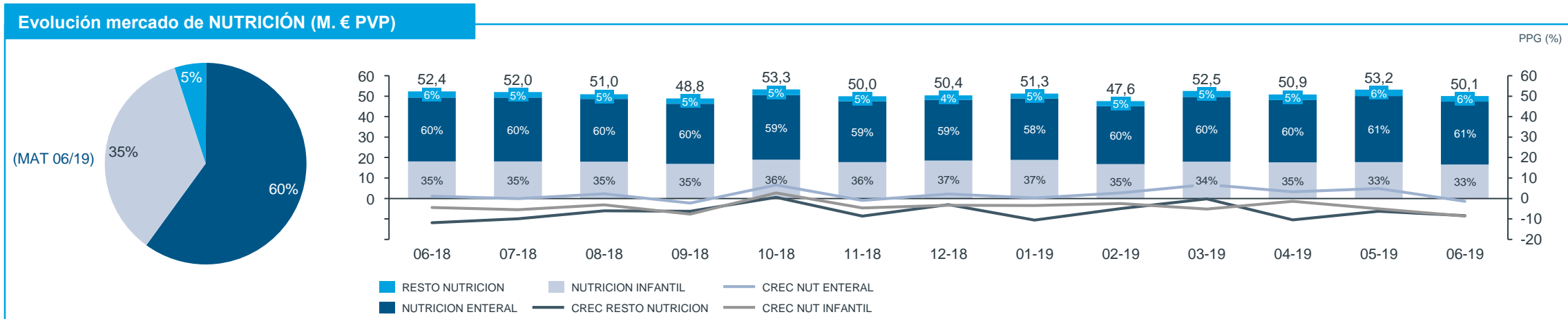
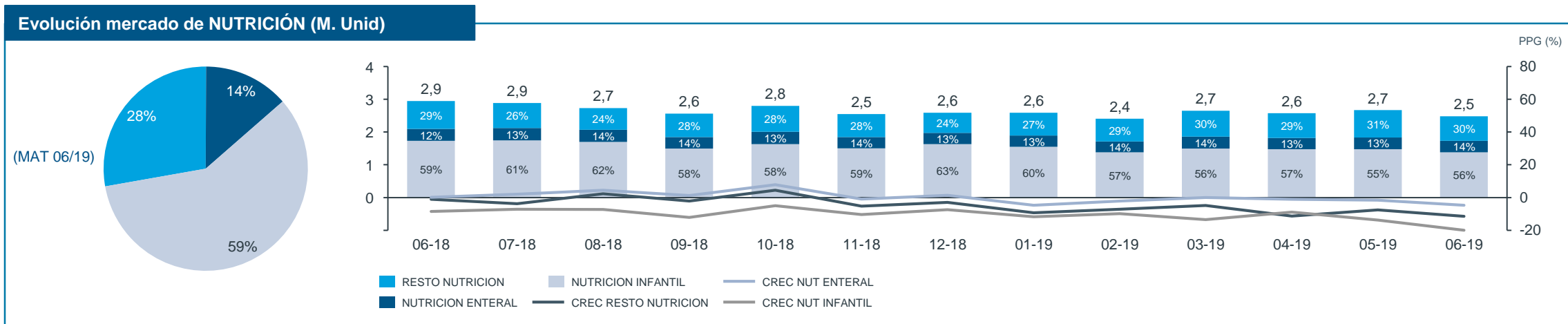
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

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

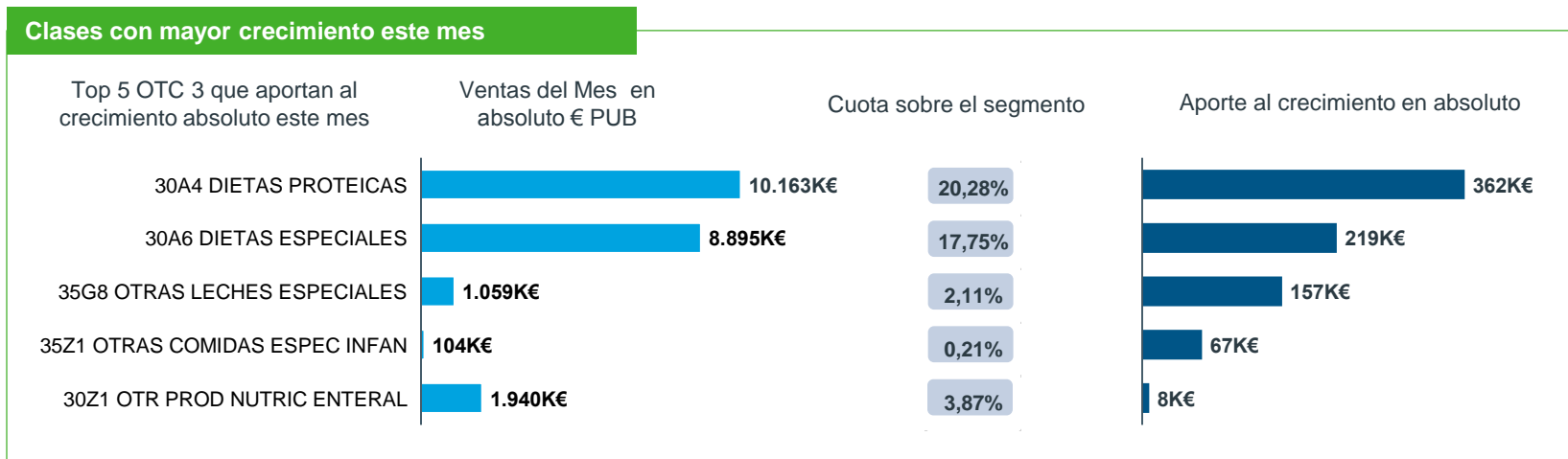
En junio 2019, nutrición enteral decrece un -1,4%; nutrición infantil decrece -8,6% y el resto nutrición decrece un -8,4% en valores



