



Evolución del Mercado de la farmacia Española

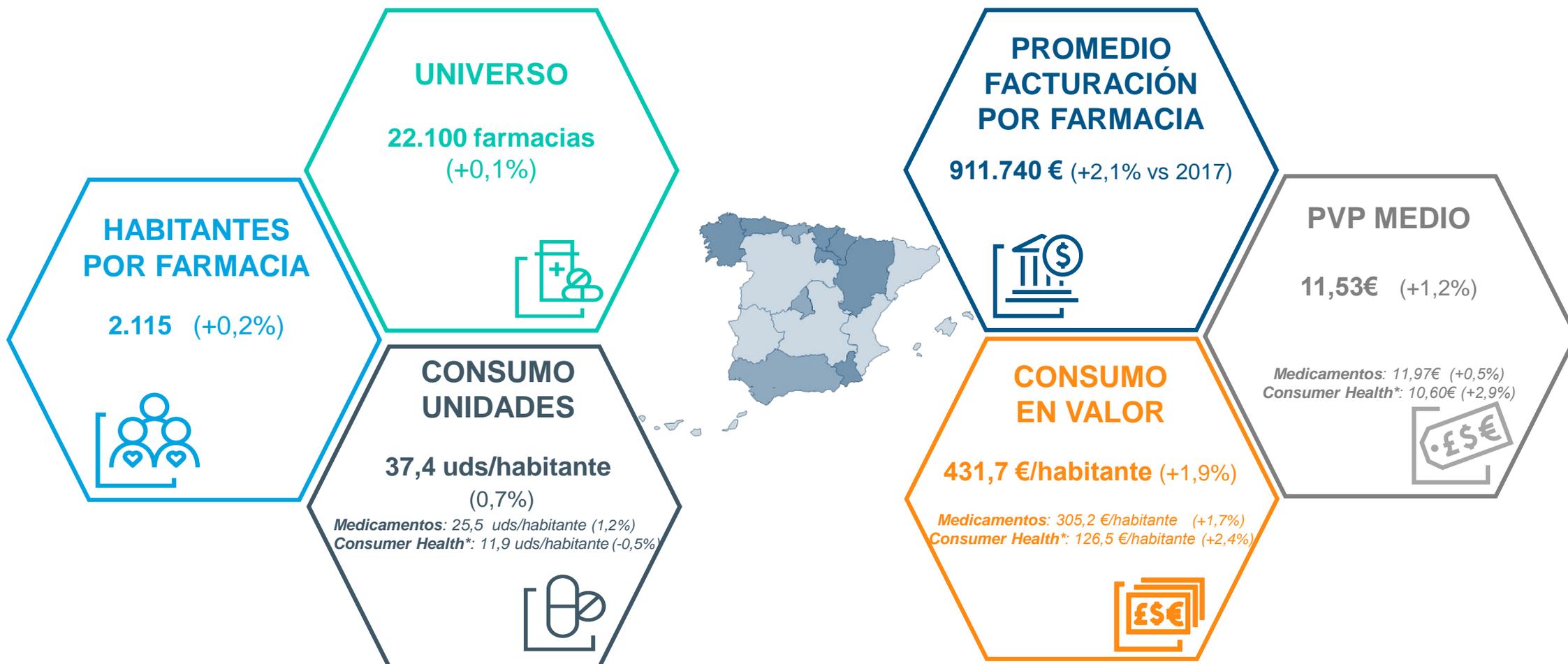
Actualización datos de marzo 2019

Abril 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
 - + El Mercado del frío

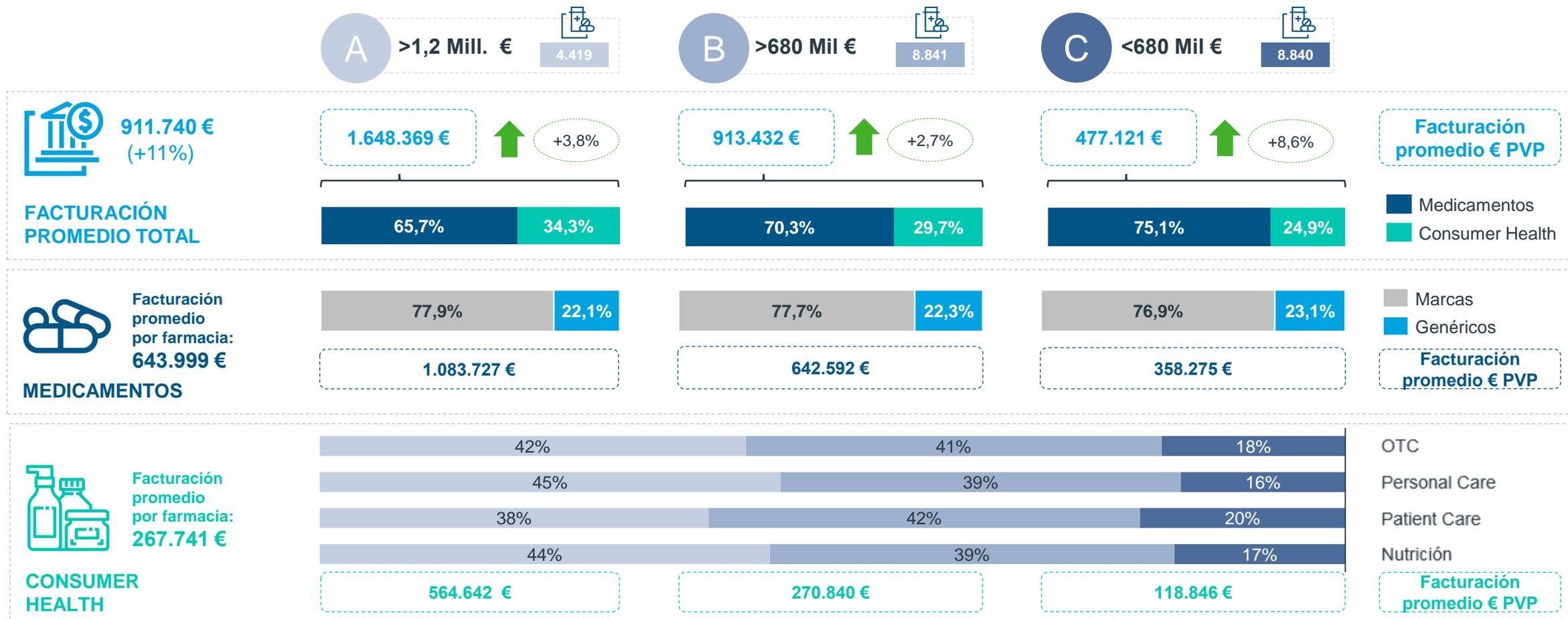
España cuenta con 22.100 farmacias, las cuales facturan de promedio 911K€ con un PVP medio de 11,53€



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

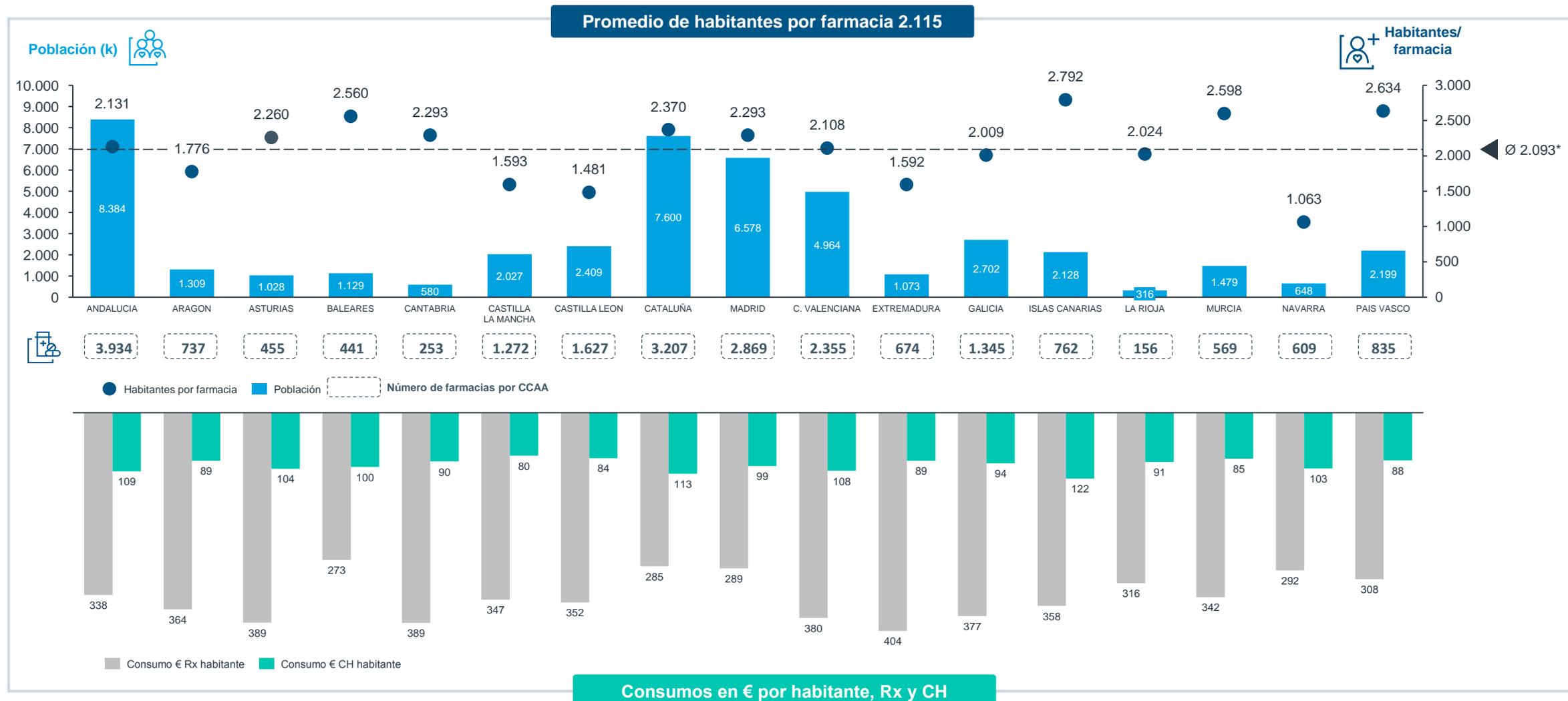
La facturación promedio de una farmacia ha crecido un 11% en los últimos 4 años, el 30% de esta facturación la realizan productos de Consumer Health

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)



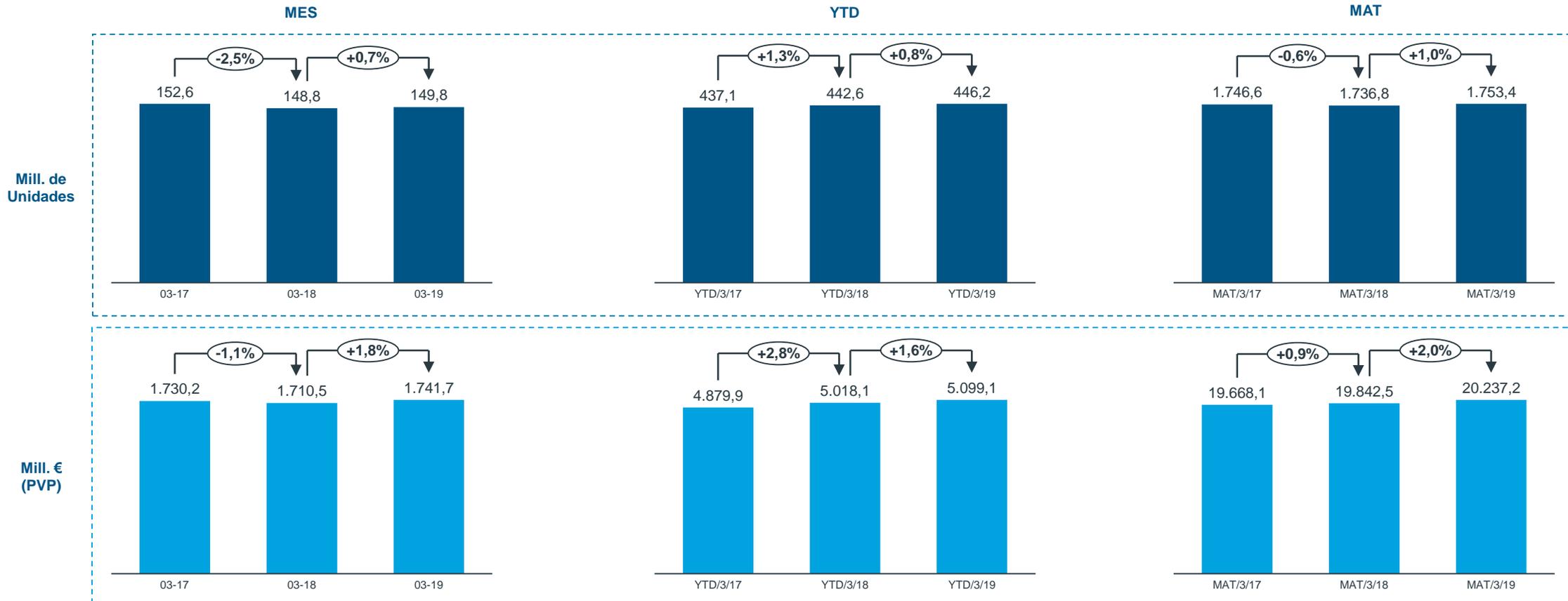
Fuente: datos 2018, los datos de promedio de habitantes por farmacia incluyen Ceuta y Melilla
 *El promedio no incluye Ceuta ni Melilla

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
 - + El Mercado del frío

El mercado farmacéutico presenta un crecimiento del +2,0% en valores y del +1,0% en unidades en el acumulado de los últimos 12 meses

