

# Evolución del Mercado de la Farmacia Española

Actualización datos de Mayo 2016

**IMS Health**

Junio 2016



## El mercado en farmacia crece un 3,4% en unidades y 5,4% en valores en mayo de 2016

---

- El segmento de **Consumer Health** crece en **mayo** un **3,2% en unidades y 4,3% en valores**. El **mercado de prescripción** presenta un crecimiento del **3,4% en unidades** y del **5,8% en valores**
- **El mercado reembolsado** presenta crecimientos tanto en volumen como en valores, siendo estos menores que en el **mercado privado en volumen**
- La **penetración de genéricos se estabiliza en el 40%** en unidades en el acumulado del último año
- El crecimiento en la penetración de genéricos es positivo en todas las Comunidades Autónomas a excepción de Baleares, Canarias y la zona de Levante
- El mercado de **Cuidado de manos** presenta un crecimiento en el mes de Mayo del 12,2% en valores frente a un acumulado MAT 05/16 que presenta un decrecimiento del -1,3%
- El mercado de **Prod. Cuidado pies** decrece en el mes de Mayo con respecto a Mayo del año anterior un -28,9% en valores, en el acumulado MAT 05/16 asimismo presenta un decrecimiento del -6,3%

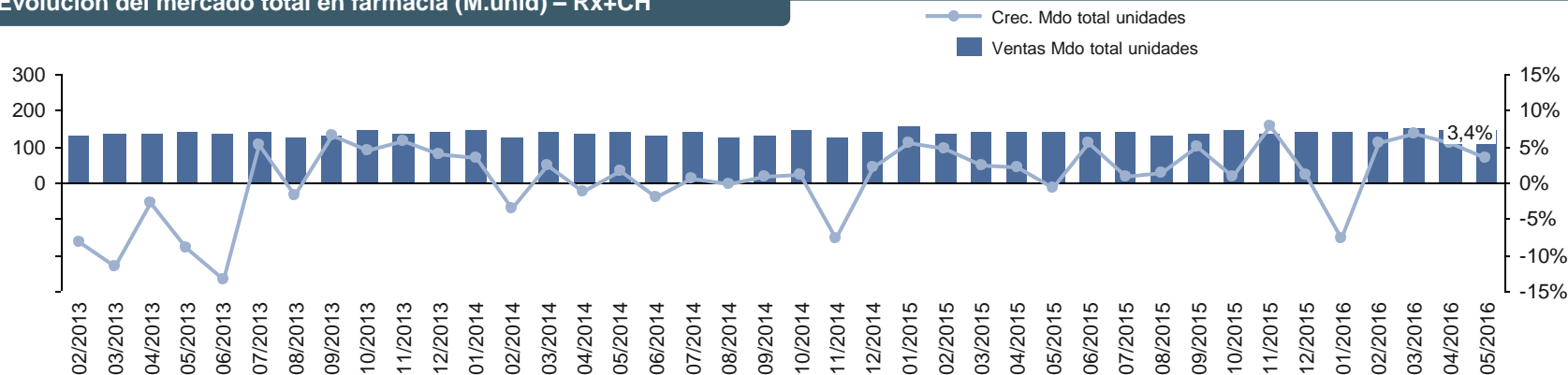
# Guía

---

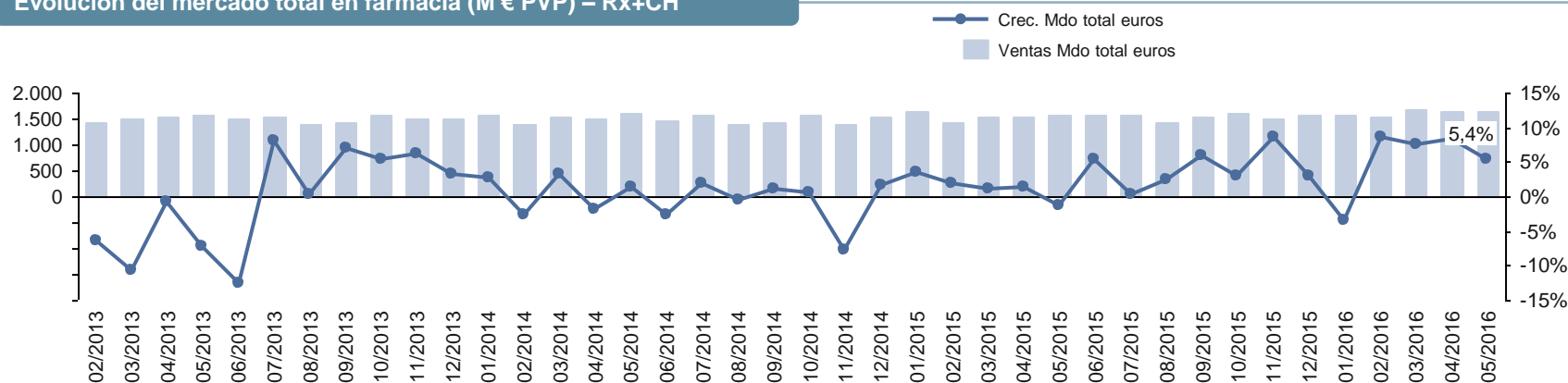
- **Evolución del mercado farmacéutico**
- Evolución del mercado de prescripción
- Mercado Cuidado Manos
- Productos Cuidado Pies