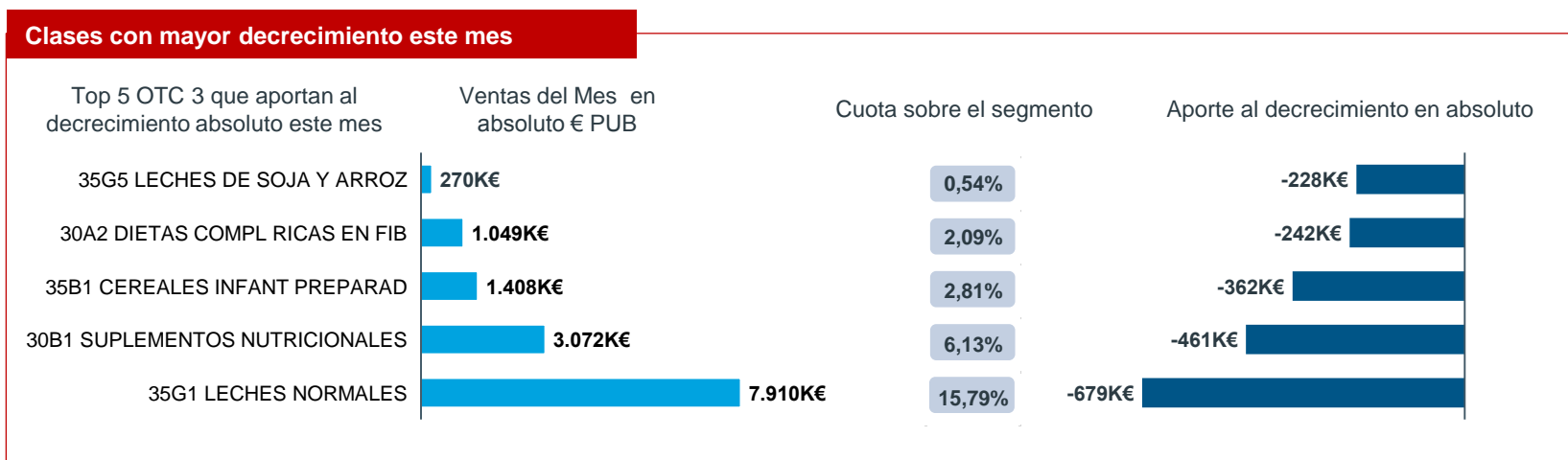
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias  
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior  
 \*Previous Period Growth

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

*Decrecen las leches normales y los suplementos nutricionales en el canal de farmacia, entre otras*



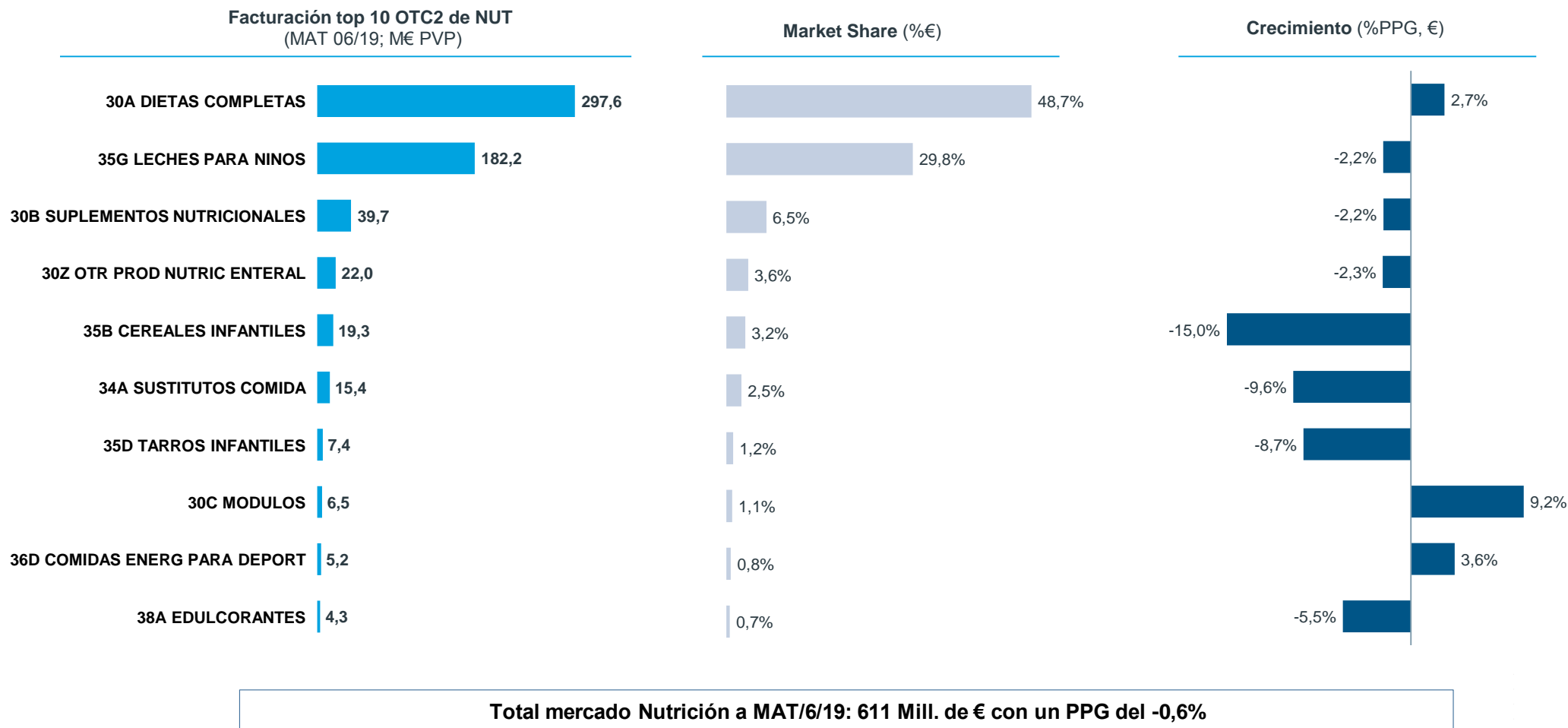
- Las dos **clases de nutrición con mayor aporte al crecimiento son clases de nutrición enteral y aportan 500k€** en el mes de junio. En estas clases vemos que **4 de los 5 líderes muestran evolución positiva**.
- La **tercera clase con mayor aporte al crecimiento en el segmento de nutrición es la clase de Otras Leches Especiales**, que crece 157k€ en el mes. Contribuyen a este crecimiento Mead Johnson, Nestlé y Nutricia.