Total mercado farmacéutico

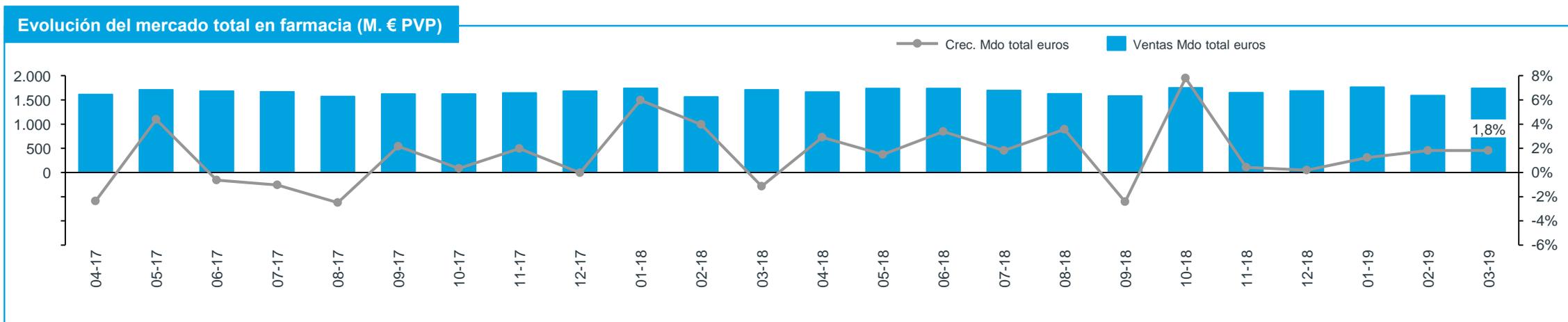
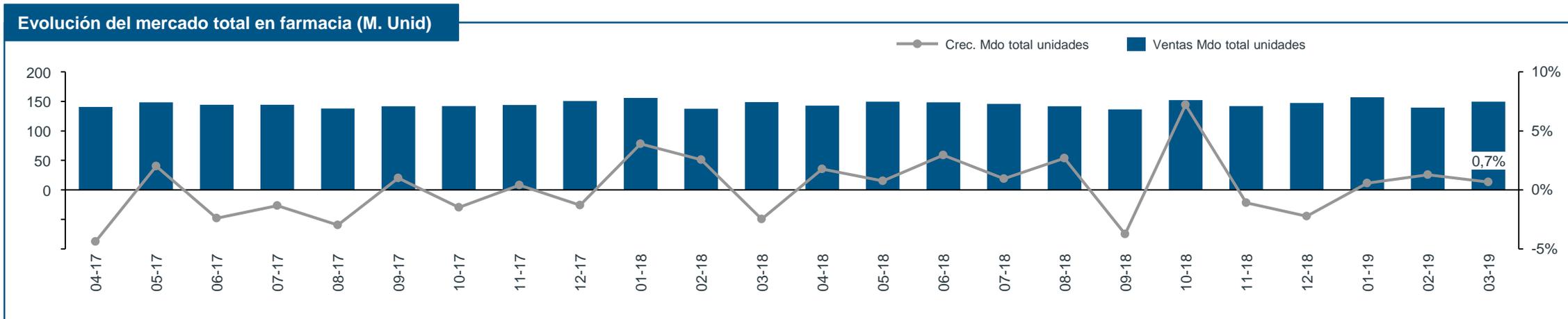


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

*Semieticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

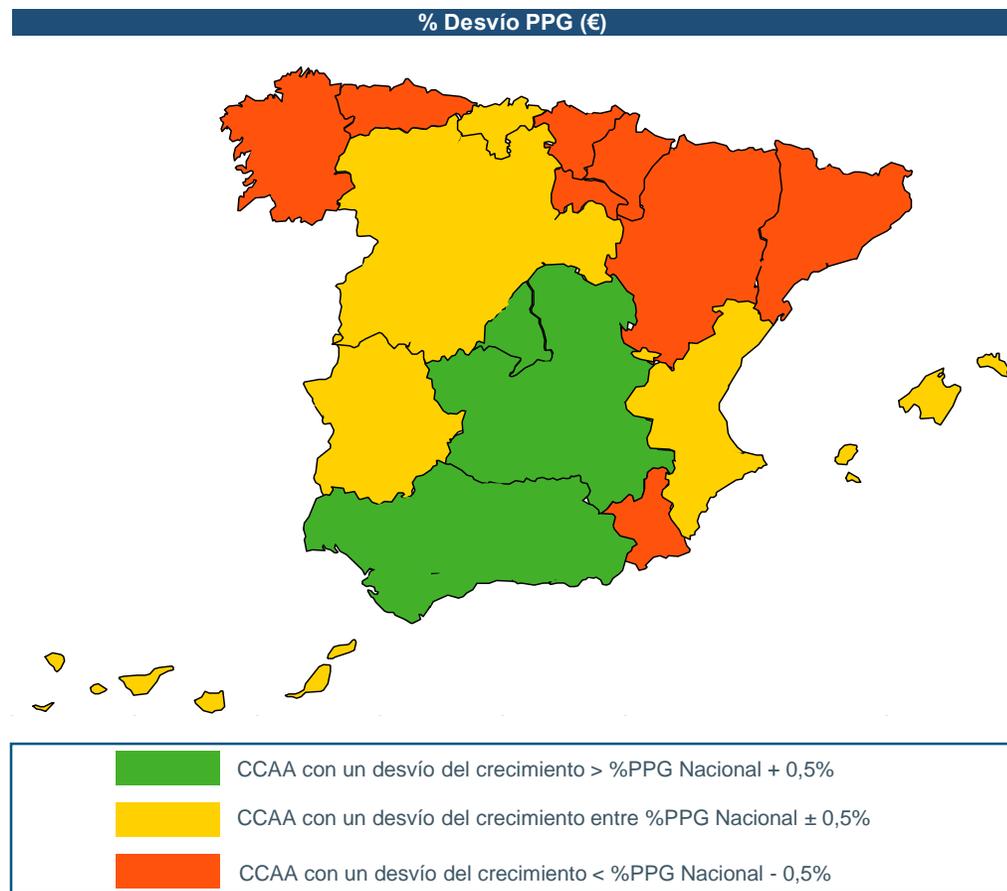
En marzo, el mercado crece tanto en unidades (+0,7%) como en valores (+1,8%)



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

7 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



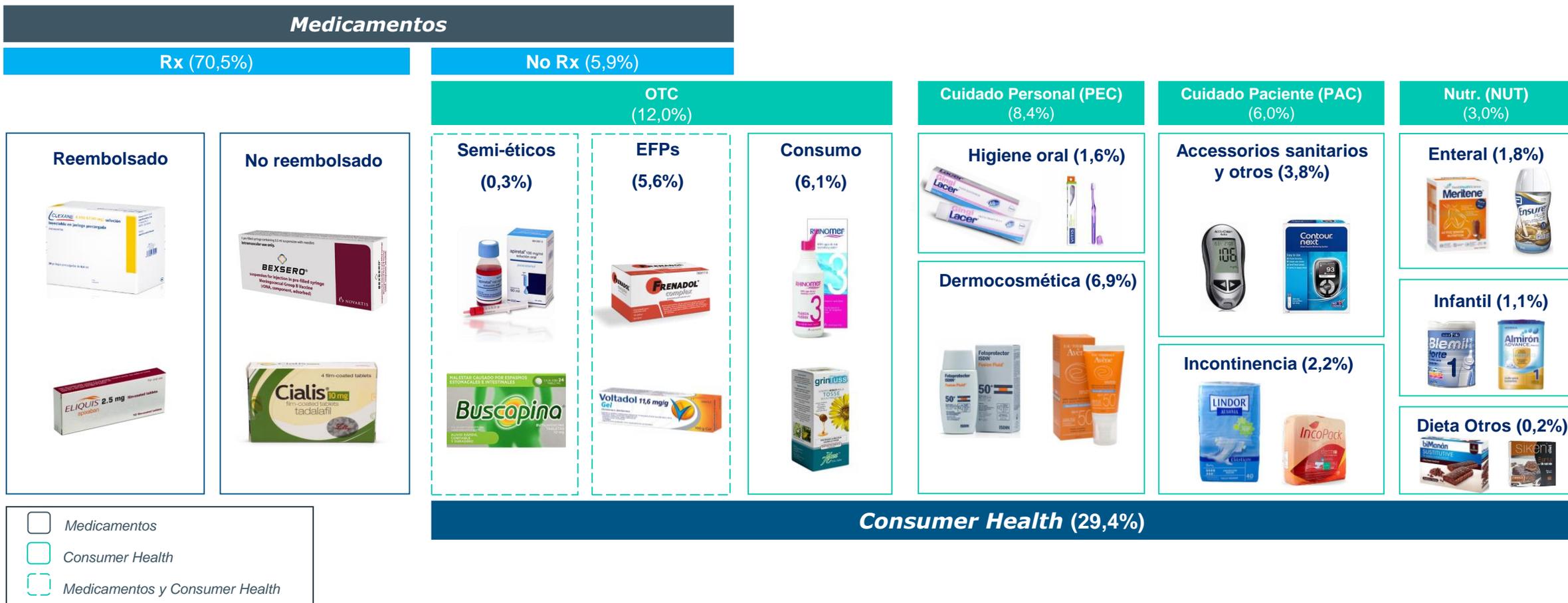
MAT/3/2019	TOTAL MERCADO	
	Crecimiento (%PPG, €)	Aportación al Crecimiento (%, €)
ANDALUCIA	3,5%	32,6%
MADRID	3,2%	20,4%
CASTILLA LA MANCHA	2,5%	5,4%
ISLAS CANARIAS	2,4%	6,2%
BALEARES	2,4%	2,5%
EXTREMADURA	2,3%	3,0%
CANTABRIA	2,2%	1,5%
CASTILLA LEON	1,9%	5,1%
COMUNIDAD VALENCIANA	1,9%	11,5%
CATALUÑA	1,4%	10,7%
ARAGON	0,7%	1,0%
GALICIA	0,6%	2,0%
LA RIOJA	0,1%	0,0%
PAIS VASCO	0,0%	0,0%
MURCIA	-0,5%	-0,8%
ASTURIAS	-0,6%	-0,7%
NAVARRA	-0,8%	-0,5%
TOTAL NACIONAL	2,0%	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
 - + El Mercado del frío

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

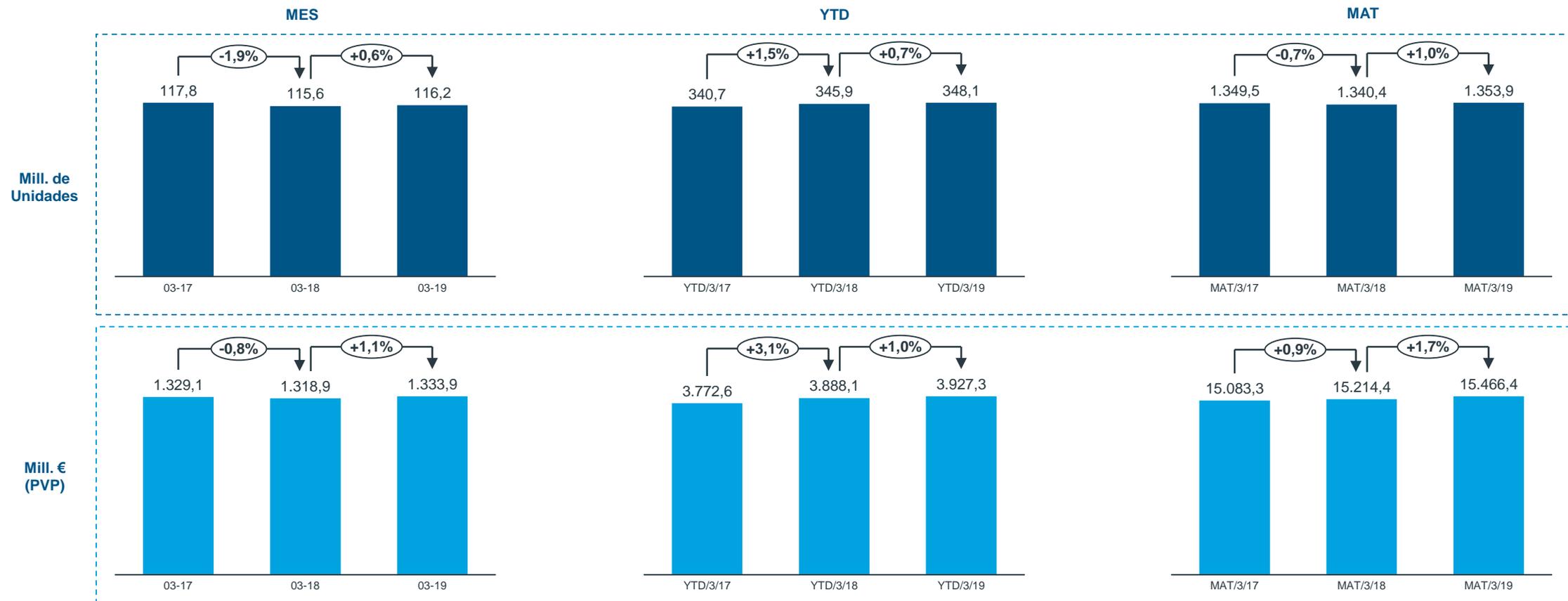
Índice

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

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

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



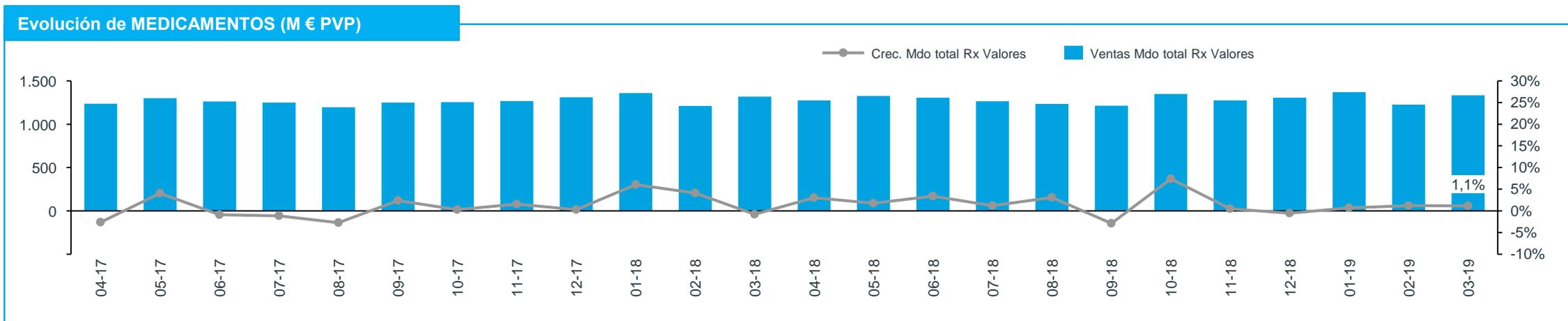
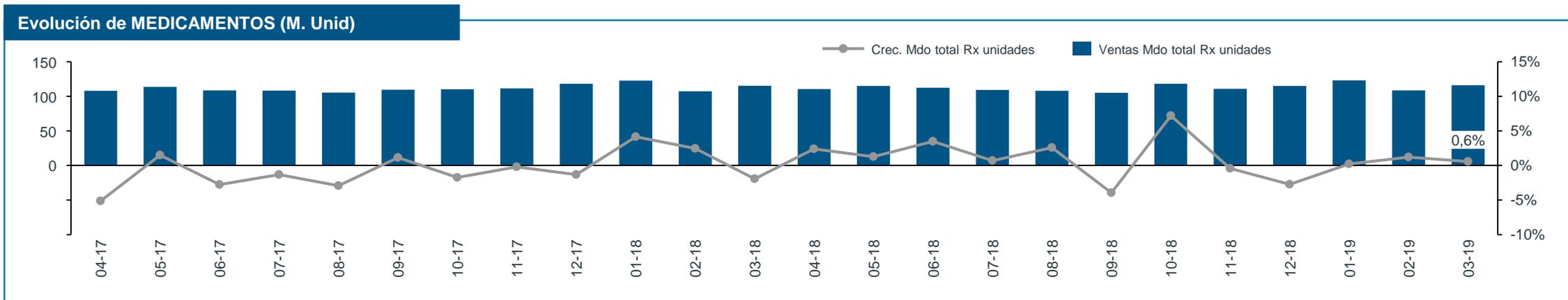
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

*Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

En el mes de marzo el mercado crece tanto en valores (+1,1%), como en unidades (+0,6%) vs el mismo periodo del año anterior

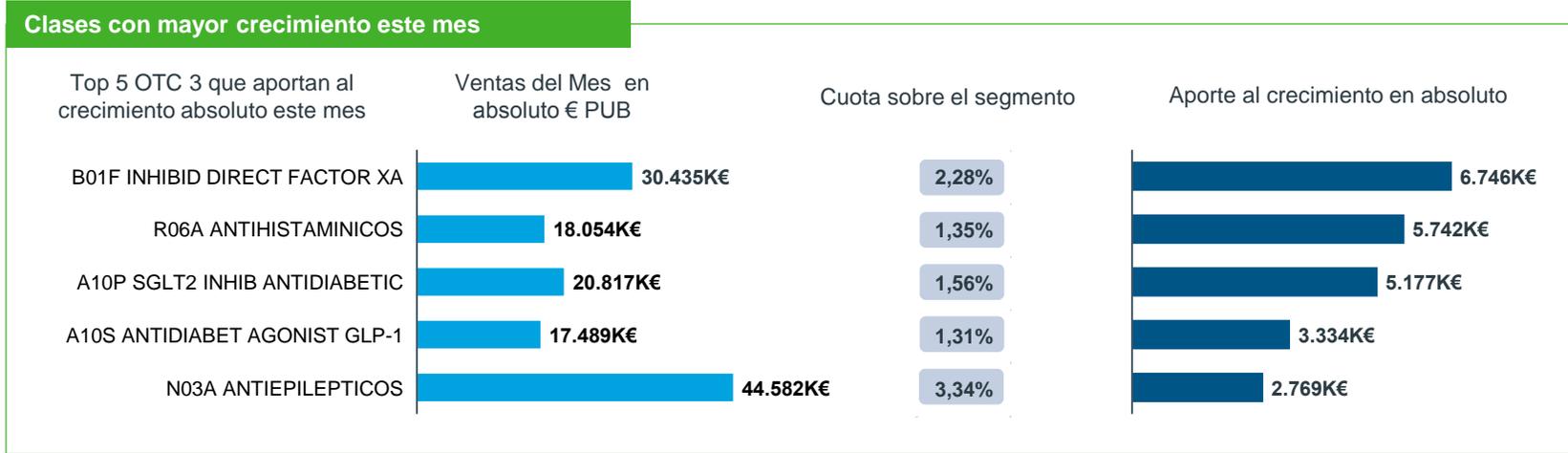
El mercado mantiene la evolución positiva del mes anterior



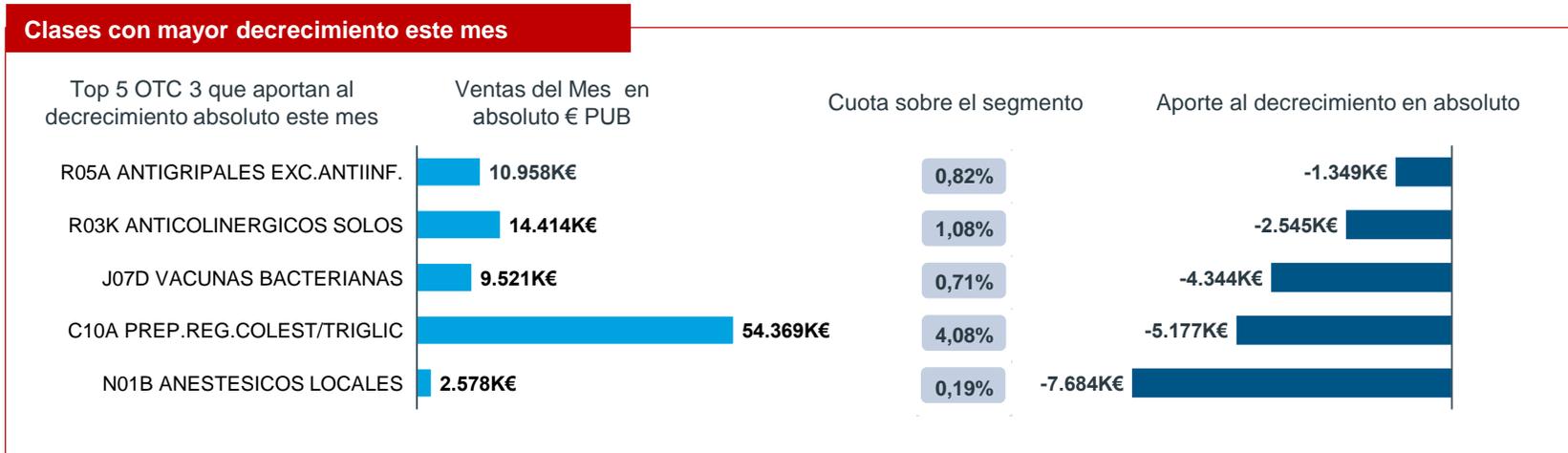
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Seméticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

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

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



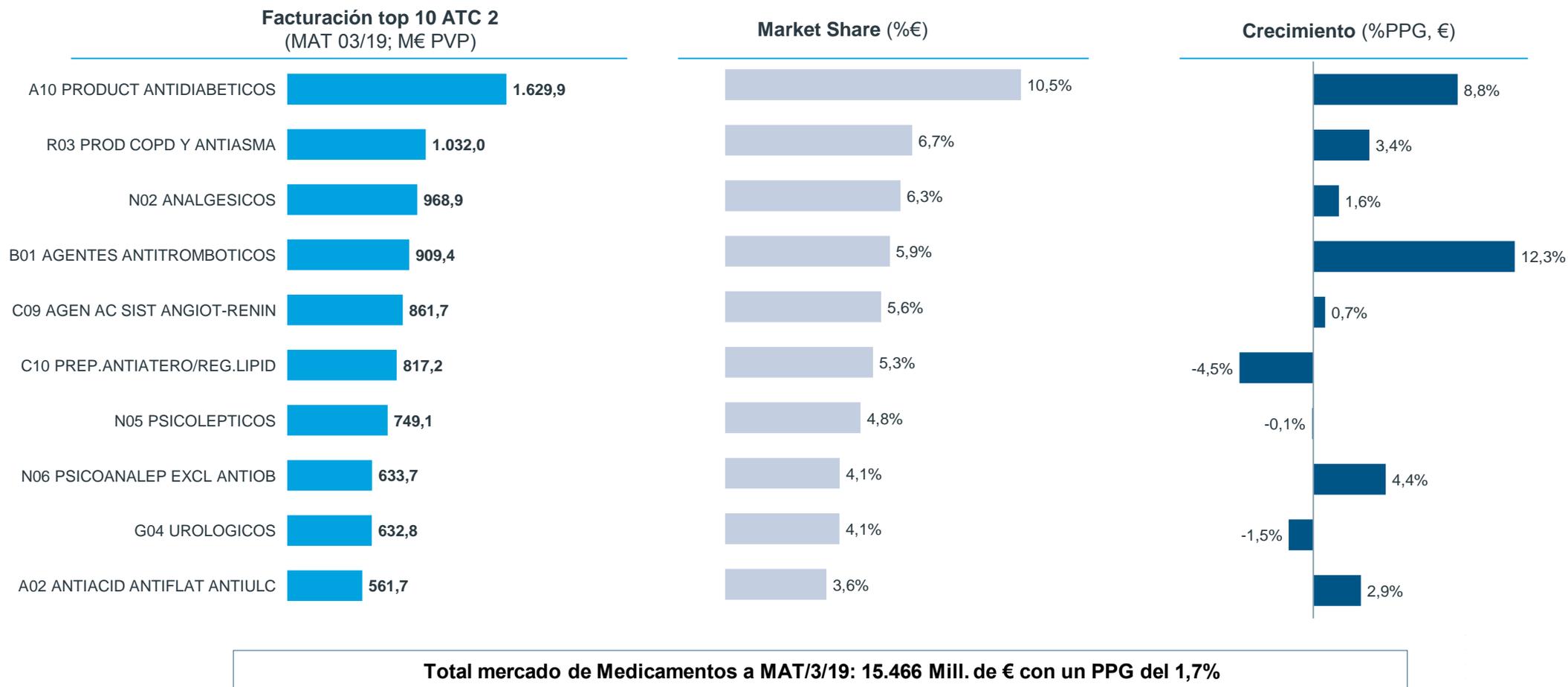
- Los **NACOs crecen 6,7M€**, Eliquis encabeza el crecimiento aportando 2,8M, seguido de Lixiana (2,0M) y Xarelto (1,8M).
- La **segunda clase con mayor aporte al crecimiento son los Antihistaminicos**, las altas temperaturas han contribuido a la subida de ventas de la clase. Los productos que más contribuyen al crecimiento en esta clase son Bilaxten (1,5M) y Ebastel (0,9M).
- Los **Antidiabéticos** inhibidores SGLT2 aparecen en tercer lugar, bajando un puesto respecto al mes pasado.



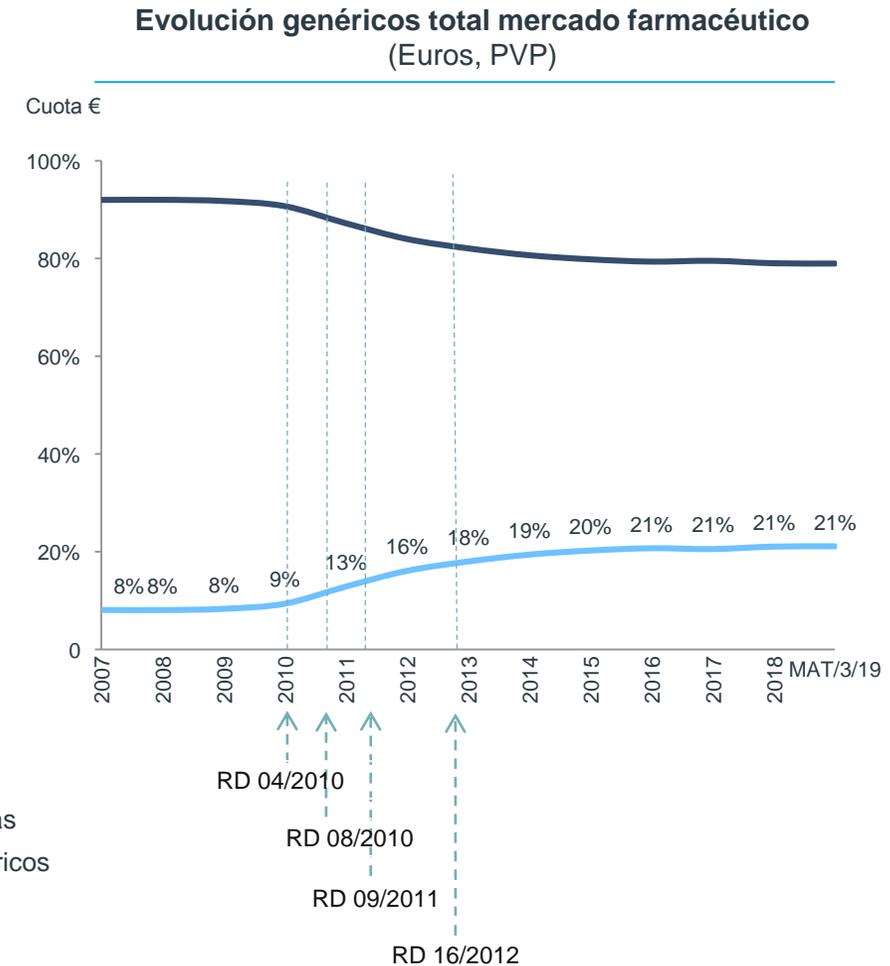
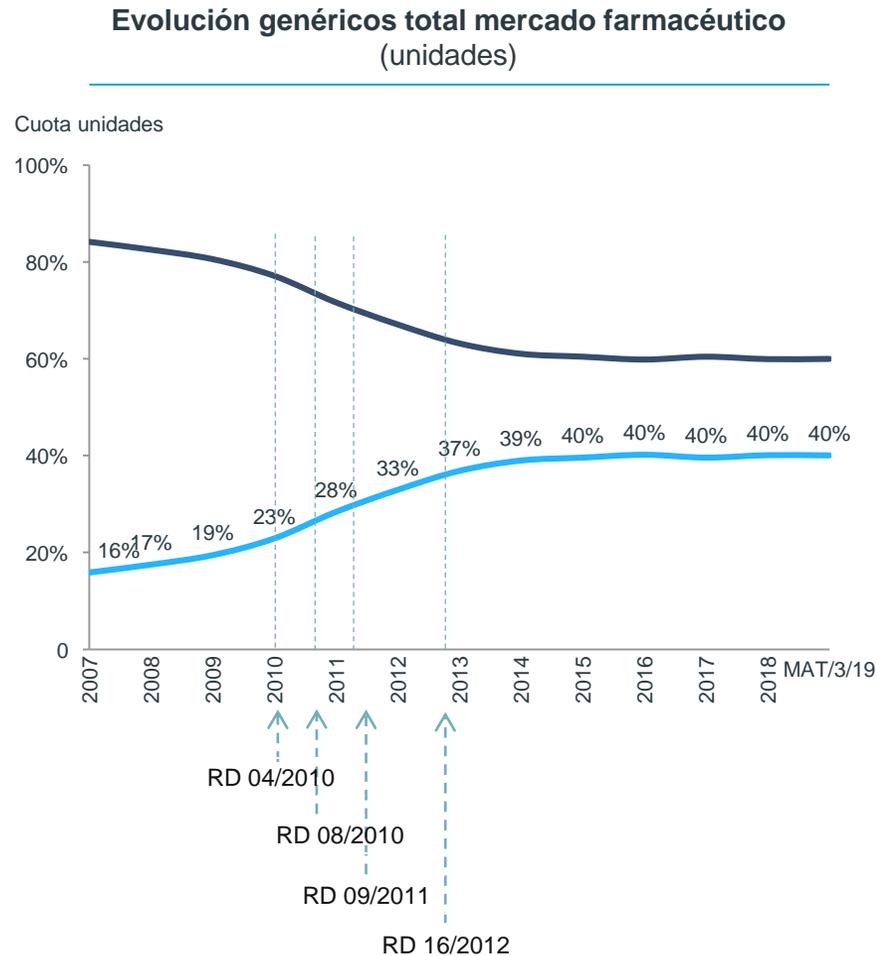
- **Los anestésicos locales son la clase que más contribuyen al decrecimiento**, esta cifra negativa viene promovida por el producto Versatis. A Versatis se le ha impuesto un visado de inspección desde finales de 2018.
- Los **Antigripales** son una de las clases que mas contribuye al decrecimiento en el mes de Marzo. Debido a las altas temperaturas, el mes de Marzo ha tenido un menor índice de procesos virales. Destaca en el aporte al decrecimiento el Frenadol Complex (-1,4M).