# El mercado en farmacia crece en el mes de mayo un 3,4% en unidades y un 5,4% en valores

**Evolución del mercado total en farmacia (M.unid) – Rx+CH**

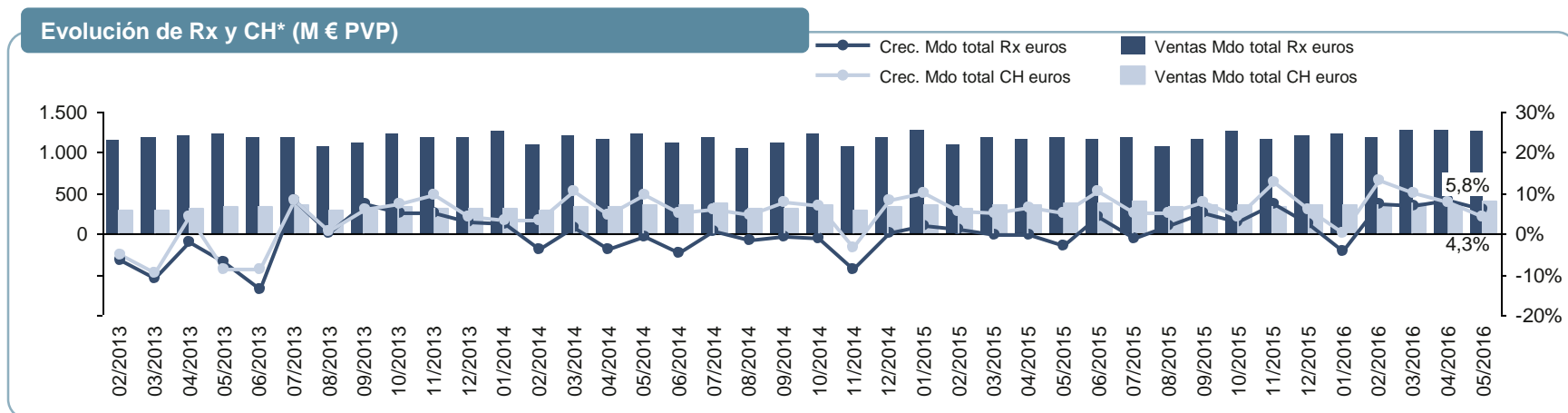
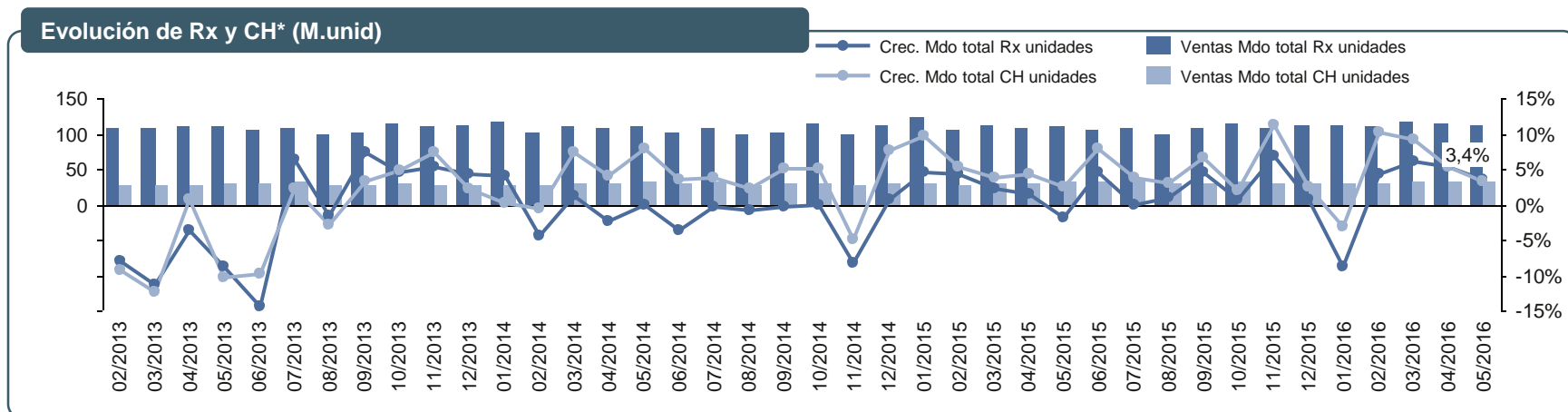


**Evolución del mercado total en farmacia (M € PVP) – Rx+CH**



# Este mes el mercado de prescripción presenta un crecimiento del 5,8% en valores, el mercado de CH crece un 4,3%

En unidades tanto el mercado de prescripción como el de Consumer Health crecen 3,4%-3,2% respectivamente



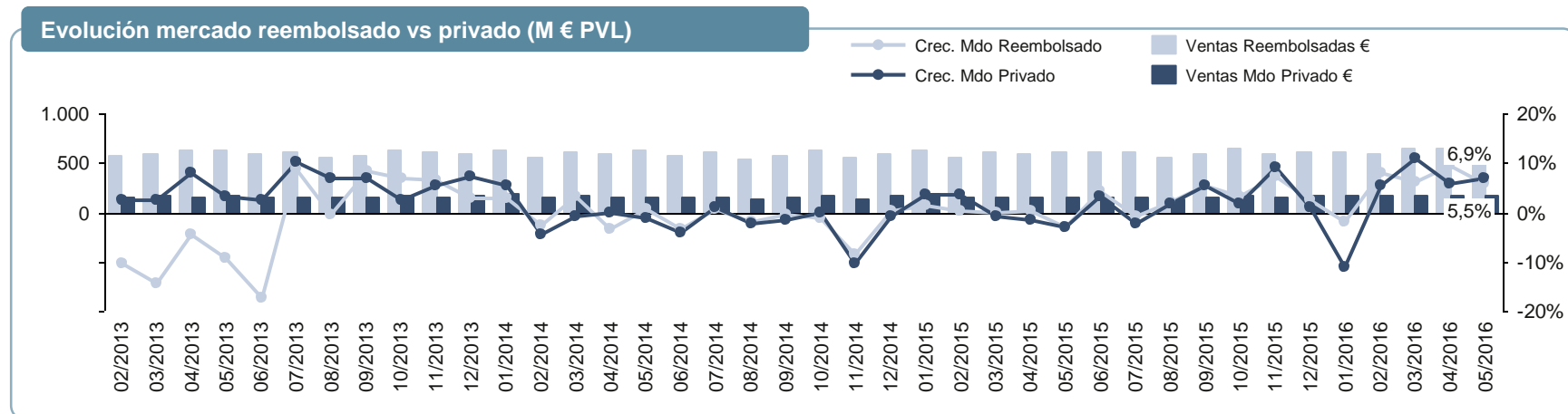
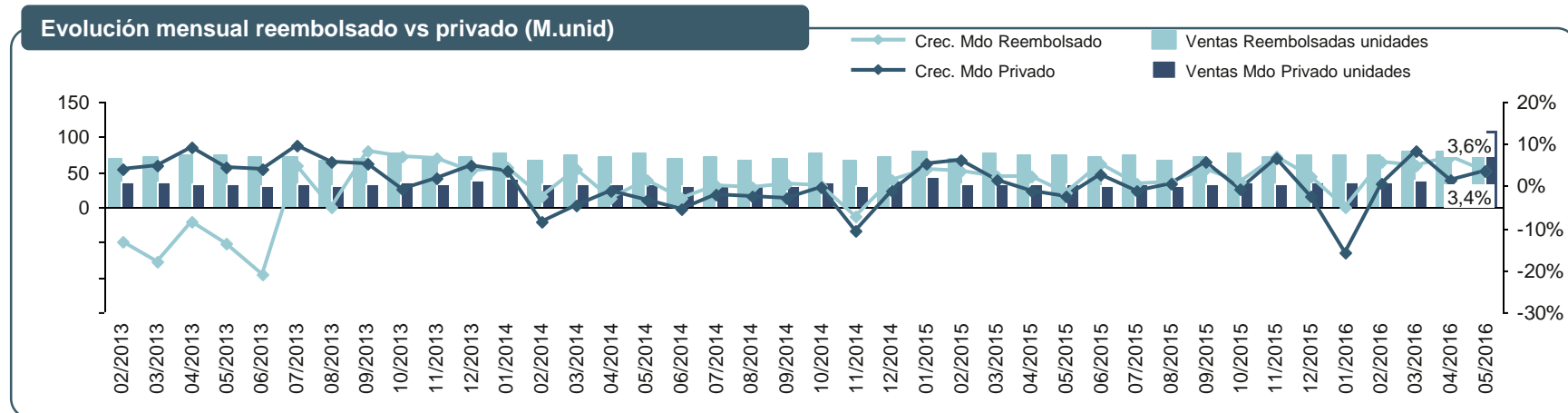
# Guía