- El mercado de **Leches normales** está muy concentrado y los top 5 laboratorios concentran más del 90% del mercado. **3 de los top 5 players caen**, siendo Alter y Nestlé los únicos que crecen para este segmento.
- En la clase de **Cereales infantiles preparados** vemos una **caída generalizada de los diferentes laboratorios**: Ordesa, Alter, Lactalis, Nestlé, Numil y Hero lo hacen a doble dígito este mes de junio.

# El mercado de nutrición decrece -3,9M €, siendo la categoría de las leches para niños la responsable principal de esta pérdida (-2,2%, -4,2M €)

Para los últimos 12 meses, Dietas Completas es la clase con mayor cuota (48,7%) y evolución positiva (+8M€)



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**
  - + **Mercados estacionales : Productos Solares y  
contra los Mosquitos**

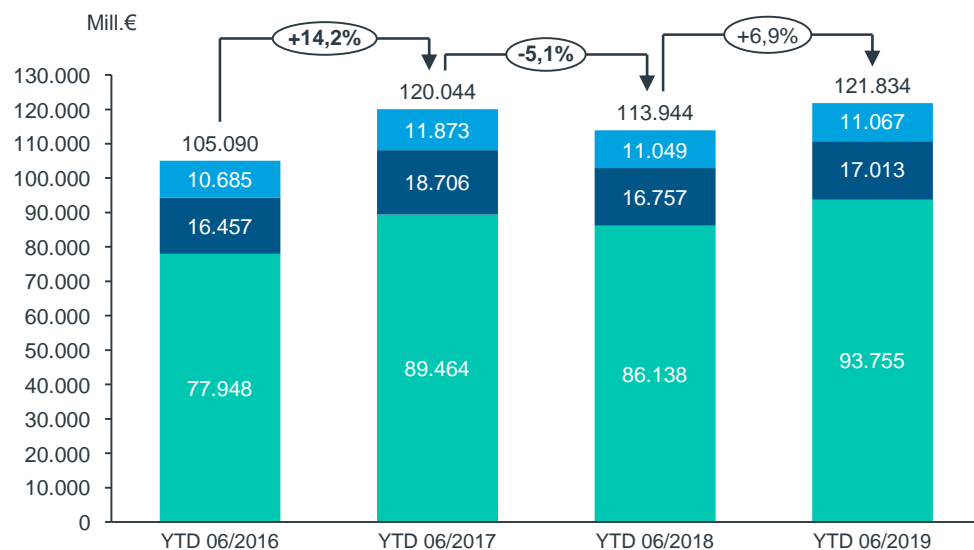
# Mercado de los productos solares



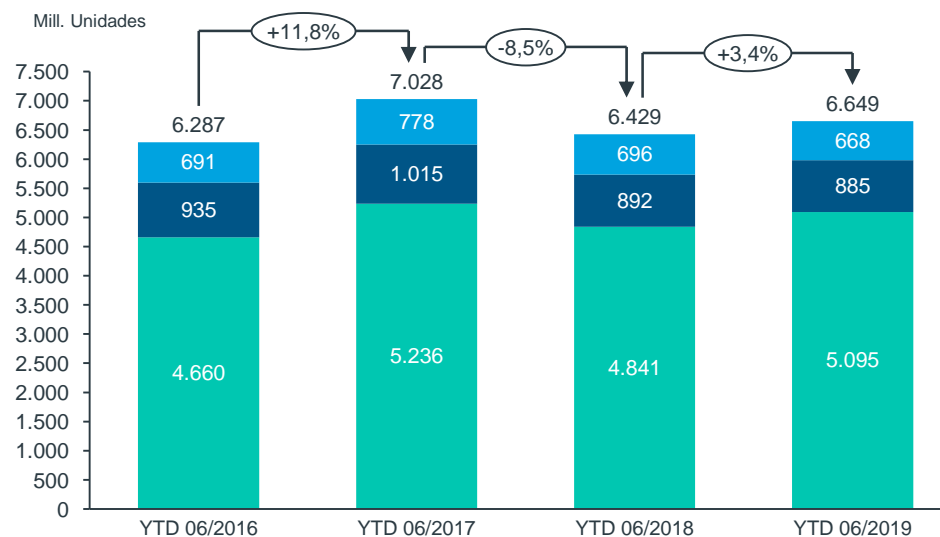
# El mercado de Productos Solares crece en unidades un +6,26% y en valores un +10,12% en el último MAT

El aumento de precios hace que el crecimiento sea mayor en valores que en unidades. En los últimos 6 meses, el mercado de solares ha presentado decrecimientos en unidades (-0,24%) sólo en el mes de Abril

Evolución del Mercado de solares (Mil. € PVP, YTD 06/2019)



Evolución del Mercado de solares (Mil. UDS, YTD 06/2019)