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) (14,7%) y la de Antiepilépticos (N03) (7,5%)



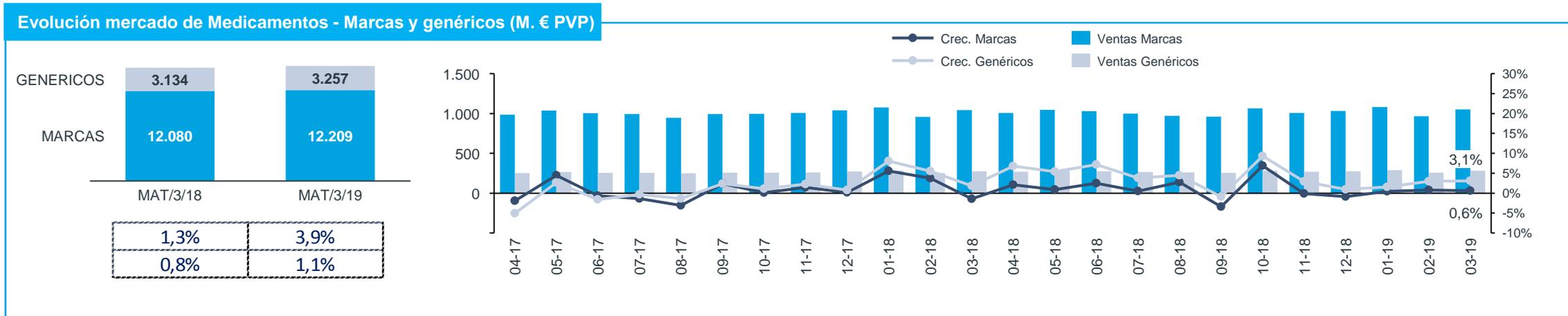
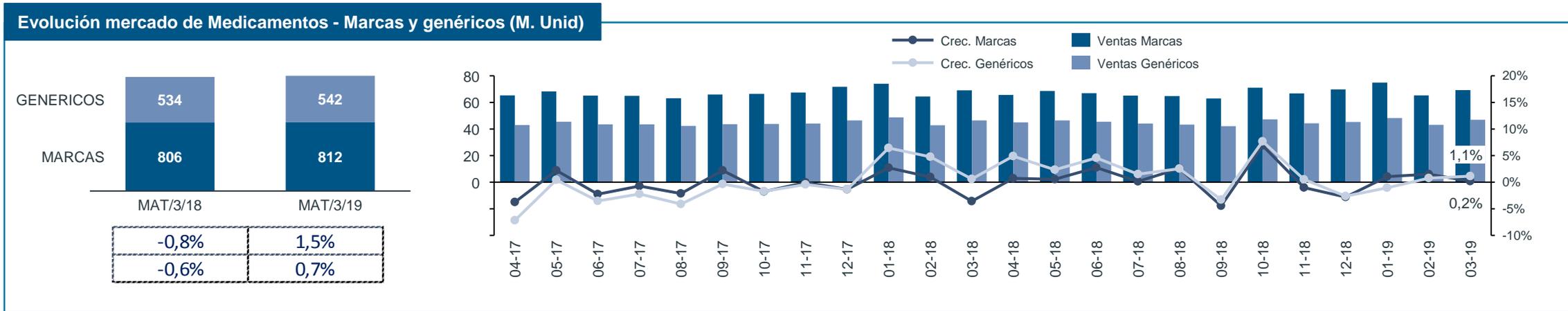
Desde 2015 la penetración de genéricos en el mercado se ha estabilizado en el 40% de cuota en unidades, y este porcentaje baja hasta el 21% en valores



Evolución 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 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

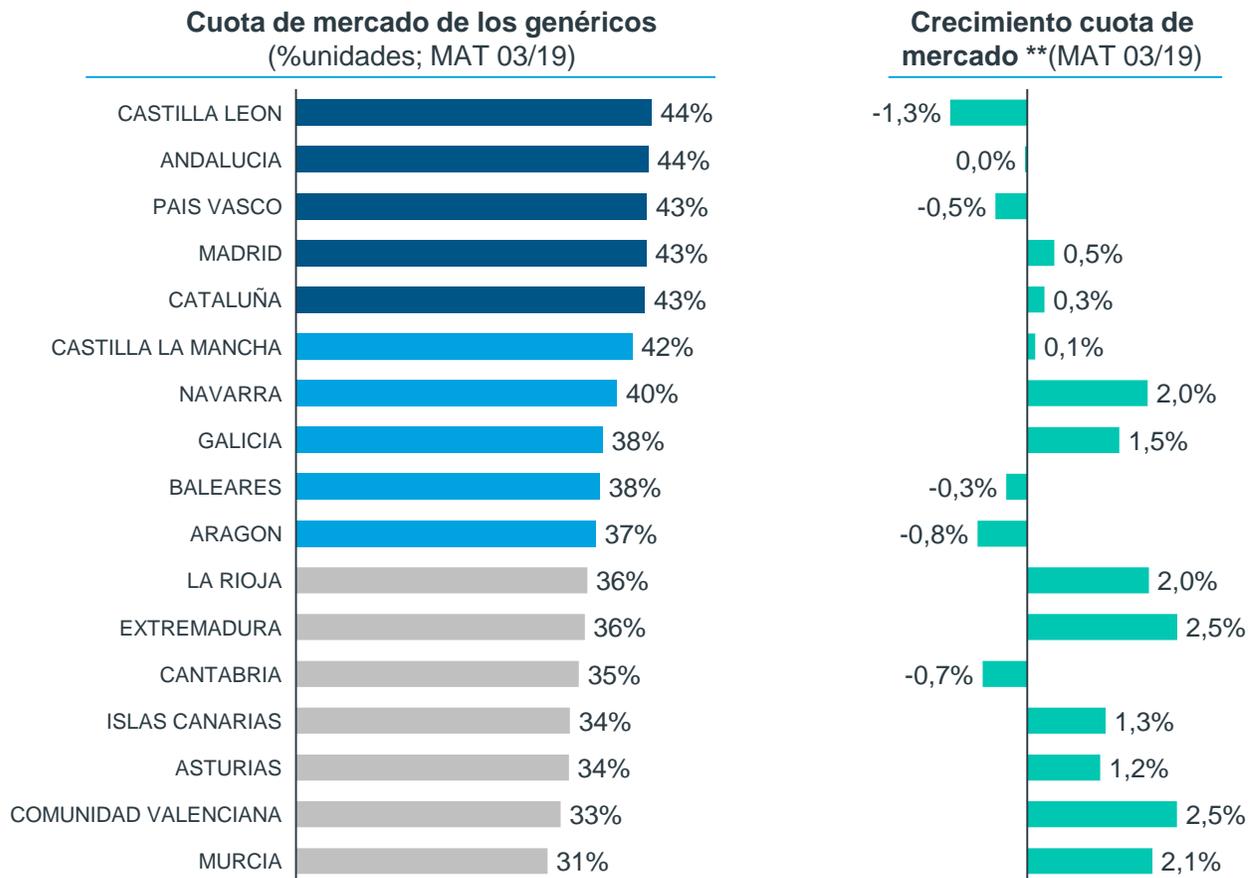
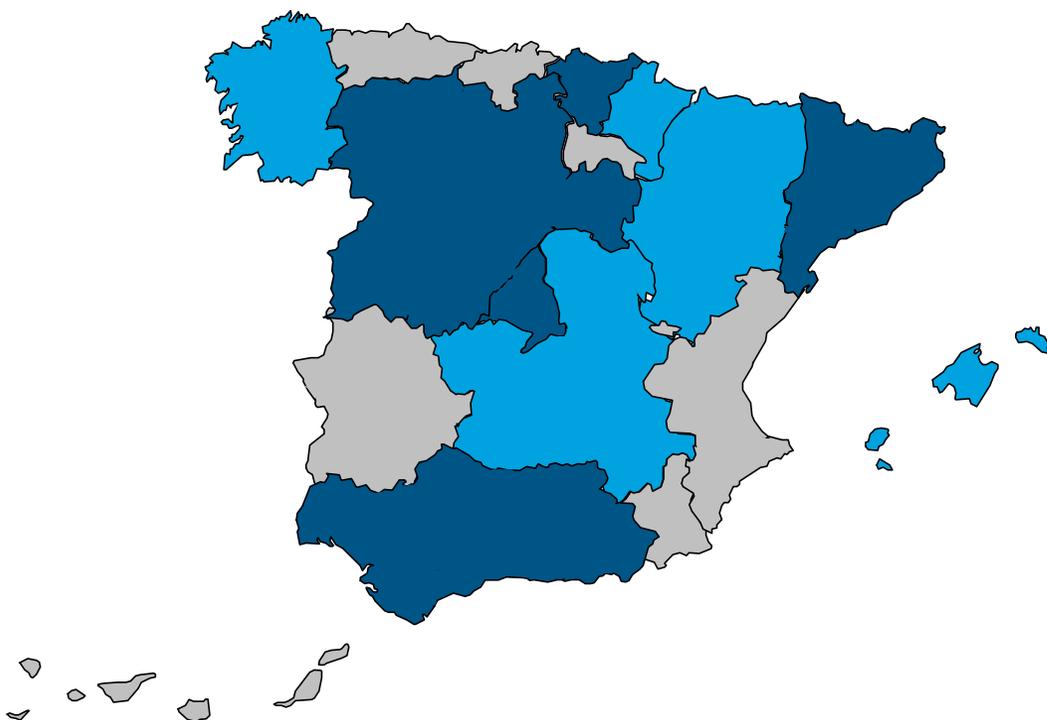


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Semieéticos y EFP's dentro del mercado de medicamentos
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

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 y Madrid son las CCAA con mayor penetración de genéricos

No obstante, en Castilla y León, País Vasco, 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

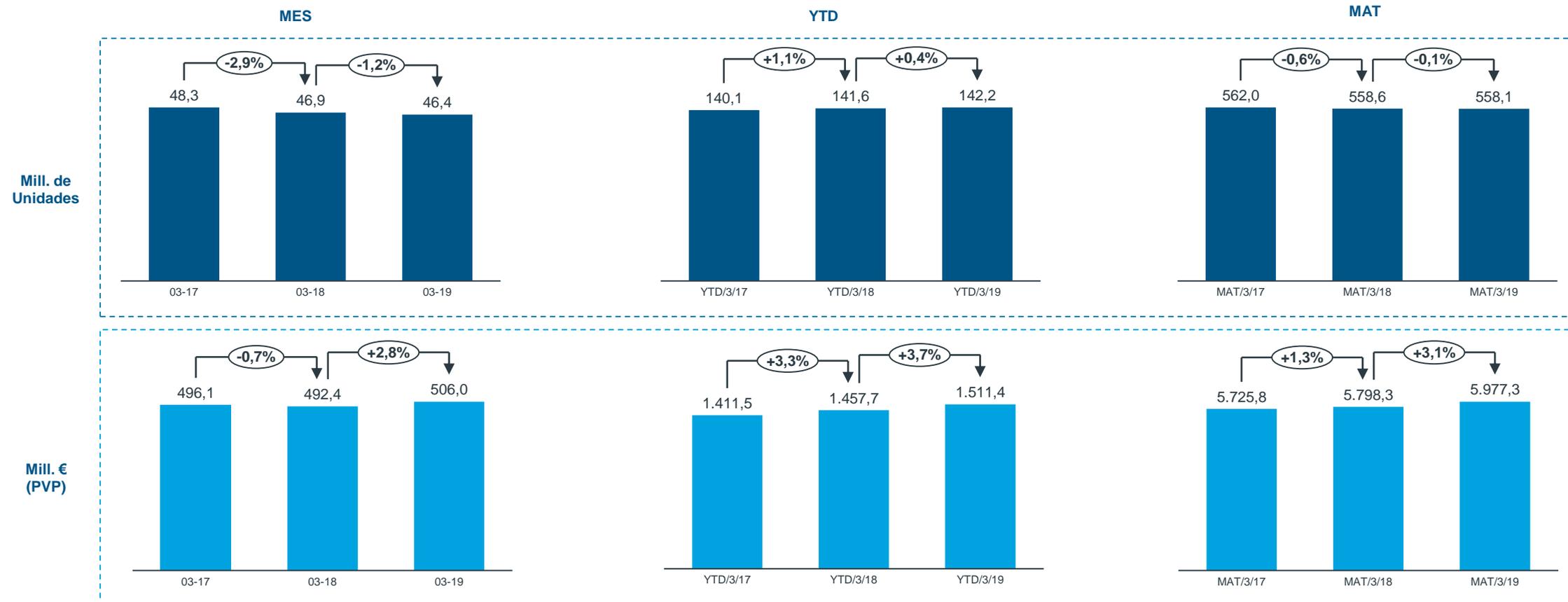
Índice

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

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

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

Mercado de Consumer Health



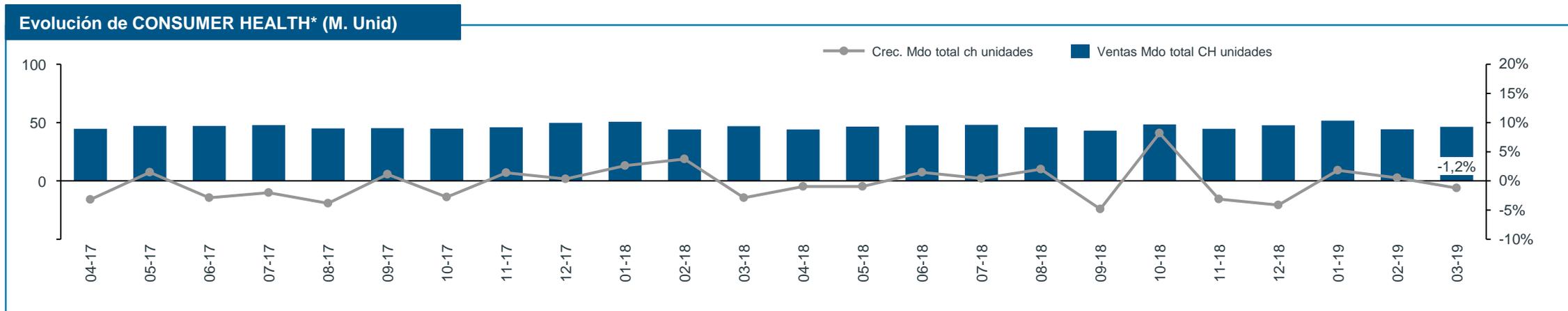
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

*Semieticos 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 marzo un +2,8% en valores y decrece un -1,2% en unidades

El crecimiento en valores mantiene la tendencia positiva del año 2019

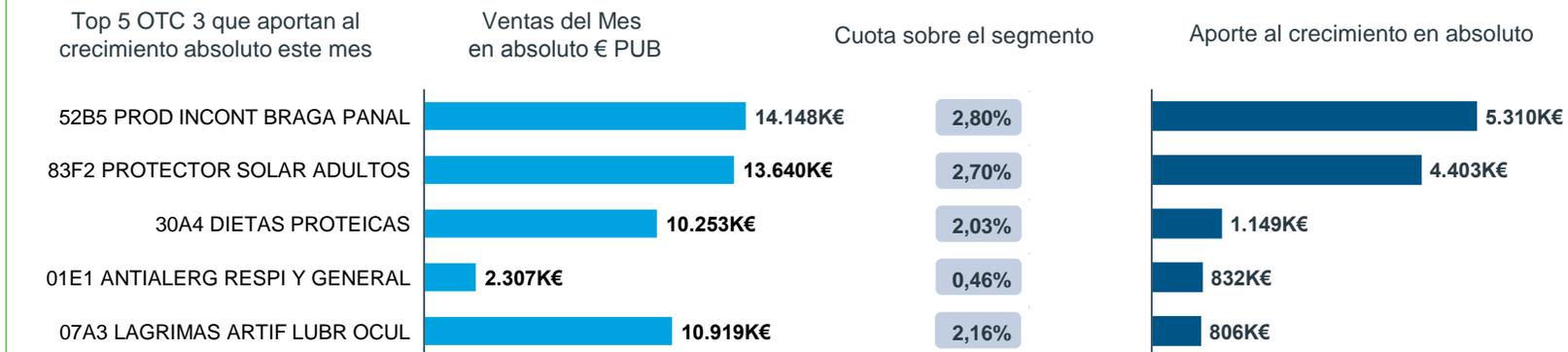


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Seméticos y EFP's dentro del mercado de CH
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