---

- Evolución del mercado farmacéutico
- **Evolución del mercado de prescripción**
- Mercado Cuidado Manos
- Productos Cuidado Pies

# Tanto el mercado reembolsado como el privado muestran crecimientos en valores y unidades en el mes de mayo

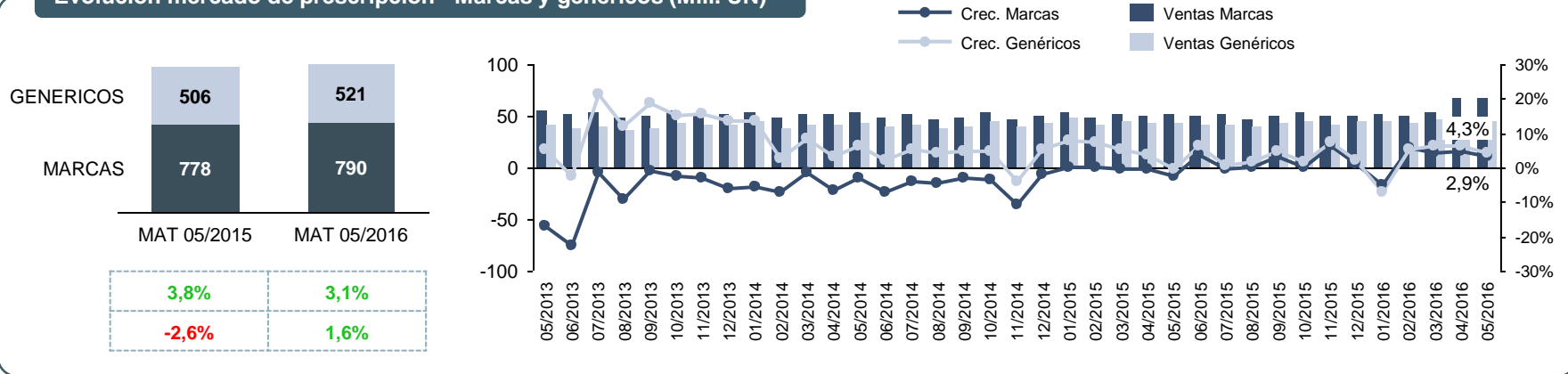
El mercado reembolsado mantiene crecimientos positivos por encima del mercado privado en volumen



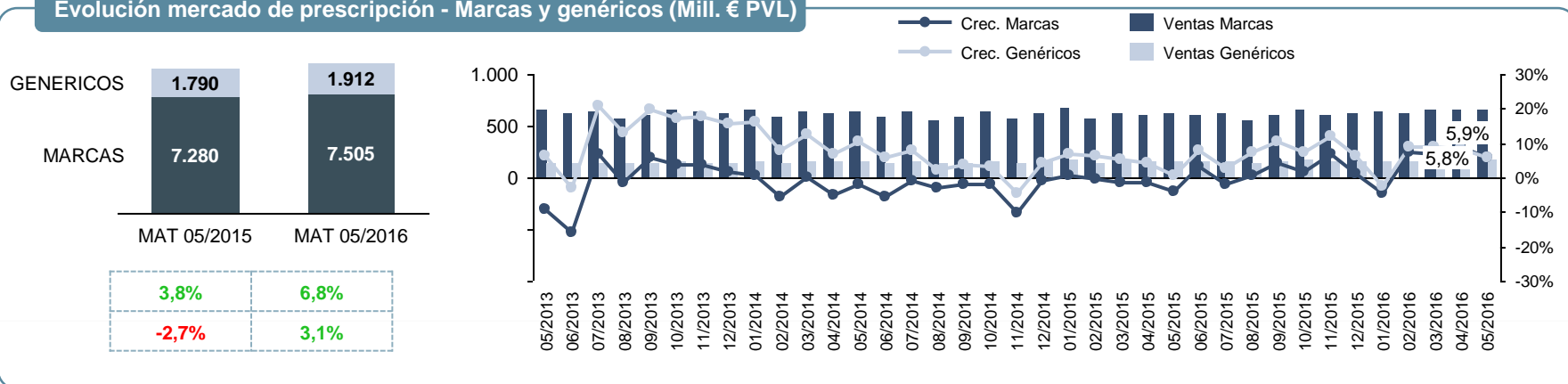
# El mercado de prescripción en mayo muestra crecimientos en genéricos tanto en volumen como en valores (4,3%, 5,9%)

El resultado de la evolución en marcas ha sido, 2,9% en volumen y 5,8% en valores respecto al mismo periodo del año anterior

Evolución mercado de prescripción - Marcas y genéricos (Mill. UN)



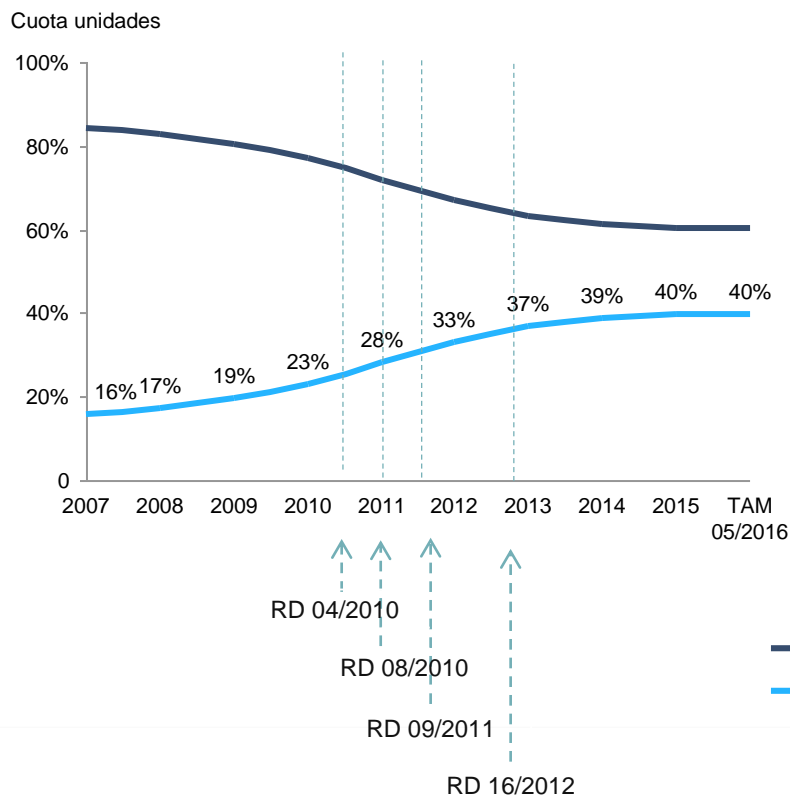
Evolución mercado de prescripción - Marcas y genéricos (Mill. € PVL)