■ RESTO SOLARES ■ PROTECTOR SOLAR NIÑOS ■ PROTECTOR SOLAR ADULTOS

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

Clase analizada: 83F PRODUCTOS SOLARES

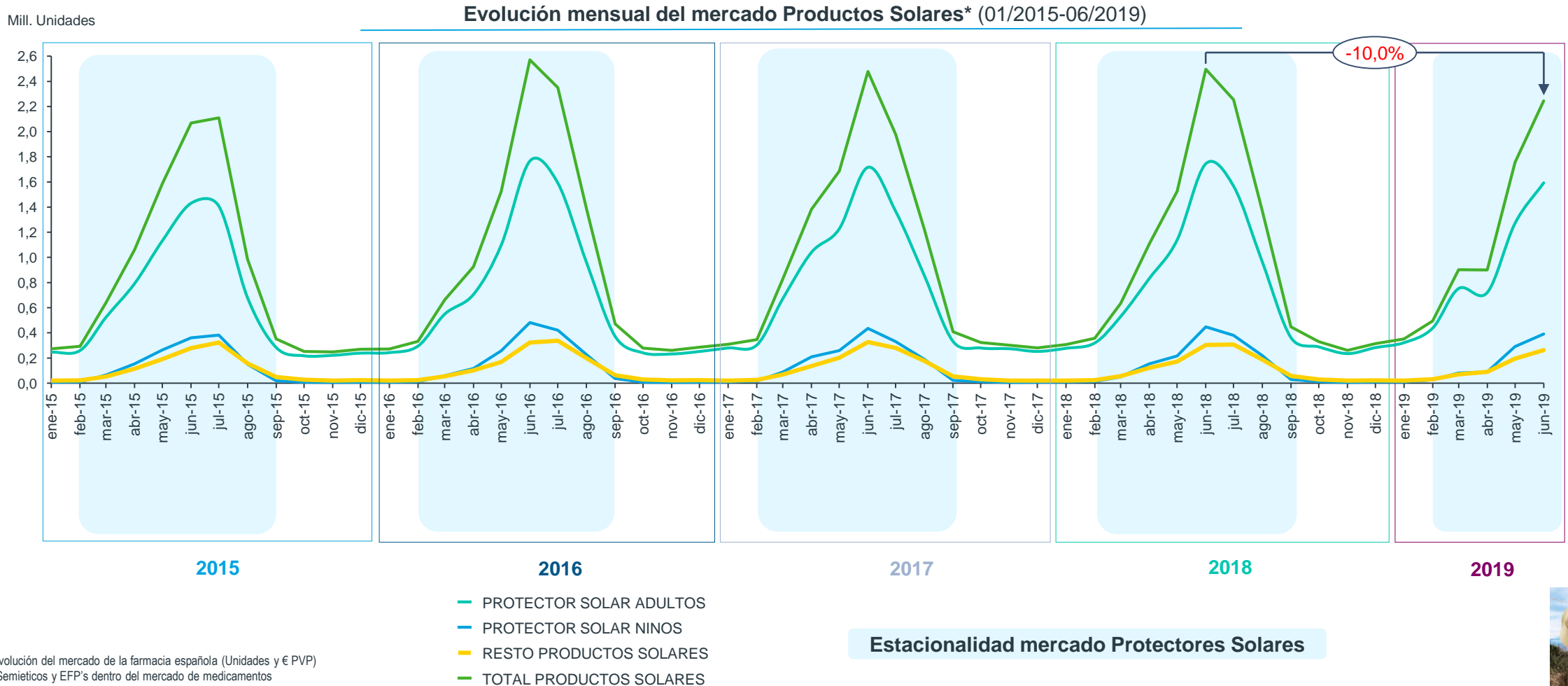
\*Resto Solares: solares para el pelo, productos después del sol, autobronceadores, activadores de la pigmentación y otros





# El mercado de Productos Solares presenta una evidente estacionalidad en sus ventas desde febrero hasta el mes de septiembre

Este mes de junio se han vendido 2,2M de unidades, 41,8M € vs el año pasado que fue un junio más favorable para este mercado (2,5M de unidades, 44,8M €)



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

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

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

\*Clase analizada: 83F PRODUCTOS SOLARES

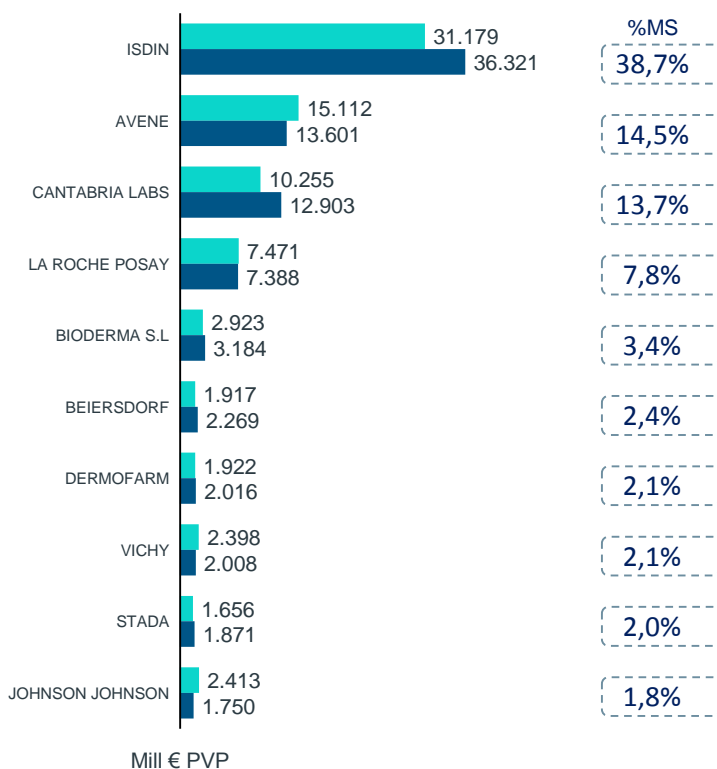
Resto Solares: solares para el pelo, productos después del sol, autobronceadores, activadores de la pigmentación y otros



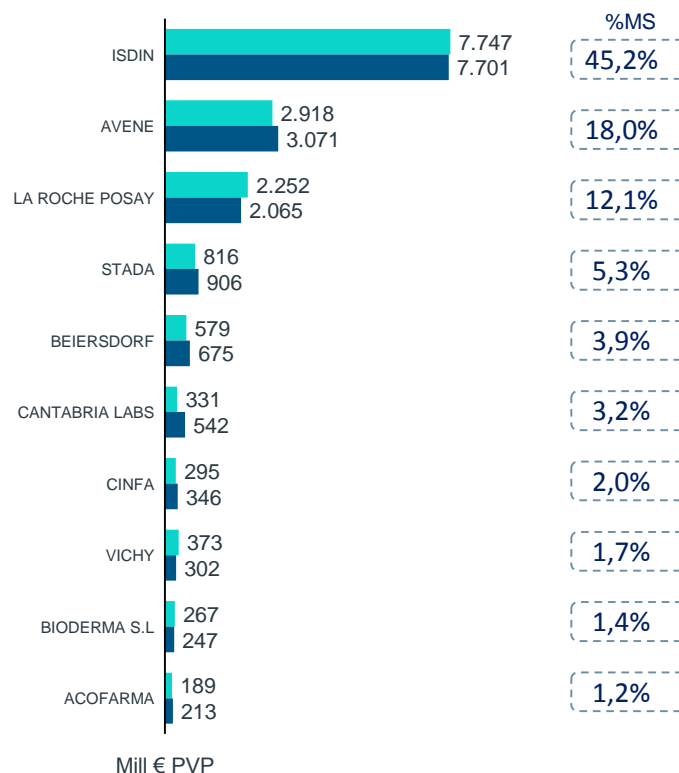
# El top 10 Manufacturer de productos solares adultos, productos solares infantiles y resto solares concentra más del 70% del mercado de cada clase