En el mes de marzo, vemos que el cambio de estacionalidad aporta positivamente al crecimiento, crecen solares y productos para la alergia

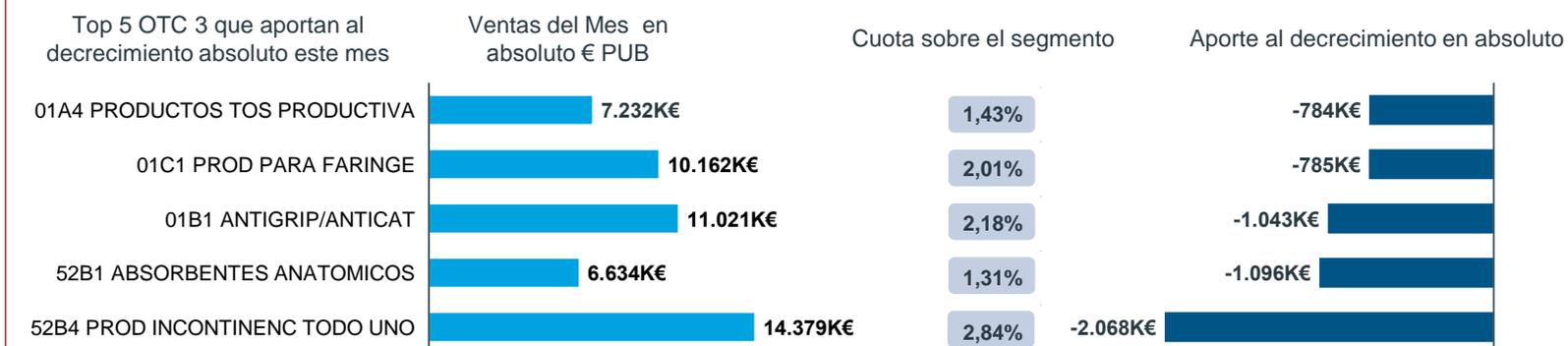
Las clases que más frenan el crecimiento son clases de incontinencia y respiratorio

Clases con mayor crecimiento este mes



- La clase que más crece es la de **Productos para la Incontinencia Braga-Pañal**, contrarrestando el decrecimiento de otros productos de incontinencia. Esto se debe a **la financiación de esta clase** que, por su **comodidad**, ha reemplazado a otros productos para la incontinencia.
- **La clase de productos de protección solar adultos aporta más de 4,4M€ al crecimiento** para este mes de marzo. Esta clase ha tenido un crecimiento de un 47,7% respecto al mismo periodo del año pasado.
- Las dietas proteicas son la tercera clase con mayor aporte al crecimiento, aportando más de 1M al crecimiento de CH para este mes.

Clases con mayor decrecimiento este mes

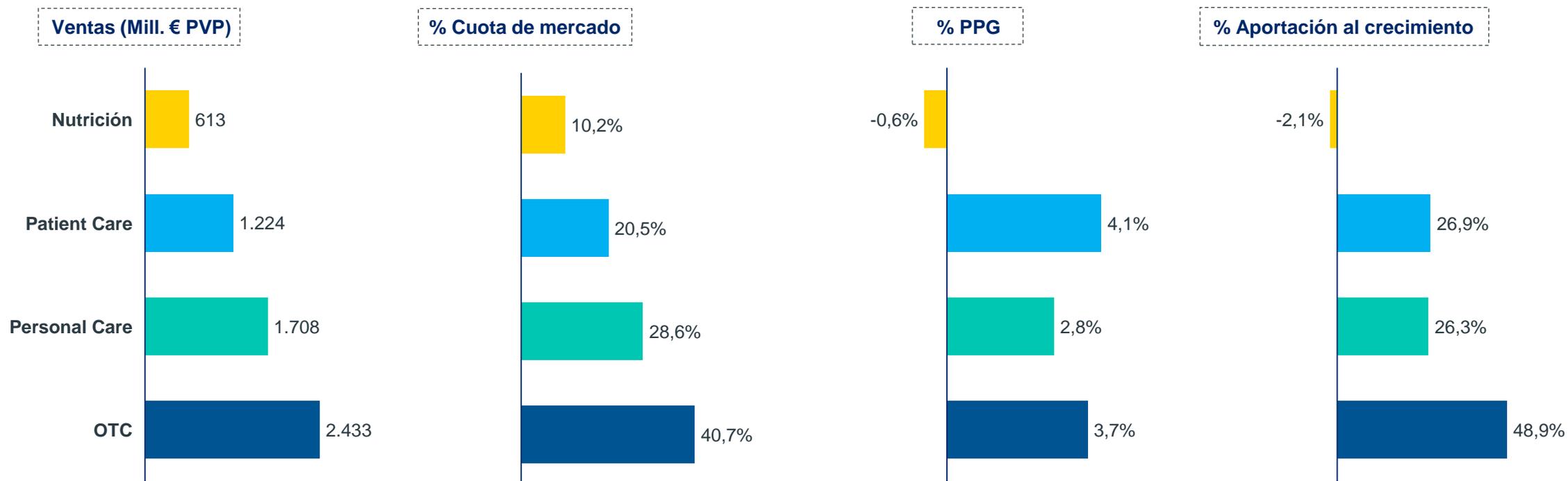


- **3 de las clases que más decrecen este mes están relacionadas con el sistema respiratorio.** Según la AEMet ha sido el mes de marzo con la media de temperaturas máximas más alta del siglo, superando en 0,4 °C al anterior registro de 2012. Estas temperaturas inhabituales habrían frenado el crecimiento de las clases relacionadas con el mercado del frío.
- Los **absorbentes anatómicos** y los productos para incontinencia todo en uno son las clases terapéuticas con mayor decrecimiento este mes.

El 48,9% 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 valores negativos como los periodos anteriores

Mercado de Consumer Health (Mill.€ PVP, 2019)

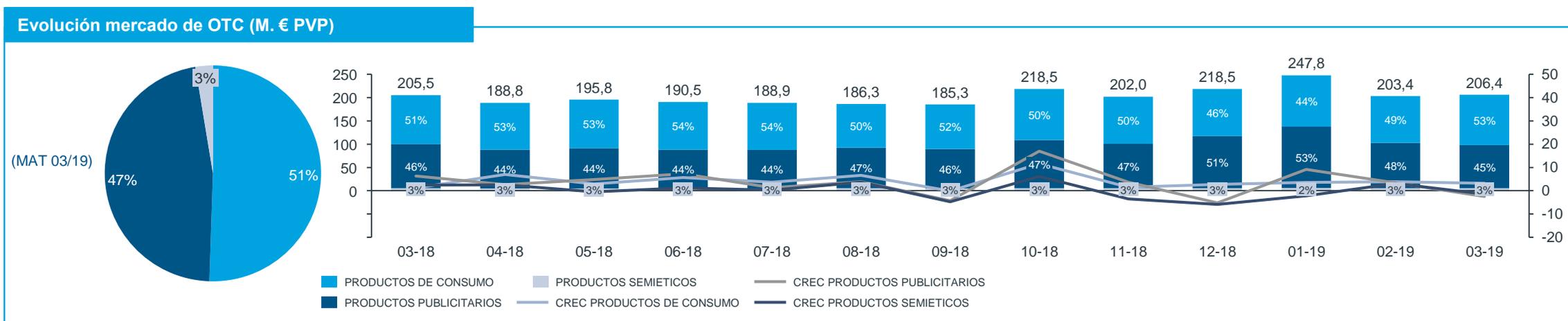
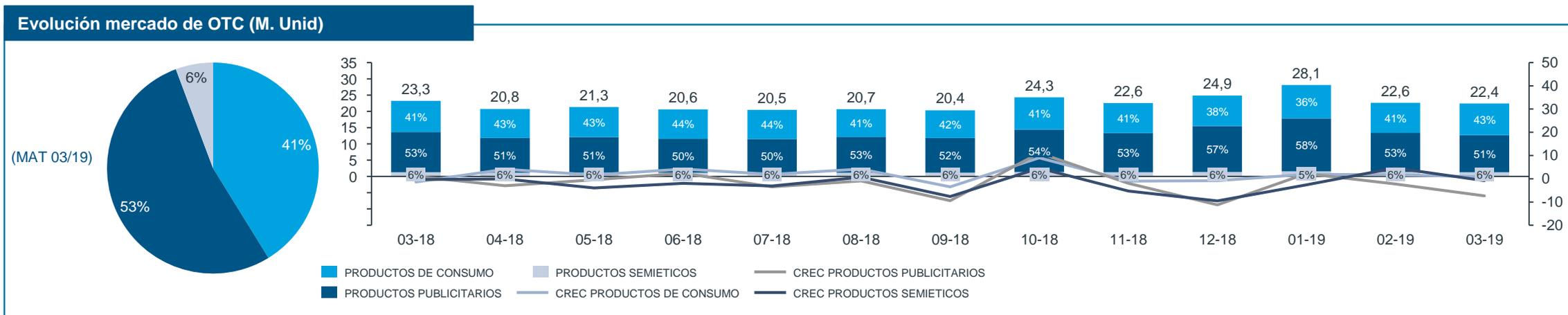


Total mercado Consumer Health a MAT/3/19: 5.977 Mill. de € con un PPG del 3,1%

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

Del segmento OTC, los productos de consumo son los que presentan un mayor crecimiento durante el mes de marzo (+3,2% en valores)

Los productos publicitarios revierten la tendencia de meses anteriores, decreciendo un -2,5% en valores vs el mismo periodo del año pasado

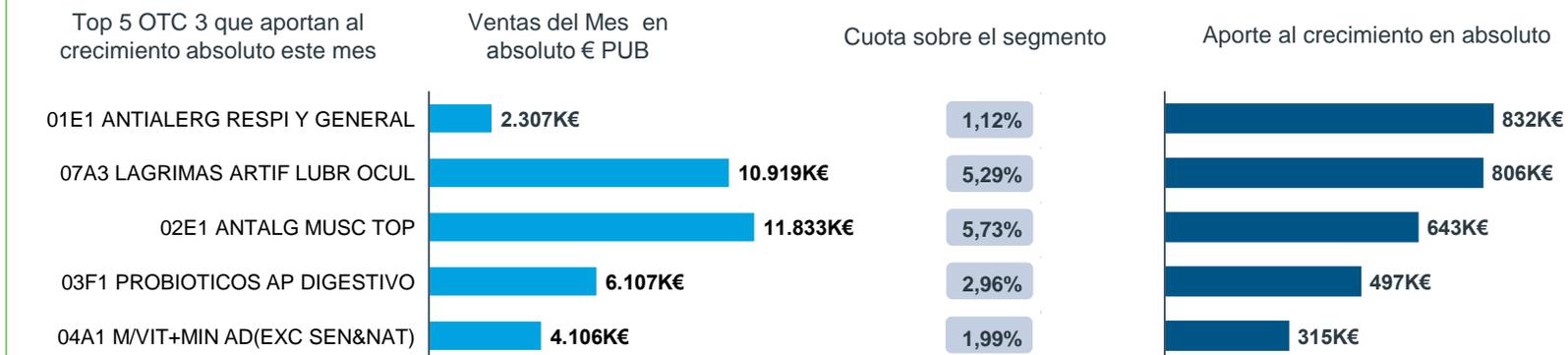


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 *Seméticos y EFP's dentro del mercado de OTC
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

Los antialérgicos aportan 0,8M€ al crecimiento del mercado Consumer Health este mes de marzo

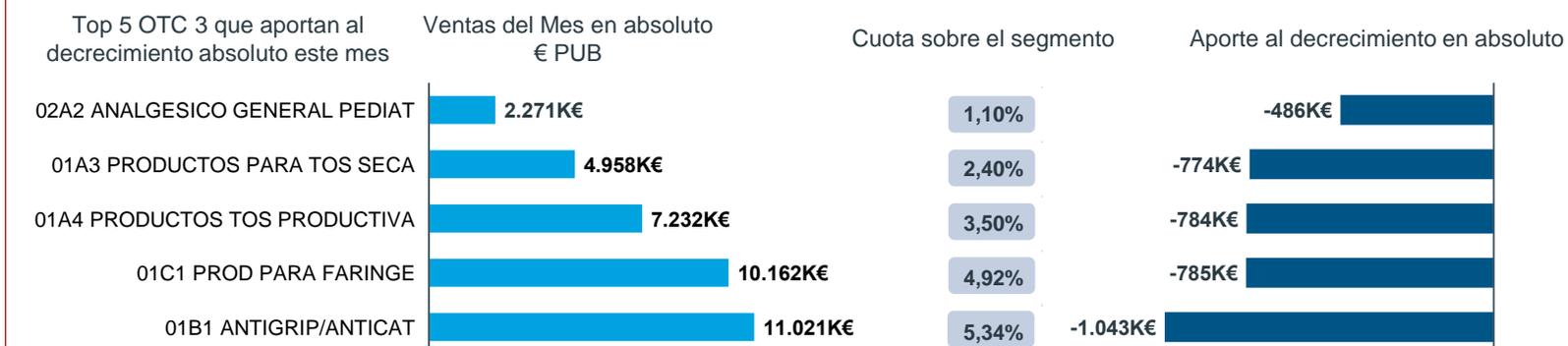
Además de productos estacionales, destaca positivamente la clase de antálgicos musculares tópicos

Clases con mayor crecimiento este mes



- Rino ebastel, Flonase, Reactine plus, Respibien y Rhinospray antialérgico ocupan las posiciones **top 5 productos de la clase Antialérgicos respiratorios y generales (01E1)**. Todos ellos muestran crecimientos muy positivos, impulsando el crecimiento de esta clase. Las **altas temperaturas** del mes de marzo han contribuido a la **subida de las ventas de los antihistamínicos**.
- En la clase de **Lágrimas artificiales y lubricantes oculares** vemos que **los top 5 productos crecen**, y todos ellos lo hacen a doble dígito.