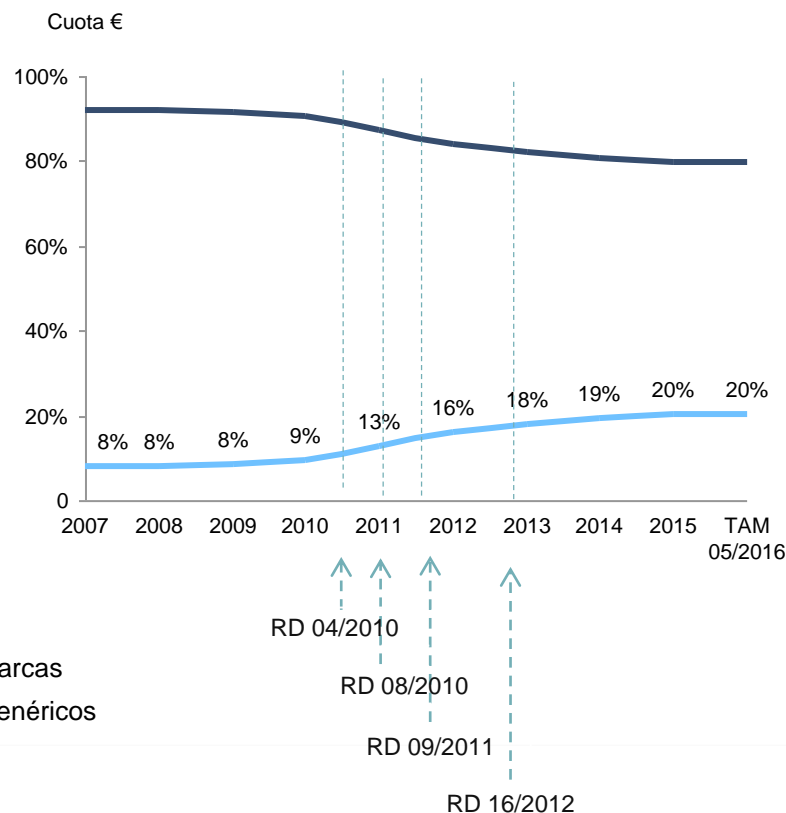


# La penetración de genéricos en el acumulado de los últimos 12 meses se estabiliza en el 40% en unidades, en el 20% en valores

Evolución genéricos total mercado farmacéutico  
(unidades)



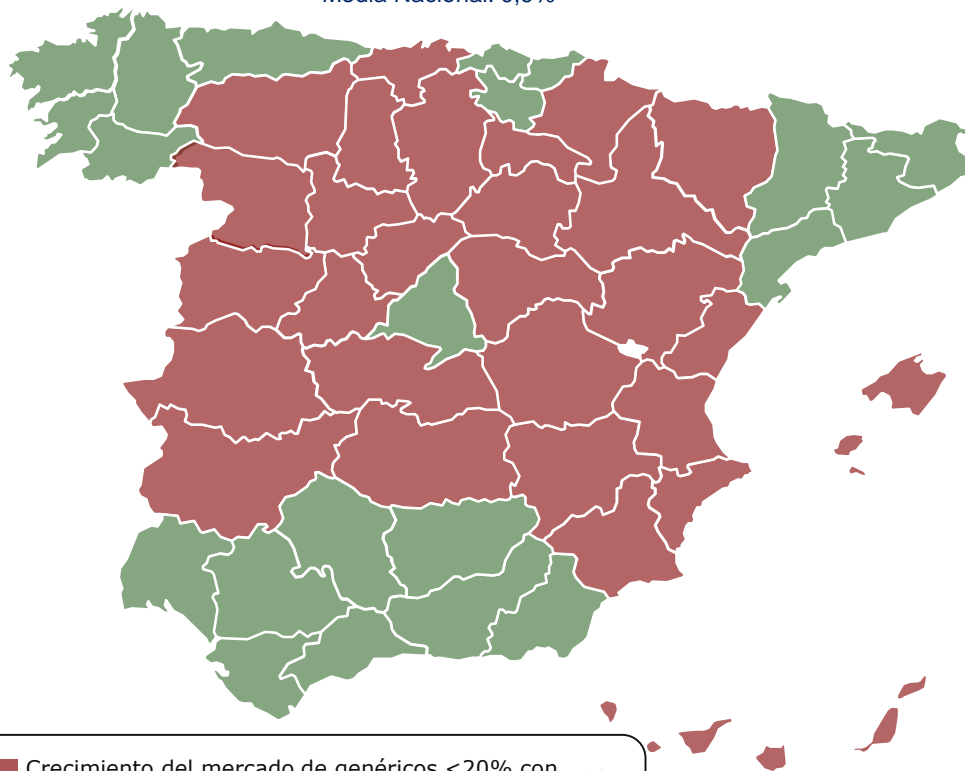
Evolución genéricos total mercado farmacéutico  
(Euros, PVL)



# Durante los últimos 12 meses la penetración de genéricos ha crecido en todas las CCAA excepto en Canarias, Levante y Baleares

La CCAA con un mayor crecimiento en el acumulado de los últimos 12 meses es País Vasco, seguida de Galicia y Madrid