El laboratorio Cantabria Labs está presente en el top 10 de los tres grupos creciendo a doble dígito

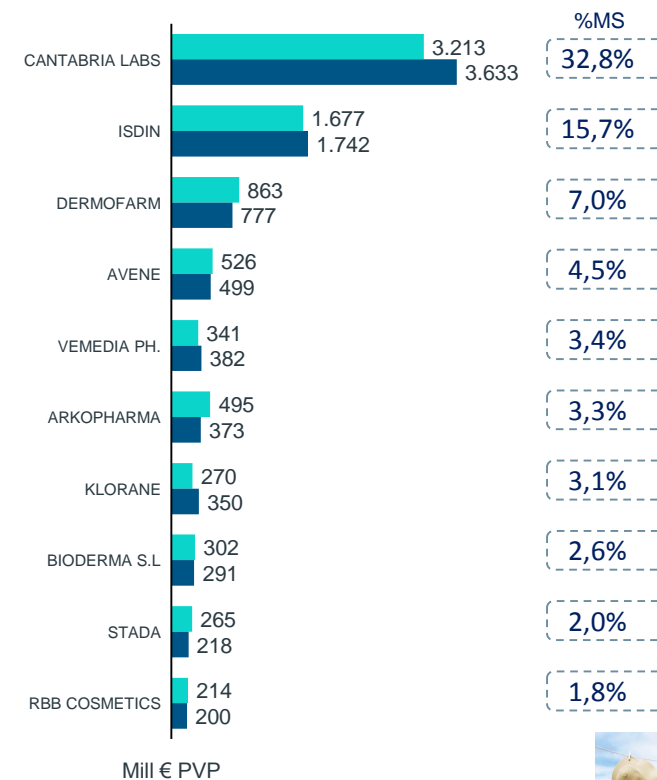
**Evolución top 10 laboratorios Solares adultos (YTD 06/2019 VS YTD 06/2018 € PVP)**



**Evolución top 10 laboratorios Solares niños (YTD 06/2019 VS YTD 06/2018 € PVP)**



**Evolución top 10 laboratorios Resto solares (YTD 06/2019 VS YTD 06/2018 € PVP)**



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

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

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

Clase analizada: 83F PRODUCTOS SOLARES

Resto Solares: solares para el pelo, productos después del sol, autobronceadores, activadores de la pigmentación y otros

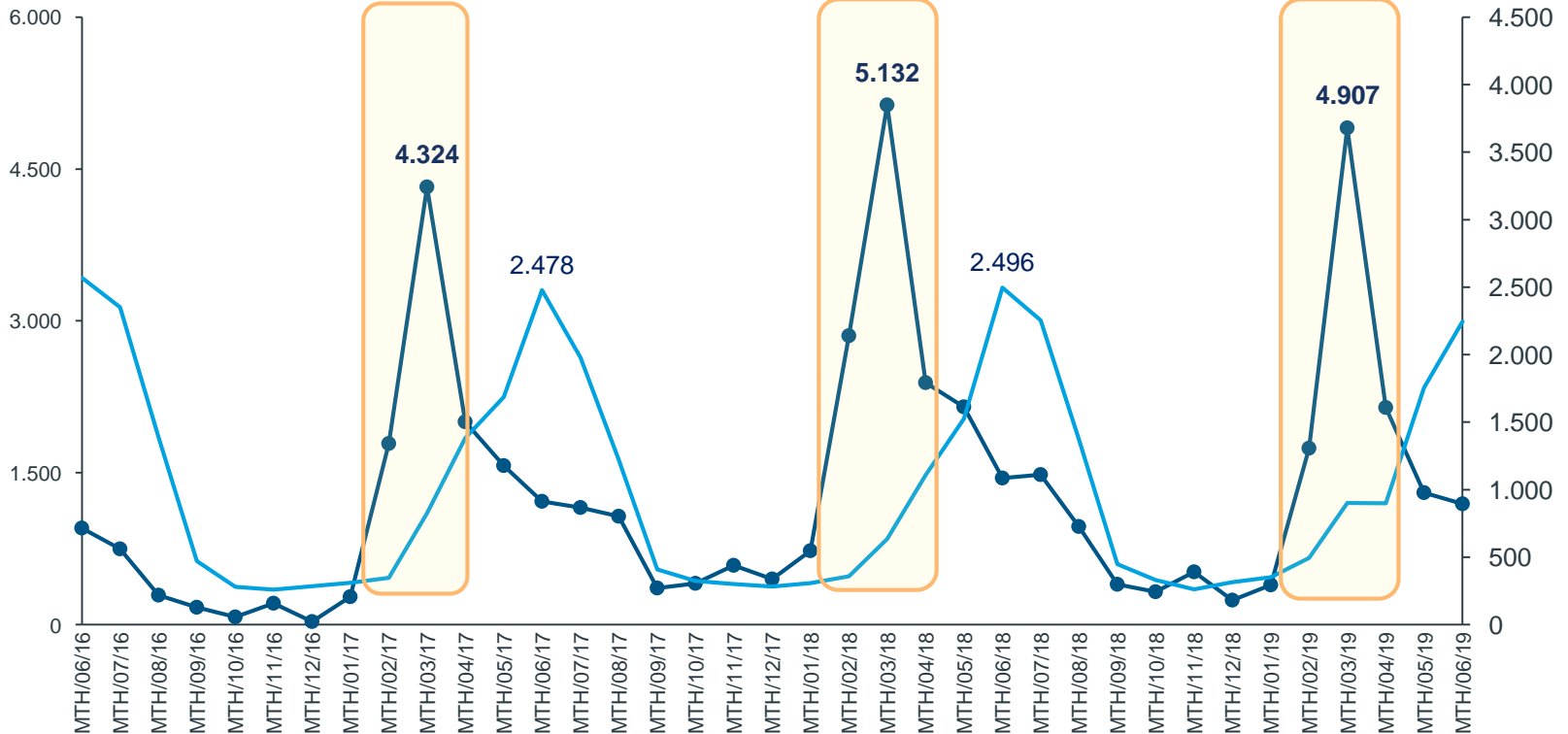
■ YTD06/2018 ■ YTD06/2019



# La campaña de preventa por parte de los laboratorios ha sido menor en 2019 respecto a la campaña de 2018

## Evolución mensual de las compras vs a las ventas del mercado de Solares en Farmacia

k. Unidades –Compras



k. Unidades –Ventas

Las campañas de preventa de solares comienzan en febrero y alcanzan su pico máximo en farmacia en marzo.