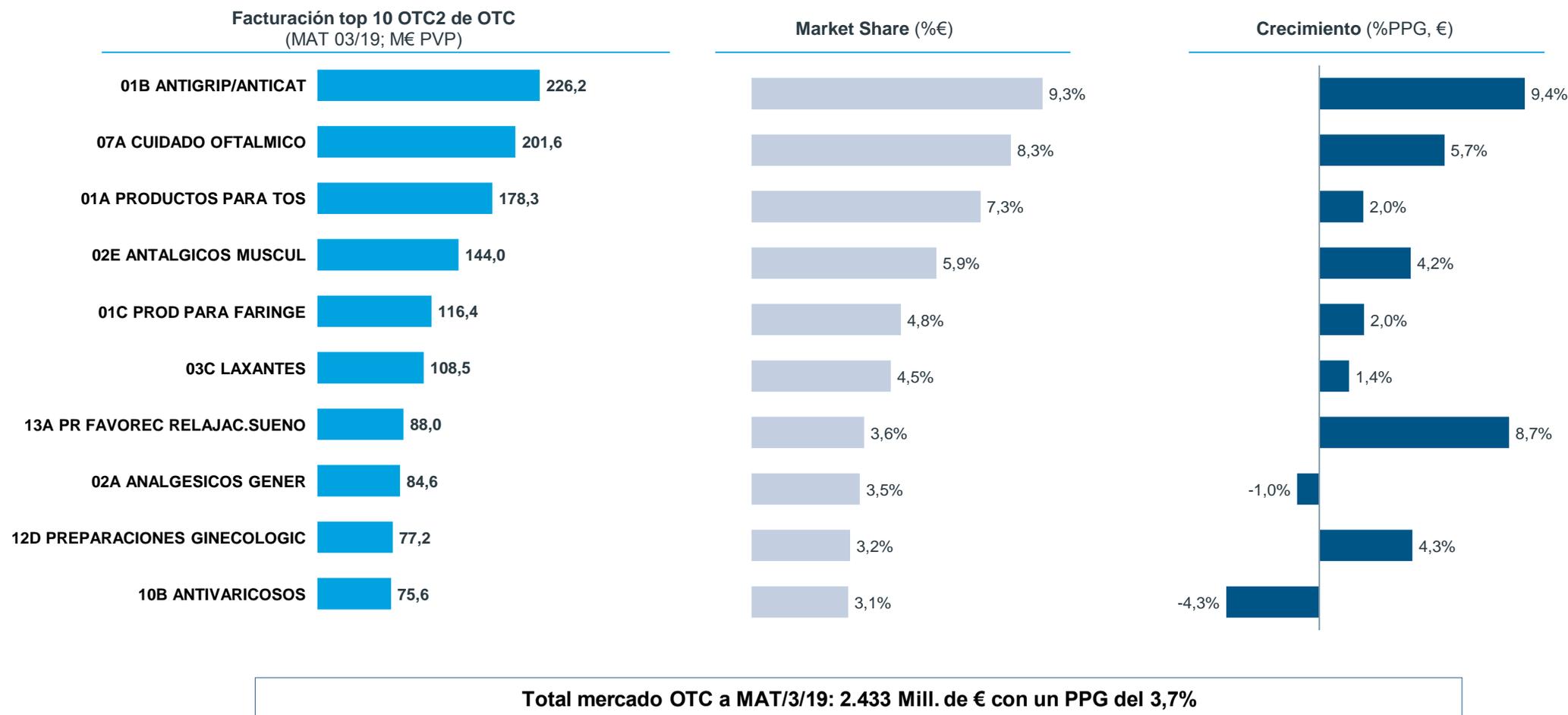
Clases con mayor decrecimiento este mes



- 4 de las 5 clases con mayores decrecimientos están relacionadas con el mercado del frío. **Las altas temperaturas de este mes de marzo podrían explicar la caída de estas clases estacionales**.
- La clase que más aporta al decrecimiento del segmento de OTC es la clase de **Antigripales/Anticatarreles**, decreciendo más de 1M€. Los top 5 productos de esta clase (Frenadol complex, Frenadol descongestivo, Couldina, Pharmagrip y Bisolgrip) decrecen >40% vs marzo 2018.

En los últimos 12 meses, 8 de las Top OTC2 evolucionan positivamente en valores, siendo los Analgésicos y los Antivaricosos los únicos que decrecen

3 de las Top 10 categorías pertenecen al mercado del frío



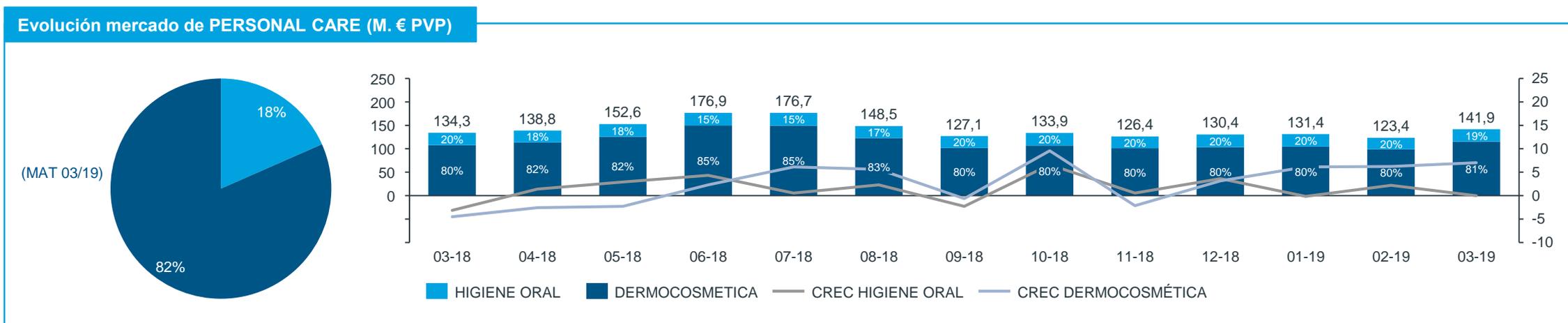
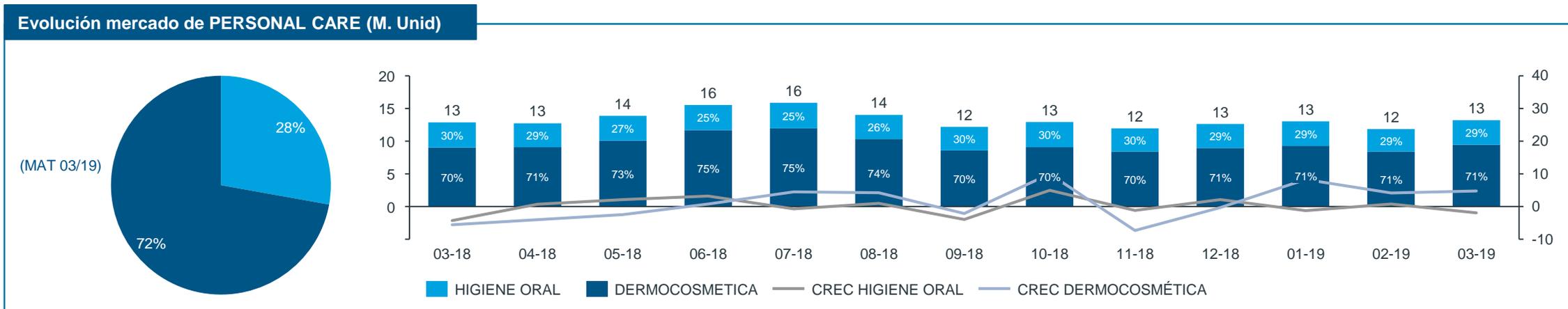
Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)

*Semieticos y EFP's dentro del mercado de OTC

Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias

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

El segmento de higiene oral decrece un -1,9% en unidades y se mantiene flat en valores 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

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

Decrecen las clases de maquillaje facial, contornos de ojos y dentífricos para adultos, entre otras

Clases con mayor crecimiento este mes



- En el mes de marzo, las temperaturas han sido más altas de lo habitual. Además, la alta concienciación de las enfermedades relacionadas con el sol y los deportes de invierno pueden explicar los **crecimientos en las clases de Protectores solares de adultos (+47,7%) y de niños (+64,7%)**. En estas clases destacan los crecimientos de los Top laboratorios: Isdin, Cantabria Labs, Avene y La Roche Posay, creciendo a doble dígito.
- En la clase 82B5, 3 de los top 5 productos son de **Martiderm**.

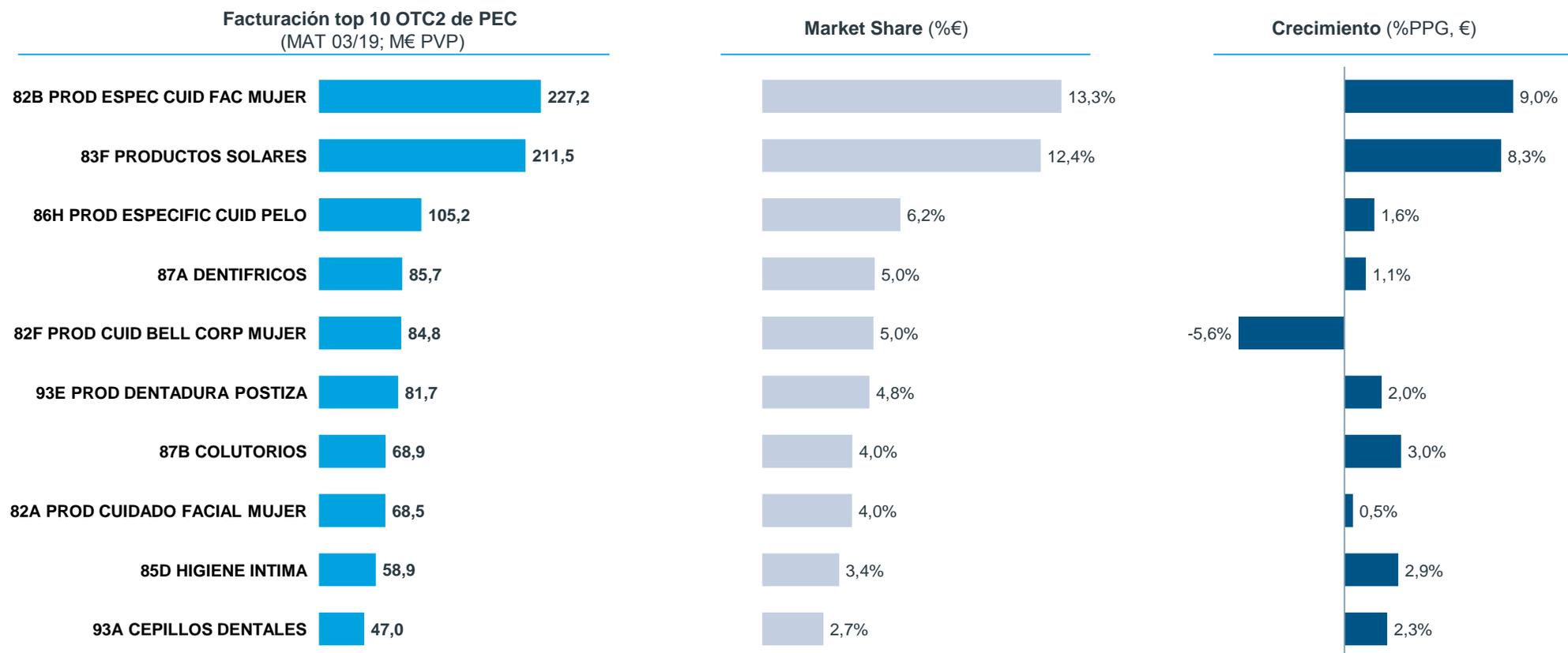
Clases con mayor decrecimiento este mes



- Los decrecimientos en el segmento PEC son menos importantes en cuanto a valores, ya que **el peso que tienen las top 5 clases que aportan al decrecimiento es bajo** en relación a las clases que aportan crecimiento. Esto explica la evolución positiva de este segmento en valores para el mes analizado.

9 de las Top 10 clases de PEC crecen, siendo la de productos para el cuidado y belleza corporal de la mujer la única que decrece (-5,6%)

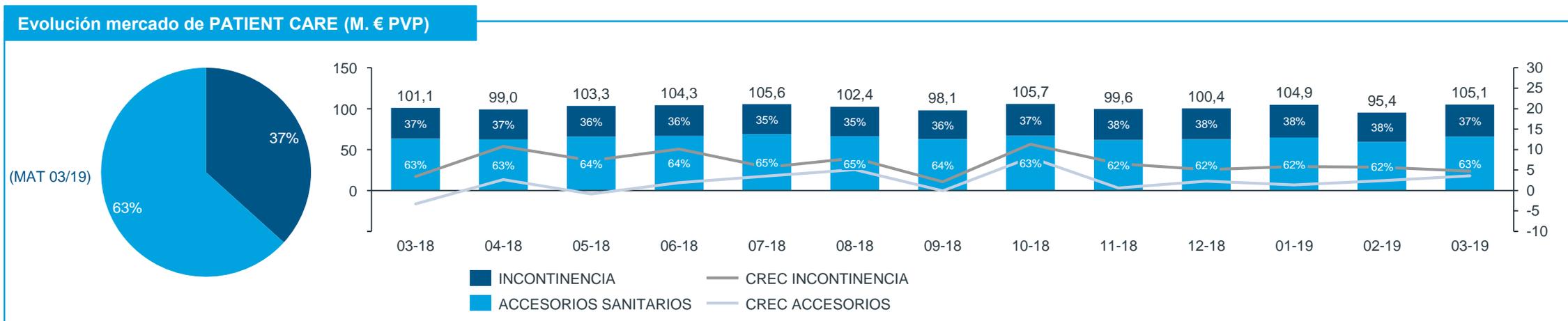
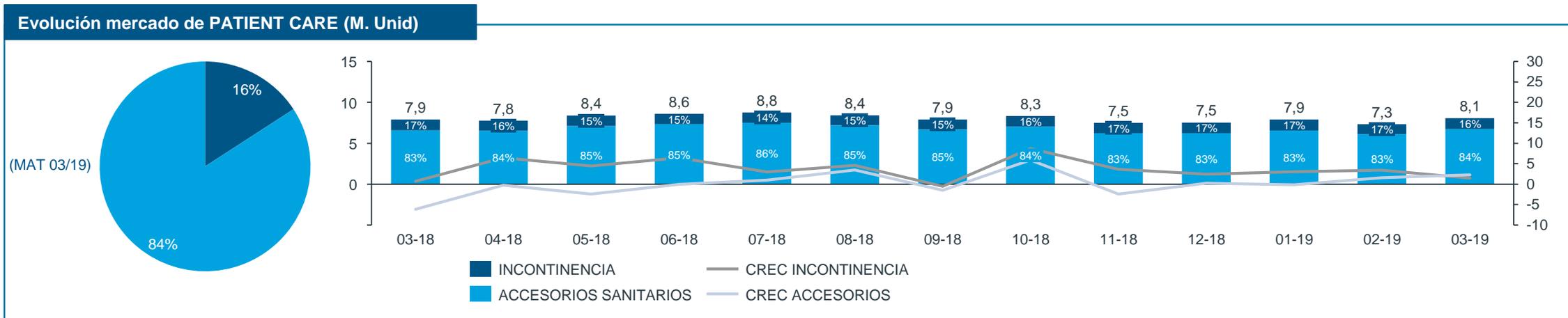
Martiderm y Eucerin son las 2 de las top 5 Marcas que crecen a doble dígito



Total mercado PEC a MAT/3/19: 1.708 Mill. de € con un PPG del 2,8%

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

En el mes de marzo, los productos para Incontinencia tipo Braga-Pañal aportan 5,3M€ al crecimiento del segmento PAC

Los productos para Incontinencia Todo en Uno decrecen más de 2M€, 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	14.148K€	13,46%	5.310K€
47A1 APOSITOS AVANZ TECNO BASE	3.482K€	3,31%	523K€
58D1 CALCETERIA ELAST VARICES	2.937K€	2,79%	319K€
50A4 BOLSAS/PAQUET COLOSTOMIA	4.971K€	4,73%	308K€
50A5 BOLSAS/PAQUET ILEOSTOMIA	2.659K€	2,53%	231K€

- En marzo, la clase con mayor aporte al crecimiento del segmento PAC es la 52B5 con **Productos para la incontinencia Braga Pañal, creciendo 5,3M€**. 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 22%, esto se debe a **la financiación de esta clase** que, por su **comodidad**, ha reemplazado a otros productos para la incontinencia.