Crecimiento de la penetración de genéricos (UNIDADES)  
Media Nacional: 0,9%



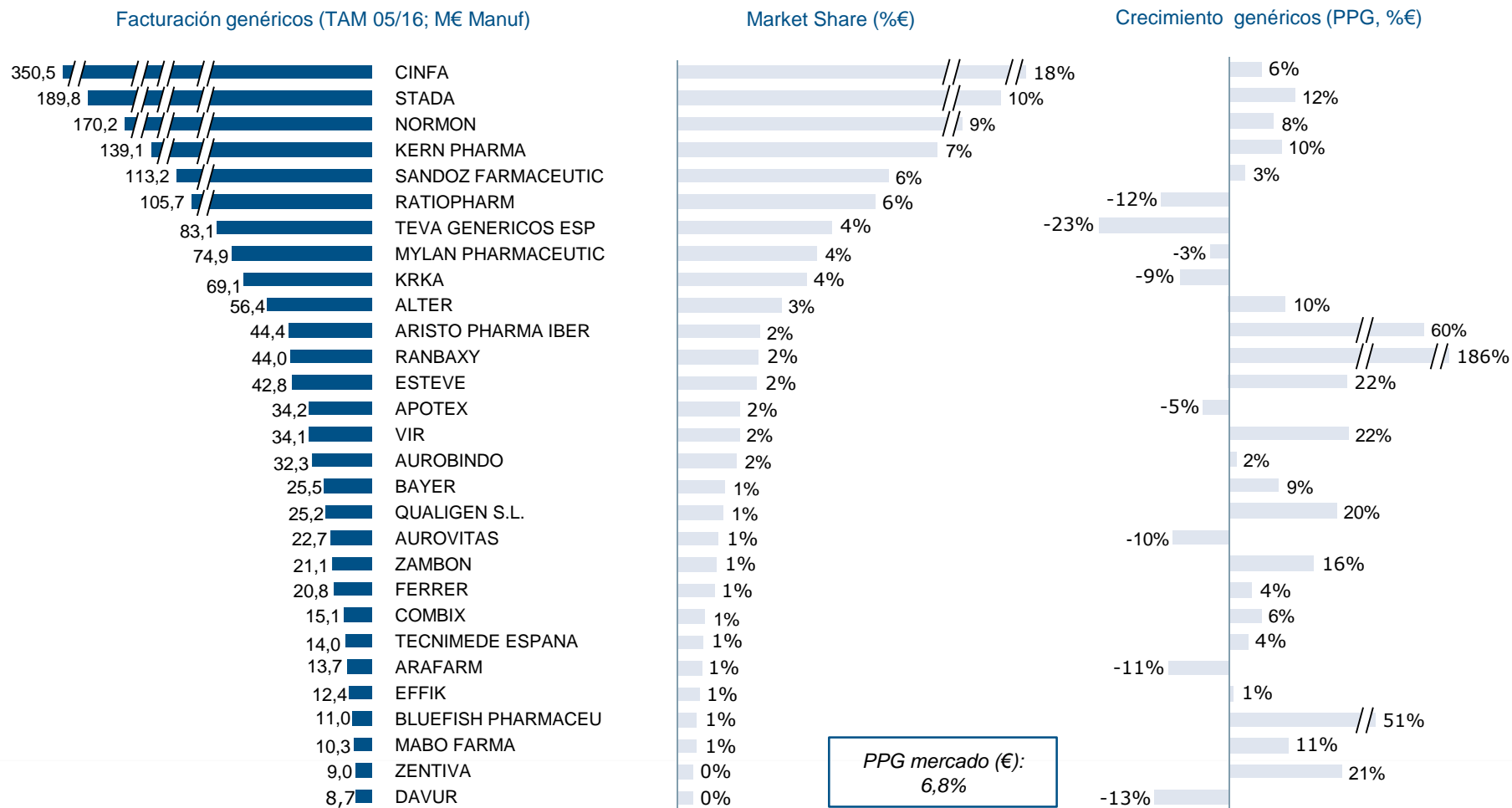
- Crecimiento del mercado de genéricos <20% con respecto a la media nacional
- Crecimiento del mercado de genéricos >20% con respecto a la media nacional

MAT 05/2015 vs. MAT 05/2016	% Penetración EFGs – (MAT1, UNDS)	% Crec. Penetración de genéricos (UNDS)
PAIS VASCO	45,0%	2,1%
GALICIA	36,4%	2,0%
MADRID	42,8%	1,8%
ASTURIAS	32,0%	1,6%
ANDALUCIA	45,1%	1,5%
CATALUÑA	42,3%	1,5%
EXTREMADURA	34,0%	0,6%
LA RIOJA	32,8%	0,4%
CASTILLA LEON	45,9%	0,4%
NAVARRA	36,8%	0,4%
ARAGON	38,2%	0,3%
CASTILLA LA MANCHA	41,1%	0,2%
CANTABRIA	35,7%	0,1%
ISLAS CANARIAS	32,7%	-0,3%
COMUNIDAD VALENCIANA	31,8%	-0,6%
MURCIA	30,4%	-0,9%
BALEARES	36,5%	-1,8%
<b>TOTAL NACIONAL</b>		<b>0,9%</b>

# Cantabria y Murcia son las CCAA que presentan un mayor crecimiento en los últimos 12 meses en el mercado de prescripción

MAT 05/2016	TOTAL MERCADO PRESCRIPCIÓN						MARCAS				GENERICOS			
	UN (000)	% PPG	% MS	Euros PVL (000)	% PPG	% MS	UN (000)	% PPG	Euros PVL (000)	% PPG	UN (000)	% PPG	Euros PVL (000)	% PPG
ANDALUCIA	237.525	1,8	18,1	1.577.837	4,5	16,8	130.366	0,6	1.174.330	2,9	107.159	3,4	403.507	9,5
ARAGON	38.113	3,1	2,9	292.792	4,3	3,1	23.562	3	237.933	4,2	14.551	3,4	54.860	4,8
ASTURIAS	31.135	0,5	2,4	241.953	2,6	2,6	21.166	-0,2	204.141	2	9.969	2,2	37.812	5,9
BALEARES	28.260	1	2,2	201.496	2,2	2,1	17.958	2,1	165.237	1,8	10.302	-0,9	36.259	4,2
CANTABRIA	18.704	4,8	1,4	139.026	7,5	1,5	12.022	4,7	116.780	7,6	6.681	4,9	22.246	6,9
CASTILLA LA MANCHA	57.599	1	4,4	427.852	3,7	4,5	33.936	0,9	341.673	3,4	23.663	1,2	86.179	4,9
CASTILLA LEON	69.827	2,3	5,3	547.410	4	5,8	37.761	2	416.852	3,4	32.065	2,7	130.559	6
CATALUÑA	210.283	1	16,0	1.367.282	2,5	14,5	121.272	0	1.076.467	1,7	89.011	2,5	290.815	5,8
C. VALENCIANA	153.787	3,1	11,7	1.158.808	4,7	12,3	104.865	3,4	976.445	4,9	48.921	2,5	182.363	4,2
EXTREMADURA	34.265	2,2	2,6	271.922	4,7	2,9	22.616	1,8	230.373	4,4	11.649	2,8	41.549	6,4
GALICIA	83.420	2,6	6,4	634.879	2,8	6,7	53.057	1,5	515.909	1,9	30.363	4,7	118.970	6,8
ISLAS CANARIAS	61.246	2,1	4,7	449.423	3,6	4,8	41.210	2,3	375.736	3,4	20.036	1,8	73.686	4,8
LA RIOJA	7.925	3,5	0,6	63.468	4,6	0,7	5.322	3,3	54.244	4,3	2.603	4	9.224	6,1
MADRID	166.789	2,5	12,7	1.159.280	3,6	12,3	95.477	1,2	908.576	2,4	71.312	4,3	250.704	8,2
MURCIA	41.509	4,7	3,2	332.680	6,6	3,5	28.897	5,1	283.780	6,5	12.612	3,7	48.900	7,6
NAVARRA	15.731	1,5	1,2	118.956	2,7	1,3	9.935	1,3	94.919	1,6	5.796	1,9	24.036	7,3
PAIS VASCO	55.053	2,9	4,2	432.051	2,7	4,6	30.291	1,1	331.995	1,5	24.762	5,1	100.055,8 1	7