Observamos que el volumen de compras en 2018 fue mayor que en los últimos años, alcanzando en marzo el mayor pico de compras observado en el histórico.

Si el stock no se consume, podría afectar la dinámica de la campaña 2019.

— Sales Units  
—●— Purchase Units

Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)  
 \*Semieticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos  
 Fuente: IQVIA Sell-Out Muestra 6.200 farmacias  
 Clase analizada: 83F PRODUCTOS SOLARES



# En 2019, los top 10 nuevos lanzamientos en el mercado de productos solares acumulan 2,4 M€ en ventas

*El producto de protección solar innovador de 2019 que más ventas acumula es del laboratorio ISDIN*

Top 10 Lanzamientos 2019		
Product Pack	Launch Date	YTD 2019 Sales Euros Pub
FOTOP ISDIN 1 HYDRO2 30OIL 1 200 ML	2019/03	815.566,96
AVENE SOLAR FL SPORT 50+ 1 100 ML	2019/02	267.450,52
PHOTODERM MAX LECHE FAM50+ 1 250 ML	2019/03	222.859,51
HELIOCARE 360 W GEL SPF50+ 1 50 ML	2019/04	219.929,93
AVENE SOLAR CR B PRO 50+ 1 30 ML	2019/02	204.028,84
LIERAC SUNISSIME BB FL PRO 50 1 40 ML	2019/03	184.162,29
EUCERIN SUN PROTEC FL PIG PR50+ 1 50 ML	2019/02	160.449,93
EUCERIN SUN PROTEC SPRAY SP 50+ INF 1 300 ML	2019/02	156.712,94
CAUDALIE SOL.DIVIN CR FA A/A 50 1 50 ML	2019/04	151.279,19
HELIOCARE 360 EM U M P 50+ 1 50 ML	2019/04	110.890,04

■ Protector solar niños

■ Protector solar adultos

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

Clase analizada:83F PRODUCTOS SOLARES



# Mercado de los productos contra los mosquitos



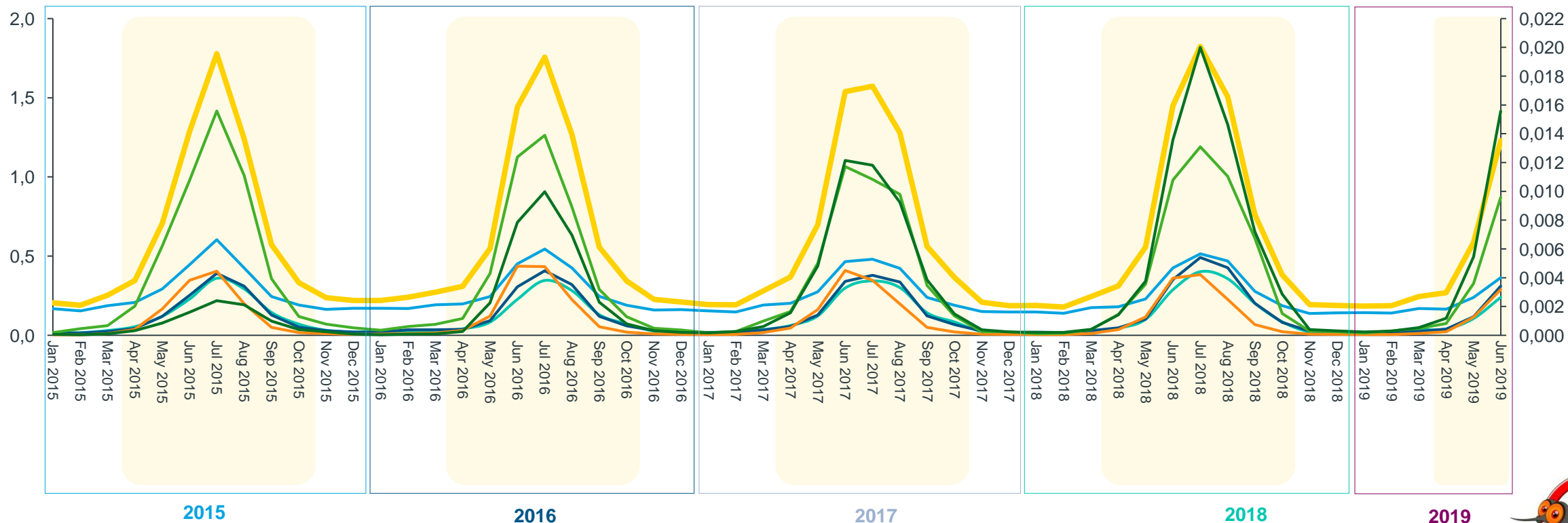
# Existe una clara estacionalidad en las ventas de los productos del mercado de mosquitos entre los meses de Abril y Septiembre

Este mes se han vendido 1,2M de unidades (11,2M€), siendo el mes de Junio con menos ventas en los últimos 5 años

- 06C1 ANTIHISTAMINICOS TOPICOS
- 06C4 OT PR IRR PIEL
- 83G1 REPELENTE INSECTOS AEROS
- 83G9 REPELENTE INSECTOS OTR F
- TOTAL MERCADO MOSQUITOS MERCADO MOSQUITOS

Evolución mensual del mercado Mosquitos, en millones de unidades (01/2015-06/2019)