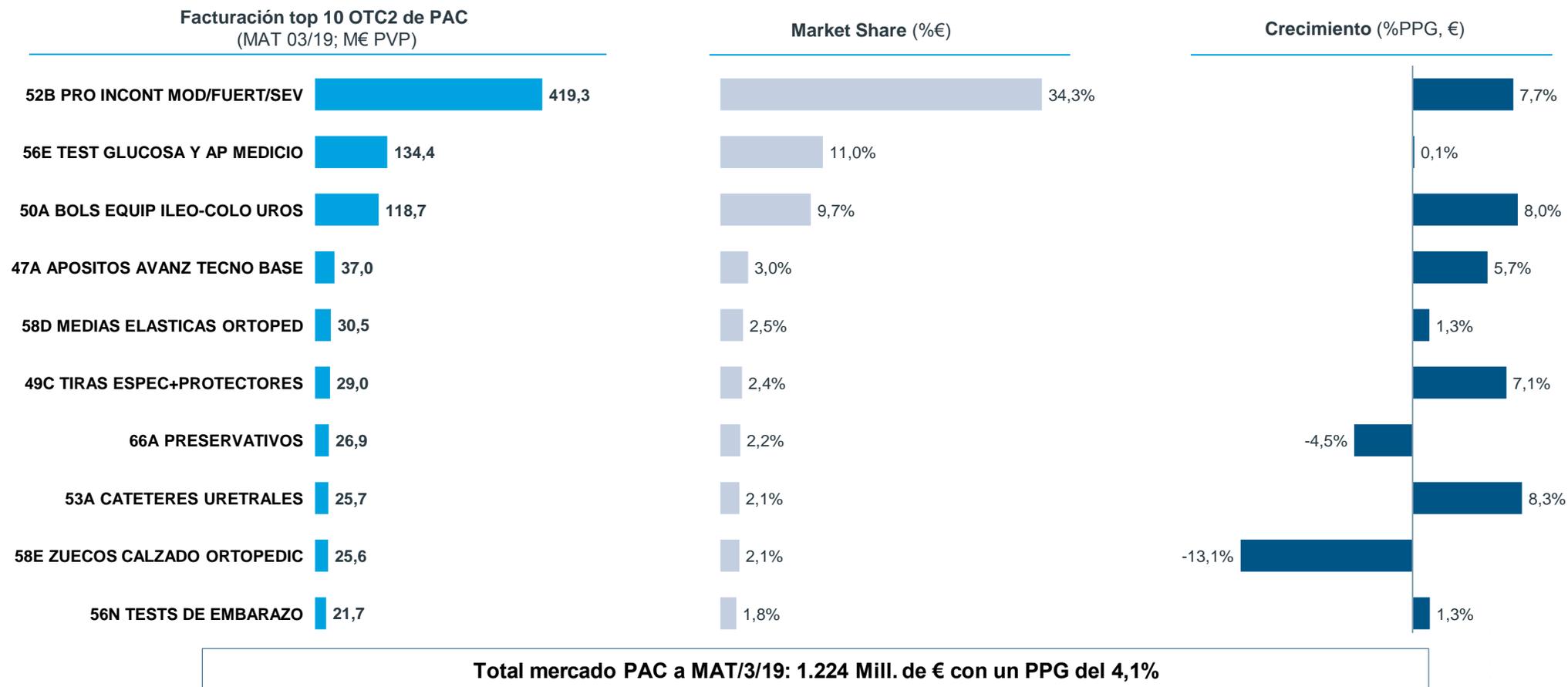
Clases con mayor decrecimiento este mes

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	1.726K€	1,64%	-154K€
66A1 PRESERVATIVOS	2.054K€	1,95%	-198K€
58E9 OTR ACCESOR CORRECT PIES	1.656K€	1,58%	-253K€
52B1 ABSORBENTES ANATOMICOS	6.634K€	6,31%	-1.096K€
52B4 PROD INCONTINENC TODO UNO	14.379K€	13,68%	-2.068K€

- Decrecen más de 2M€ los Productos para incontinencia todo en uno**, los Top 5 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 -14,2%, debido a la caída generalizada entre los players.
- Estos decrecimientos se explican por la sustitución de los productos para incontinencia utilizados tradicionalmente por la Braga-Pañal.**

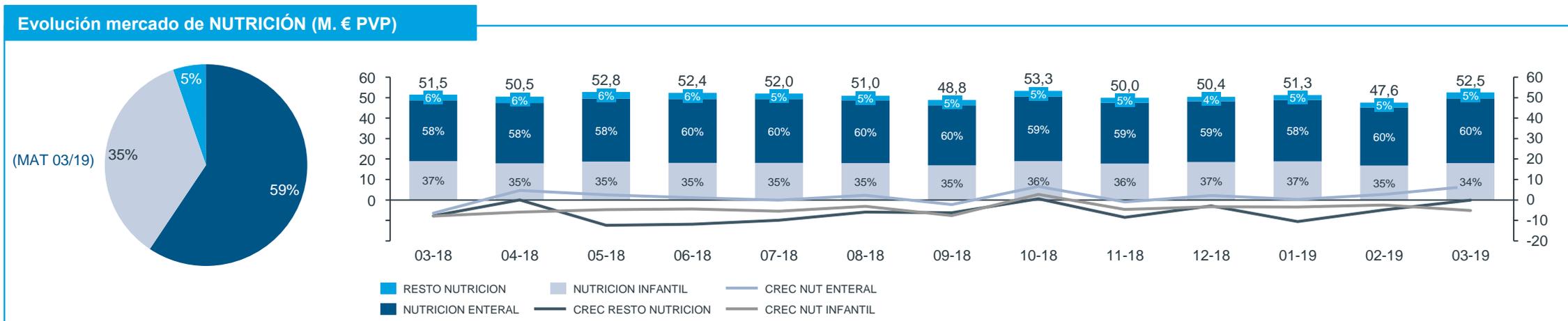
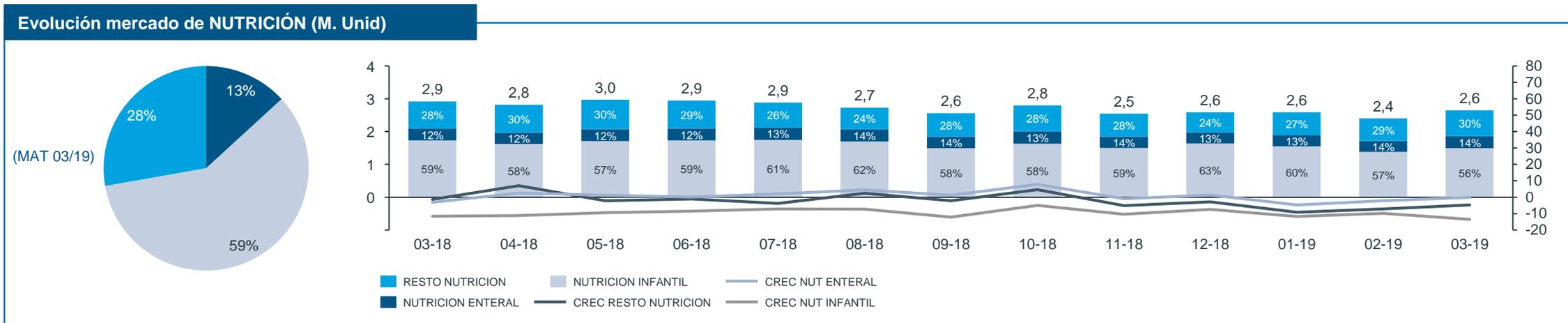
Los productos para incontinencia son la OTC2 con mayor cuota de mercado dentro de PAC (34,3%) y también la que más aporta a este mercado (29,9 M€)

En el segmento de PAC decrecen 2 de las top 10 clases para el acumulado de los últimos 12 meses: los preservativos y los zuecos calzado ortopédicos



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

En marzo 2019, nutrición enteral crece un +6,8%; nutrición infantil decrece -5,2% y el resto nutrición decrece un -0,2% en valores

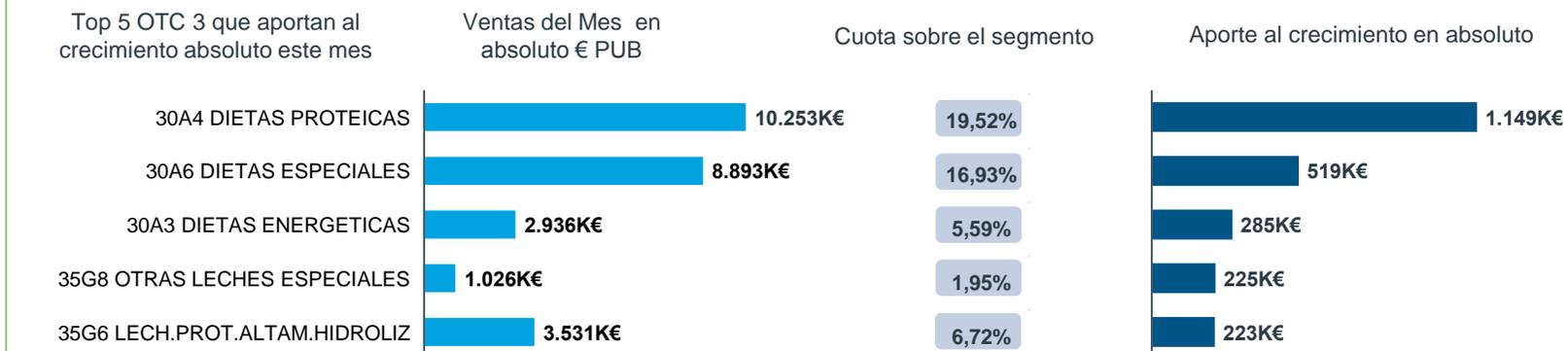


Evolución del mercado de la farmacia española (Unidades y € PVP)
 Fuente: IQVIA Sell-out Muestra 6.200 farmacias
 Crecimientos vs mismo periodo del año anterior

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

Siguen decreciendo las Leches Normales y los Cereales Infantiles Preparados en el canal de farmacia

Clases con mayor crecimiento este mes



- Las dos **clases de nutrición enteral con mayor aporte al crecimiento aportan más de 1,6M€** en el mes de marzo. Para estas clases observamos que **los 5 líderes muestran evoluciones positivas en el mes analizado.**

- En la clase de **leches proteicas altamente hidrolizadas destacan Mead Johnson, Numil y Alter** que son los top laboratorios con crecimientos positivos.

Clases con mayor decrecimiento este mes

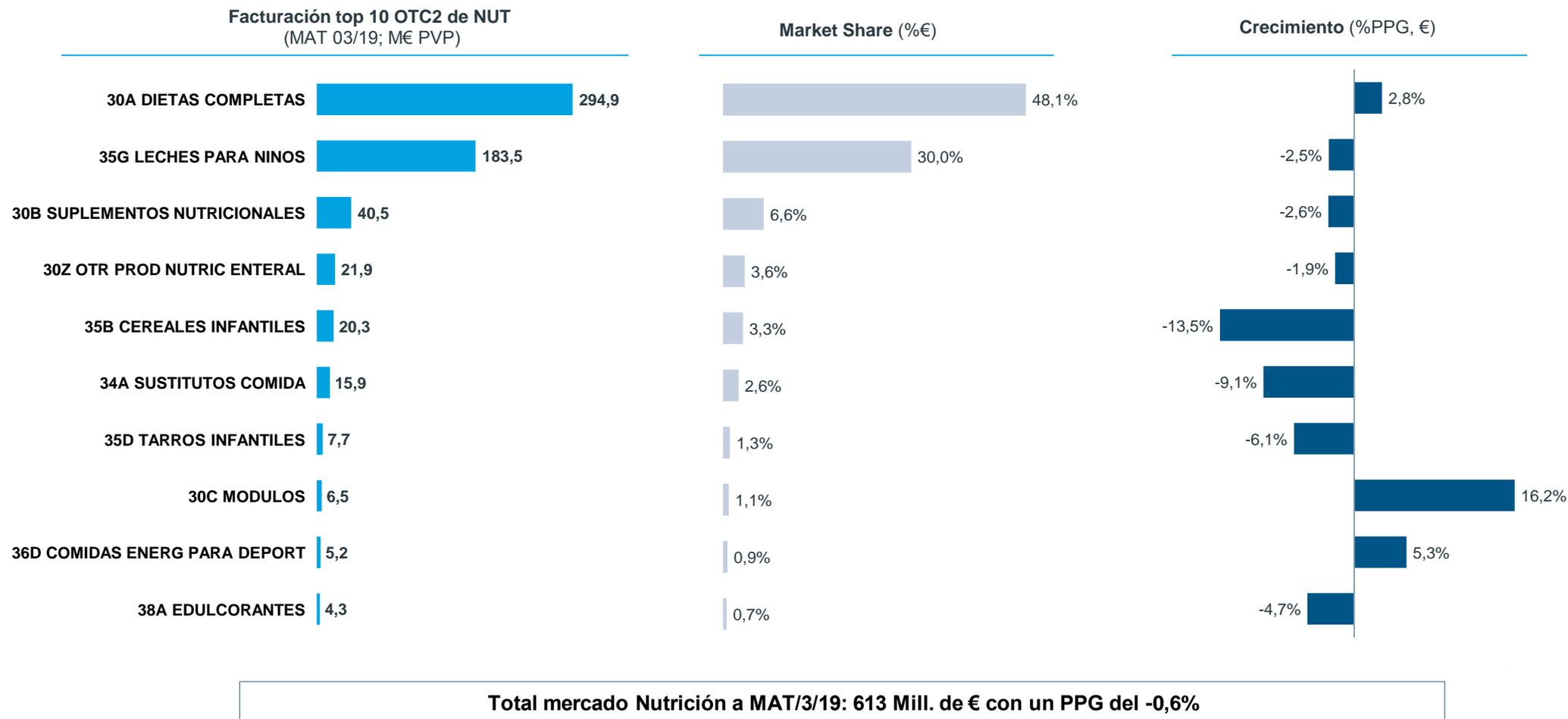


- En la clase de **Cereales infantiles preparados vemos una caída generalizada de los diferentes laboratorios líderes en este mercado:** Ordesa, Nestle Lactalis, y Numil lo hacen a doble dígito.