# Los laboratorios adjudicatarios en la subasta presentan crecimientos a doble y triple dígito en el acumulado del último año

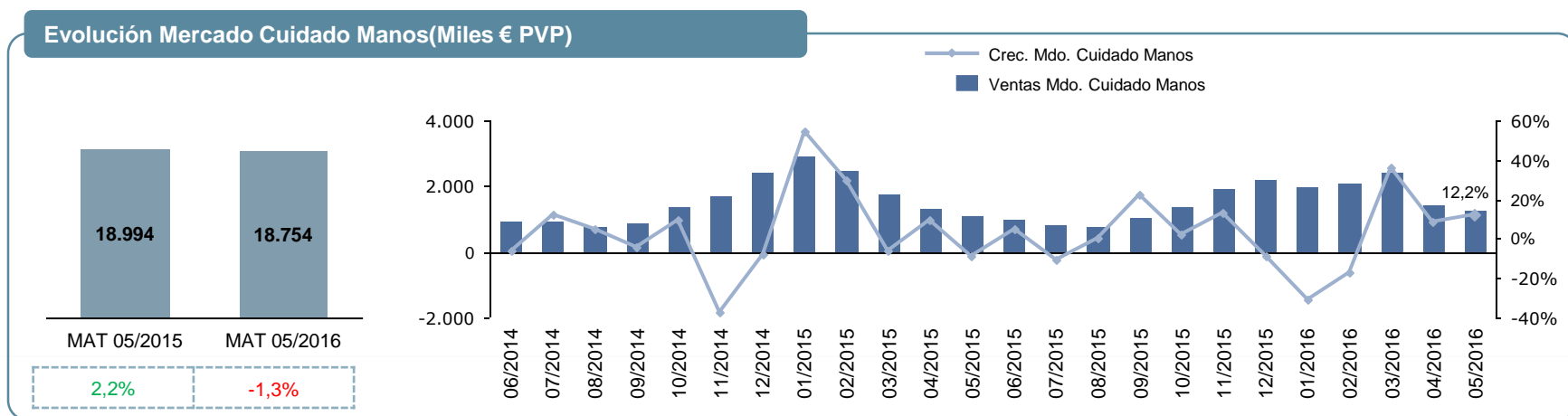
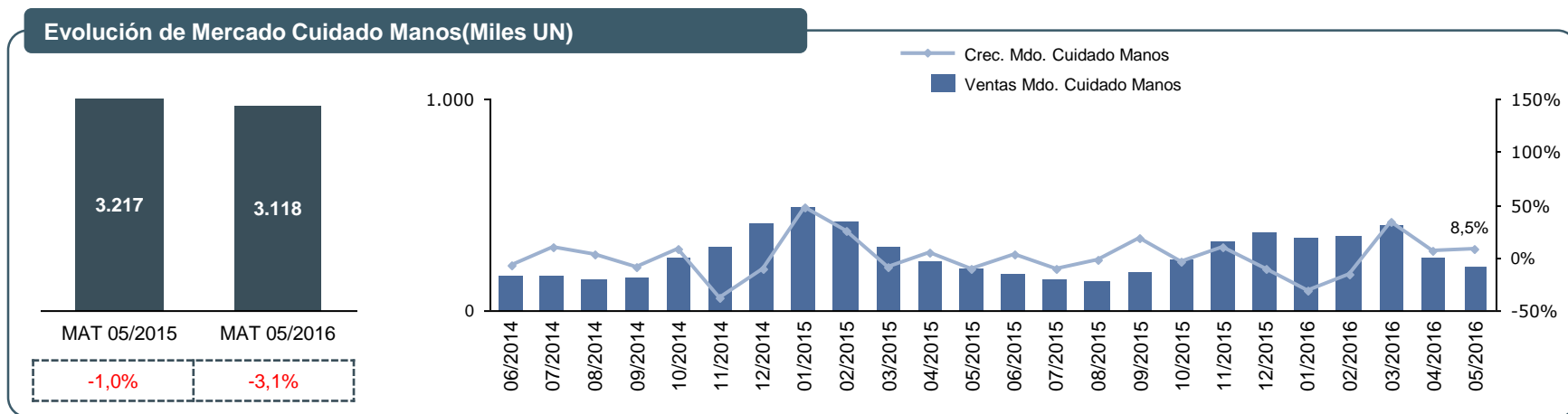