- 83G3 REPELENTE INSECTOS CREMA
- 83G2 REPELENTE INSECTOS LIQ T



Estacionalidad mercado Mosquitos

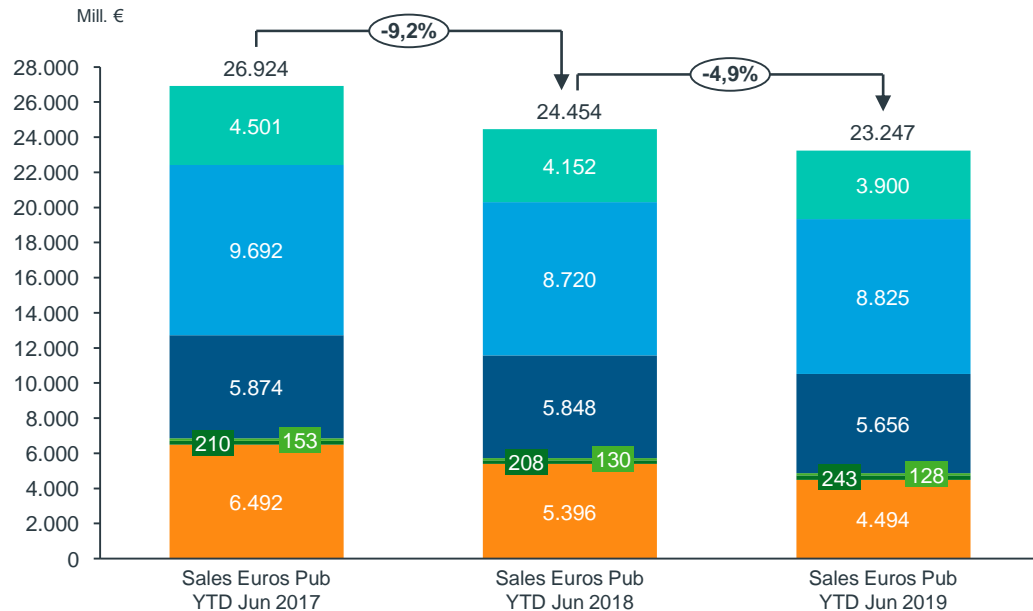
Evolución del mercado de la farmacia española (€ PVP)  
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias  
 Eje derecho: 83G2, 83G3. Eje izquierdo: 06C1, 06C4, 83G1, 83G9, Total mercado mosquitos



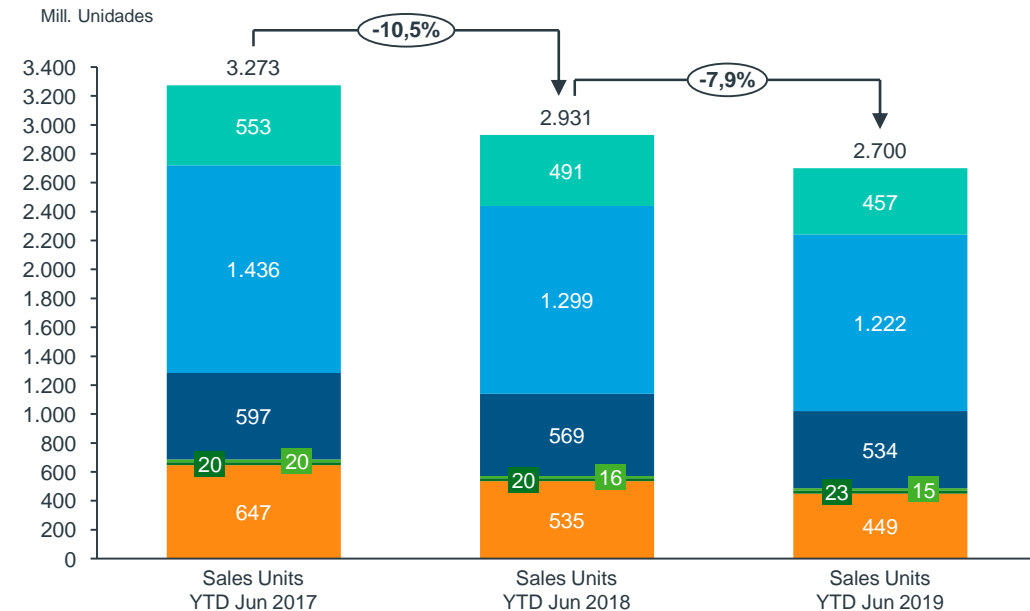
# El mercado de productos contra los mosquitos decrece tanto en valores como en unidades en los 6 primeros meses de 2019

*El segmento de repelentes de insectos es el que mayor aportación al decrecimiento presenta*