# Guía

---

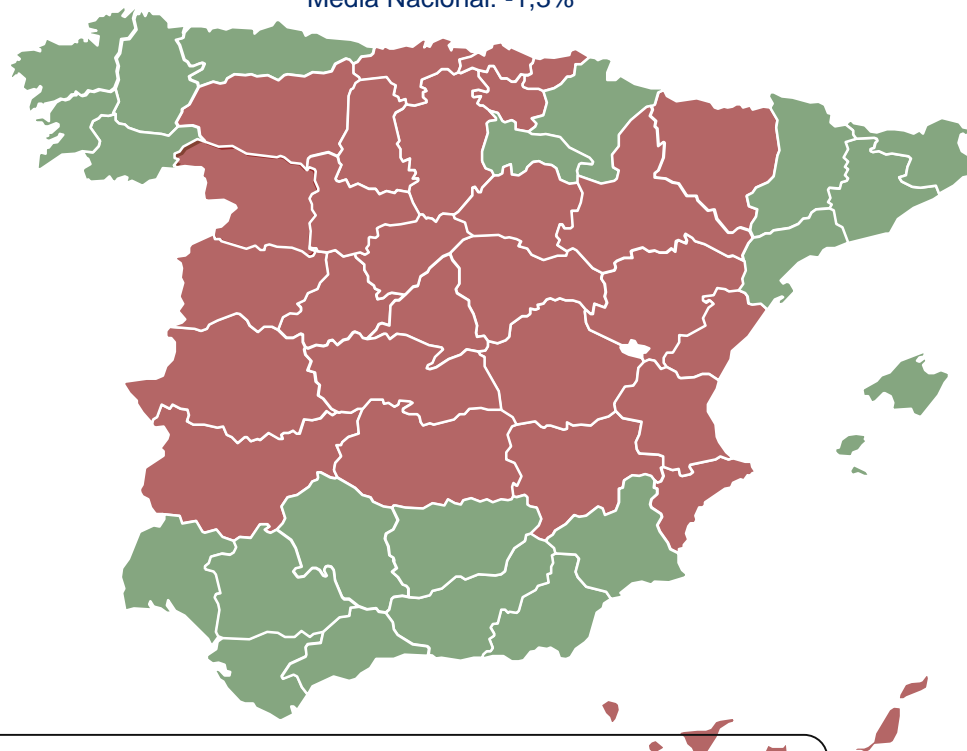
- Evolución del mercado farmacéutico
- Evolución del mercado de prescripción
- **Mercado Cuidado Manos**
- Productos Cuidado Pies

# Cuidado Manos presenta en mayo un crecimiento del 8,5% en volumen y del 12,2% en valores con respecto al año anterior



# La CCAA que presenta un mayor crecimiento es Baleares, Extremadura presenta el mayor decrecimiento

Crecimiento del segmento **Mdo. Cuidado Manos**(Euros PVP)  
Media Nacional: -1,3%



MAT 05/2015 vs MAT 05/2016	% Crec. Cuidado Manos (Euros PVP)
LA RIOJA	24,3%
MURCIA	12,8%
BALEARES	9,9%
ANDALUCIA	3,0%
GALICIA	0,6%
ASTURIAS	0,5%
CATALUÑA	0,3%
PAIS VASCO	-2,2%
CASTILLA LEON	-2,5%
NAVARRA	-3,2%
CASTILLA LA MANCHA	-3,7%
ARAGON	-4,2%
ISLAS CANARIAS	-4,7%
COMUNIDAD VALENCIANA	-5,1%
MADRID	-5,3%
EXTREMADURA	-7,0%
CANTABRIA	-7,9%
<b>TOTAL NACIONAL</b>	<b>-1,3%</b>

# Guía

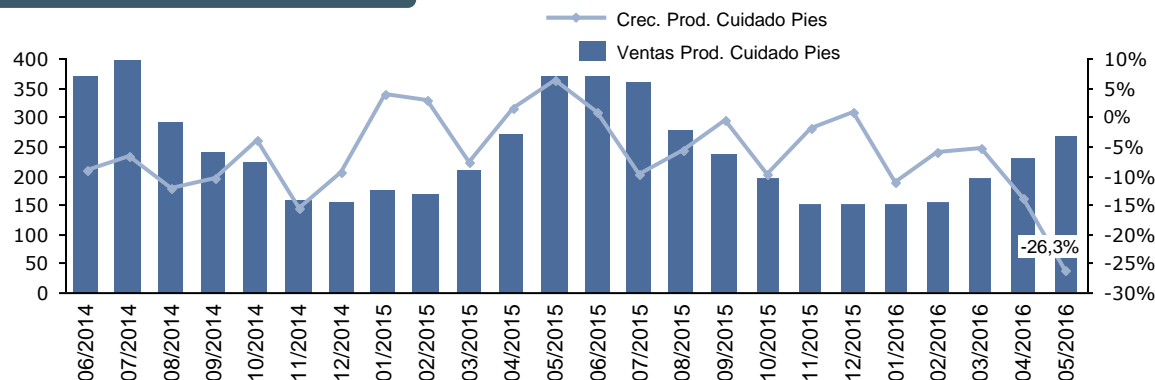
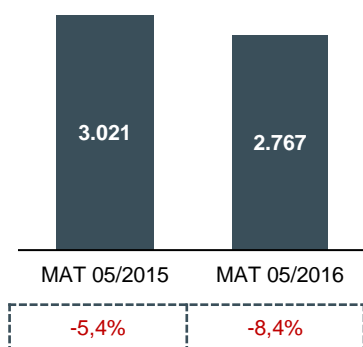
---

- Evolución del mercado farmacéutico
- Evolución del mercado de prescripción
- Mercado Cuidado Manos
- **Productos Cuidado Pies**

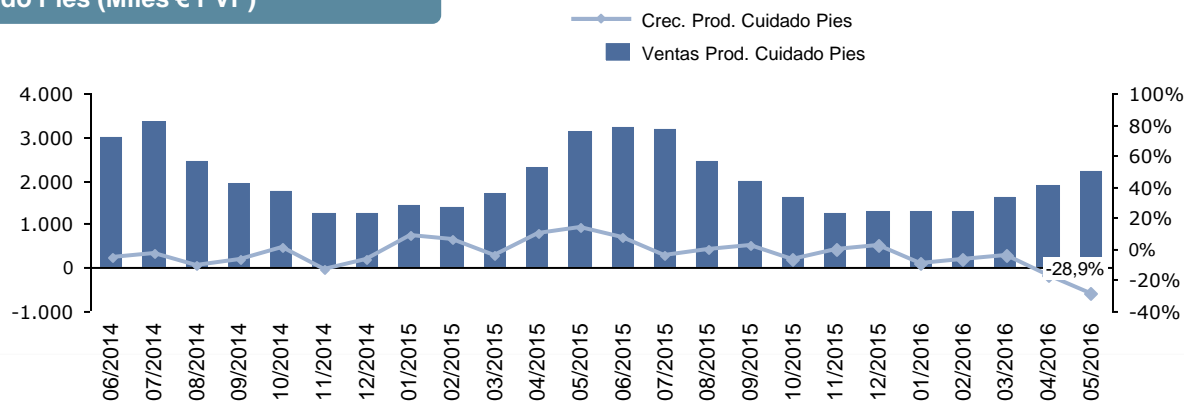
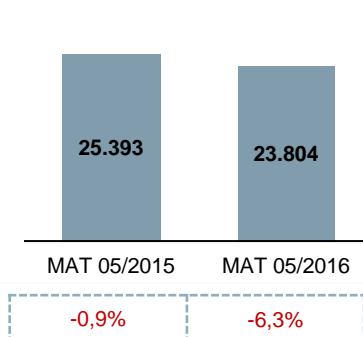