**Evolución del Mercado de mosquitos**  
(Mil. € PVP, YTD 06/2019)



**Evolución del Mercado de mosquitos**  
(Mil. UDS, YTD 06/2019)

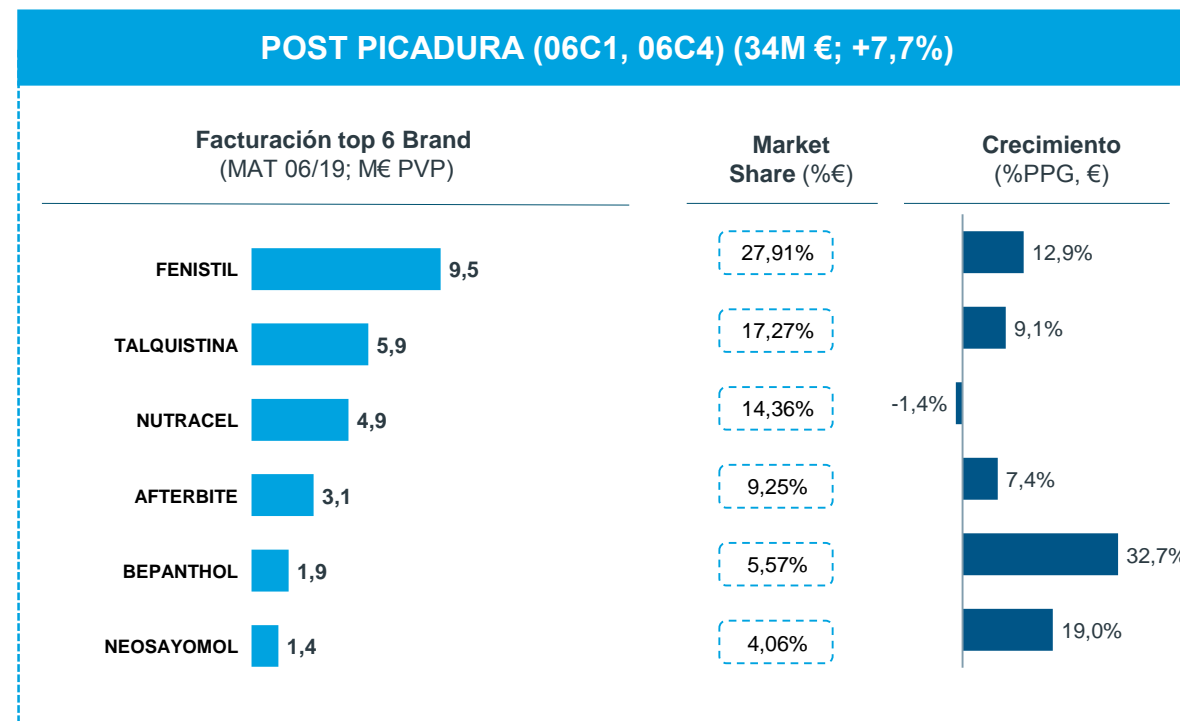
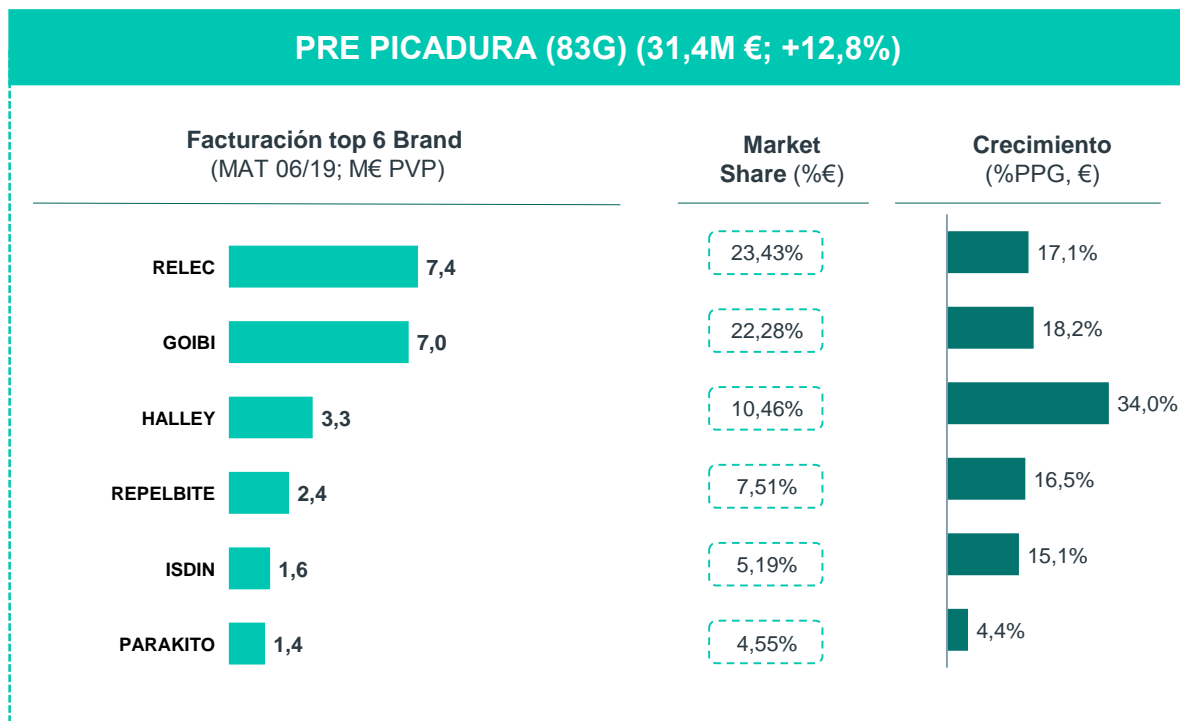


- 06C1 ANTIHISTAMINICOS TOPICOS
- 83G2 REPELENTES INSECTOS LIQ T
- 06C4 OT PR IRR PIEL
- 83G3 REPELENTES INSECTOS CREMA
- 83G1 REPELENTES INSECTOS AEROS
- 83G9 REPELENTES INSECTOS OTR F



# Gracias a las altas ventas del verano 2018, en el acumulado de los últimos 12 meses, el mercado de mosquitos crece 5,9 millones de Euros (+10,1%)

*El segmento de prevención es el que más aporta al mercado de mosquitos con crecimientos a doble dígito en el Top5 Brands*



**Total mercado Mosquitos a MAT 06/2019: 65,5 Mill. de €, con un PPG del +10,1%**



# Los lanzamientos de estos 6 primeros meses de 2019 se concentran en la categoría de repelentes de insectos

Top 15 Lanzamientos 2019		
Product Pack	Launch Date	YTD 2019 Sales Euros Pub
GOIBI ANTIMOSQUITO PULSE HATCHL 1	2019/01	73.386
GOIBI ANTIMOSQUITO PULSE ANG BI 1	2019/01	55.025
GOIBI ANTIMOSQUITO PULSE ESTREL 1	2019/01	51.308
APOSAN PULS CITRON ADULTO 3	2019/04	47.745
RELEC PULS ANT C/C 1 BATM	2019/04	43.940
APOSAN PULS CITRON LADY BUG 1	2019/01	43.017
RELEC PULS ANT C/C 1 W/WO	2019/04	35.471
RELEC PULS ANT C/C 1 FLAS	2019/04	32.048
RELEC PULS ANT C/C 1 S/GI	2019/04	29.482
RELEC PULS ANT C/C 1 S/MA	2019/04	28.688
GOIBI ANTIMOSQUITO PULSE BALONE 1	2019/01	25.427
APOSAN PULS CITRON ZAK STORM 1	2019/01	23.452
CALENDEEL PLUS GEL 1 30 G	2019/05	22.313
LEDUM PALUST THE W SPRAY POCKET 1 100 ML	2019/04	20.618
LEDUM PALUST THE W ROLL ON 1 30 ML	2019/04	19.590

■ Repelentes para insectos

■ Productos para las picaduras



# Evolución del Mercado de la farmacia Española

*Actualización datos de junio 2019*

Julio 2019