# El mercado de Prod. Cuidado Pies presenta en mayo un decrecimiento del 26,3% en volumen y del 28,9% en valores

## Evolución Clase Productos Cuidado Pies (Miles UN)

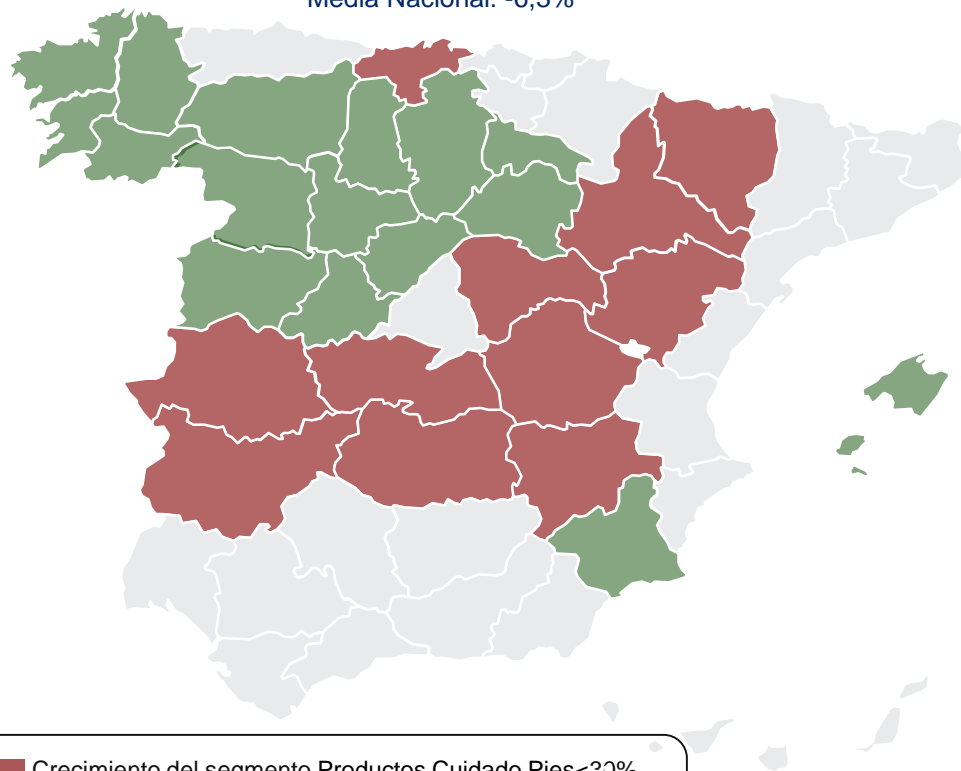


## Evolución Clase Productos Cuidado Pies (Miles € PVP)



# La CCAA que presenta un mayor crecimiento es Murcia, Extremadura es la región que presenta mayor decrecimiento

Crecimiento del segmento **Productos Cuidado Pies** (Euros PVP)  
Media Nacional: -6,3%



MAT 05/2015 vs MAT 05/2016	% Crec. Productos Cuidado Pies (Euros PVP)
MURCIA	5,2%
BALEARES	0,6%
LA RIOJA	0,5%
GALICIA	-3,8%
CASTILLA LEON	-4,3%
ASTURIAS	-4,8%
CATALUÑA	-5,6%
ANDALUCIA	-5,7%
PAIS VASCO	-5,9%
ISLAS CANARIAS	-6,5%
MADRID	-7,5%
NAVARRA	-7,8%
COMUNIDAD VALENCIANA	-8,0%
ARAGON	-9,5%
CASTILLA LA MANCHA	-12,5%
CANTABRIA	-13,9%
EXTREMADURA	-14,0%
<b>TOTAL NACIONAL</b>	<b>-6,3%</b>

# Consejos de gestión de la categoría

## Cuidado de manos y pies

- Las subcategorías de Manos y pies a pesar de ser diferentes en el tratamiento por parte de la farmacia y en su estacionalidad comparten un eje común, son categorías de conveniencia.
- Por lo tanto al ser subcategorías de conveniencia deben situarse en zonas calientes y con gran accesibilidad en la farmacia. El paciente/consumidor debe de poder verlas y tocarlas, lo que no se ve no existe y lo que no existe no se vende.
- Las cremas de manos suelen situarse en peceras cerca del mostrador y en general su sensibilidad el precio es muy alta debido a la gran oferta existente en el mercado.
- Los productos de cuidado de pies a pesar de ser un segmento presente en la farmacia durante todo el año, tienen una marcada estacionalidad de Abril a Agosto.
- Por lo tanto para una correcta gestión de estas subcategorías debemos actuar en 4 áreas:
- **Ubicación**
  - Estos productos se deben colocar en zonas calientes de alto paso de usuarios de la farmacia, la categoría debe estar claramente delimitada. Se recomienda situarla al lado de categorías complementarias como es higiene e hidratación corporal.
- **Producto**
  - Seleccione un surtido de calidad que le reporte unos márgenes adecuados y una generación de Euros alta, asegúrese de que la rotación es alta y que la cobertura de stock no supera al vencimiento de la factura de la compra de stock. Realice un benchmarking de precio con las farmacias de alrededor para comprobar que sus precios son competitivos y están en línea con el mercado.

# Consejos de gestión de la categoría

## Cuidado de manos y pies

- **Formación**

- Forme al equipo en las condiciones que pueden presentar los pacientes y en el producto que trata cada condición, esto le ayudará a que la rotación del producto sea la esperada.

- **Comunicación**

- La comunicación de las promociones en estas subcategorías es muy importante, marque el precio en el lineal y en la pecera, indique claramente hasta que fecha estará vigente la promoción. Con respecto al escaparate los tres fundamentos para que sea efectivo son:

- Monotemático: único mensaje claro y definido.
- Delimitado con un fondo: El objetivo es separar el ambiente creado en el escaparate de lo que ocurre en el interior de la farmacia. El fondo debe tener una altura de 1.5 metros ya que queremos poder ver el interior de la farmacia, para esta separación de ambientes se puede utilizar la cartelería proporcionada por el laboratorio.
- Si el mensaje queda demasiado bajo, debemos disponer de un “alzador” para que el producto no esté en el suelo si no a la altura de la cintura o el pecho.

- Estas subcategorías, como todas las de *Consumer Health* requieren una gestión muy específica de las palancas que fomentan su consumo, involucre al equipo para conseguir el éxito en sus objetivos.

# Evolución del mercado de la farmacia española



**IMS Health**

Junio 2016