- El mercado de **Leches normales** está muy concentrado y los top 5 laboratorios concentran el 89% del mercado. **4 de los 5 players caen**, siendo Nestlé el único que crece para este segmento (+1,7%). El crecimiento de Nestlé viene promovido por el lanzamiento NAN Supreme, que en su fórmula no contienen aceite de palma.

El mercado de nutrición decrece 3,7M €, siendo la categoría de las leches para niños la responsable principal de esta pérdida (-2,5%, -4,8M €)

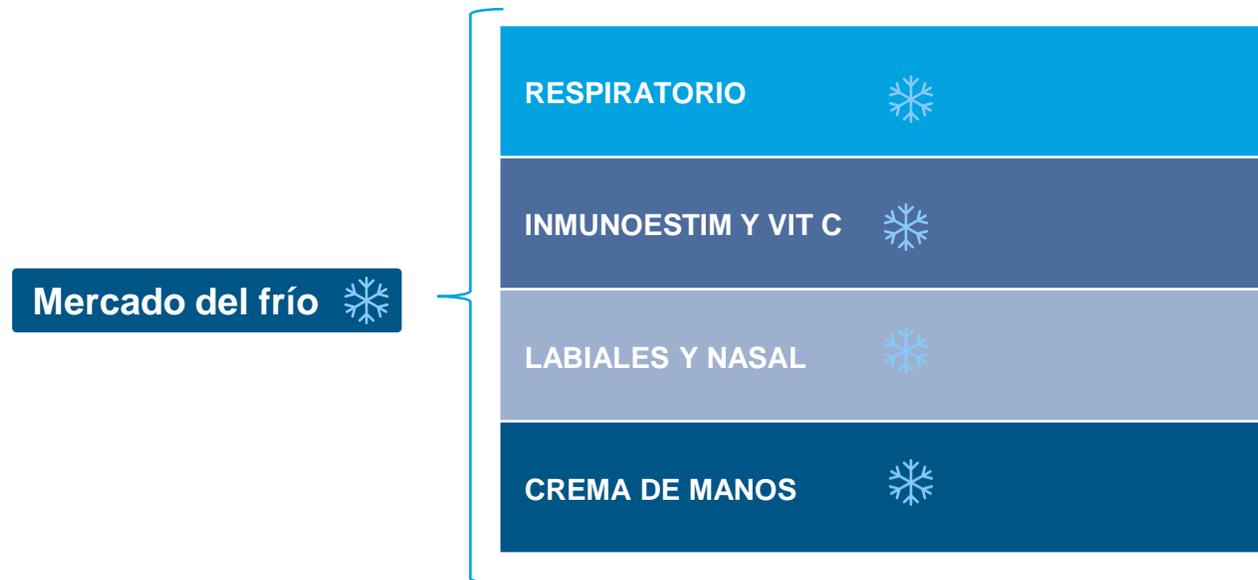
Para los últimos 12 meses, Dietas Completas es la clase con mayor cuota (48,1%) y tiene evolución positiva



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**
 - + **El Mercado del frío**

Definimos el mercado del frío como un conjunto de clases, mayoritariamente del aparato respiratorio

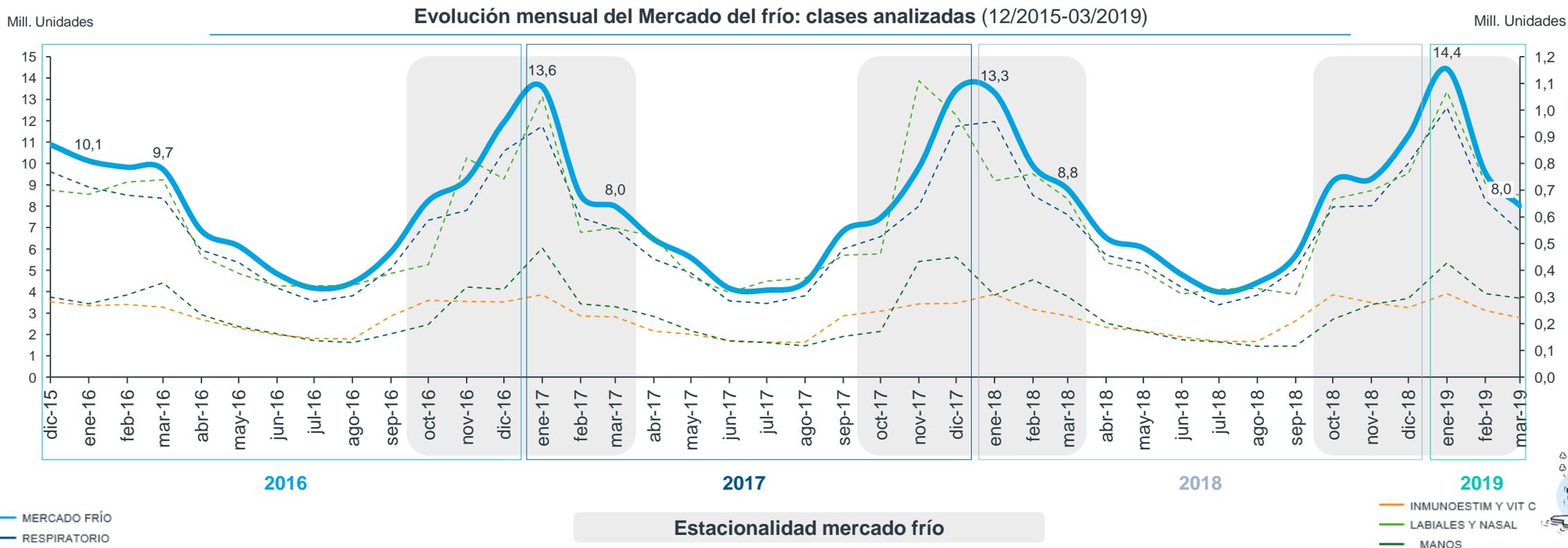


Las ventas de marzo decrecen un -16,2% en unidades respecto a marzo del año anterior, decrecimiento promovido por todas las categorías del frío

Esta tendencia negativa puede explicarse por el cambio meteorológico que ha sufrido este marzo vs marzos anteriores

La AEMet** define este pasado mes de marzo como un mes seco, con bajas reservas de nieve y con temperaturas máximas elevadas.

“Ha sido el mes de marzo con la media de temperaturas máximas más alta de este siglo por lo que ha hecho, en promedio, más calor de lo habitual en las horas centrales del día. Además, el mes ha resultado ser el segundo más seco este siglo. En gran parte de Cataluña la precipitación mensual no superó los 5 mm. La reserva de nieve a finales de mes era comparable a la de mediados de mayo del promedio de los últimos 5 años”.



Fuente: IQVIA Sell-out, CombiNPA. Muestra 6.200 farmacias (EPVP)

*MERCADO DEL FRÍO = Categorías analizadas: RESPIRATORIA, INMUNOESTUM Y VIT C, LABIALES Y NASAL, MANOS

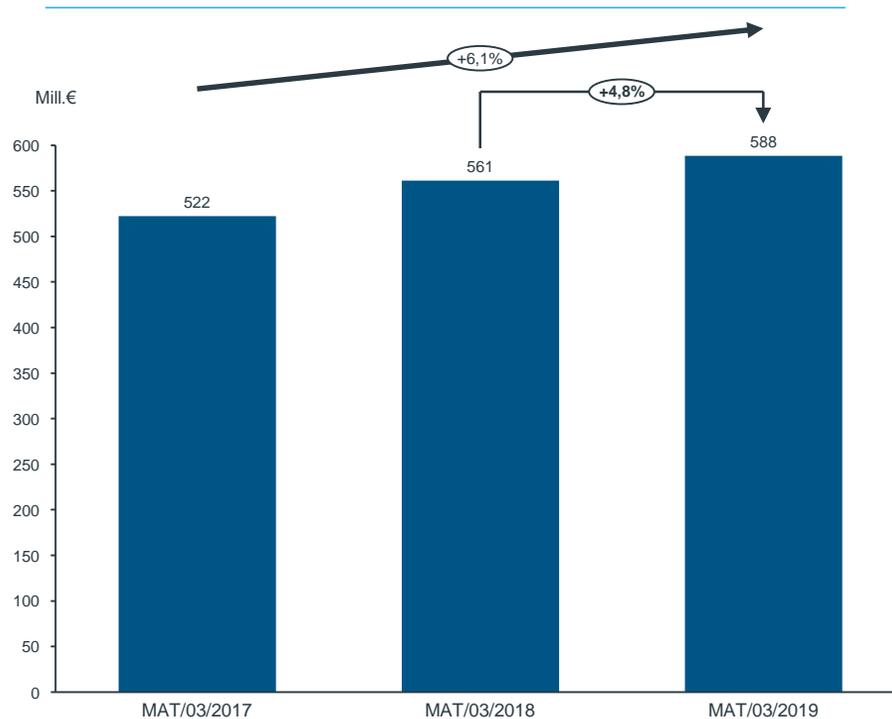
**http://www.aemet.es/noticias/2019/04/Marzo_mes_maximas_elevadas



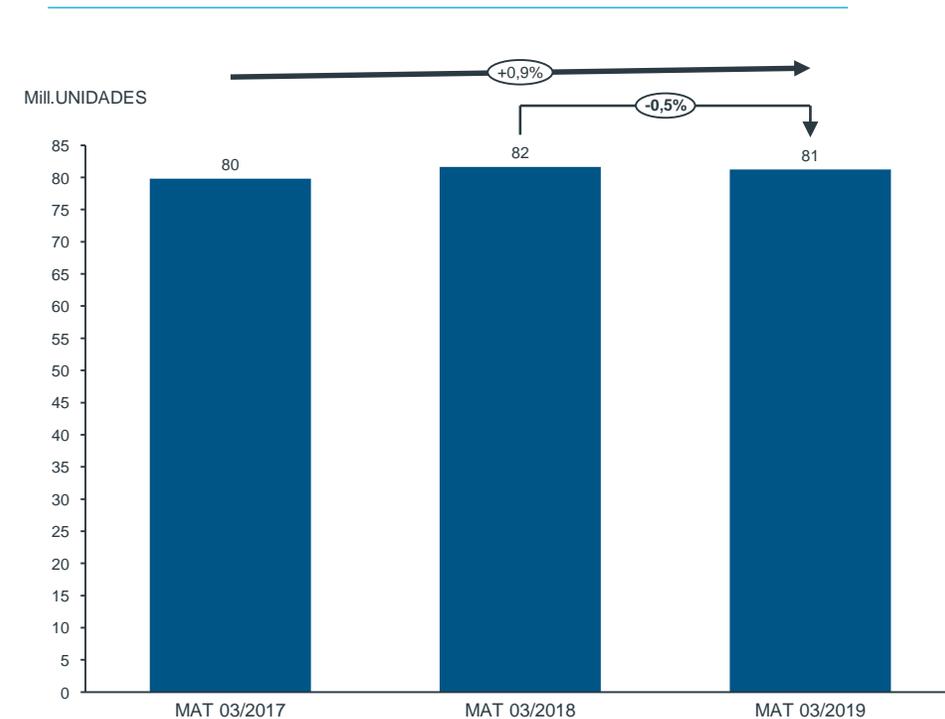
En los últimos 3 años, las ventas de los productos incluidos en la categoría de respiratorio han crecido en un +6,1% en valores

Para los últimos 12 meses, el crecimiento en valores es mucho más acelerado que el crecimiento en unidades

Evolución categoría aparato respiratorio
(Mill. € PVP, MAT 03/2019)



Evolución categoría aparato respiratorio
(Mill. UDS, MAT 03/2019)



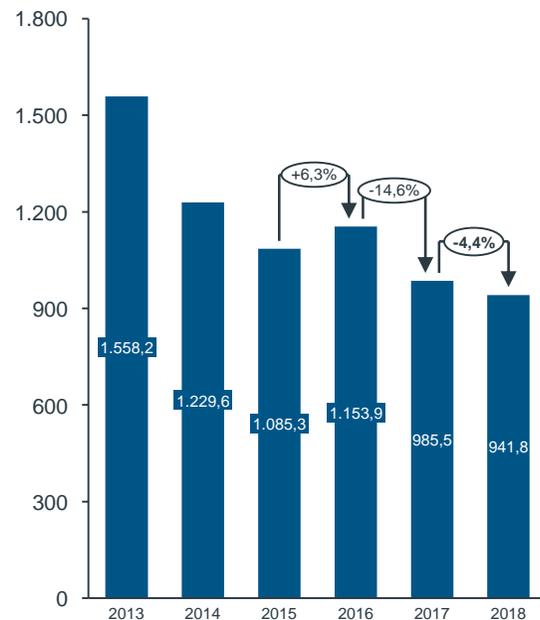
■ TOTAL RESPIRATORIO



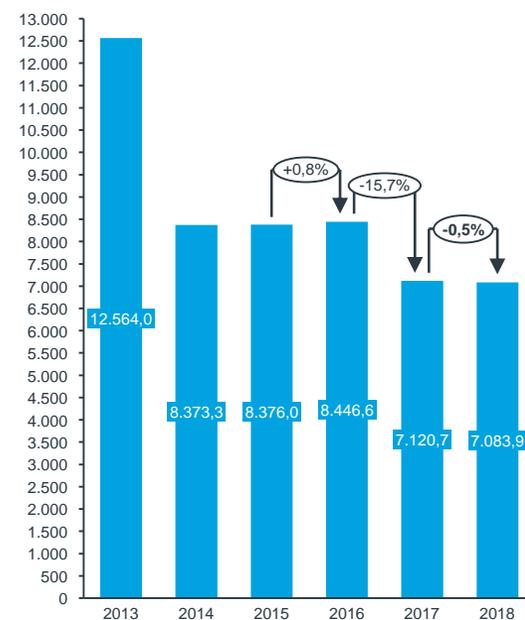
En 2018 se lanzaron 235 referencias nuevas que acumulan unas ventas de 7,1 M€

El precio medio de los lanzamientos para los periodos analizados muestran máximos en 2015 y 2016 y volvieron a bajar en 2018

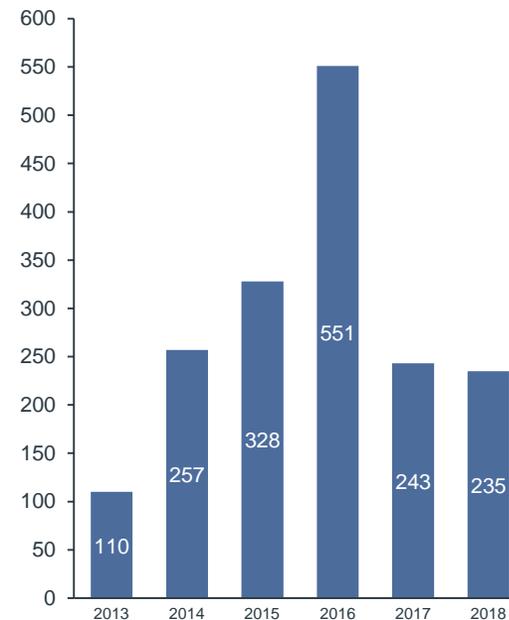
Ventas lanzamientos Mercado del Frío*
(Miles Uds)



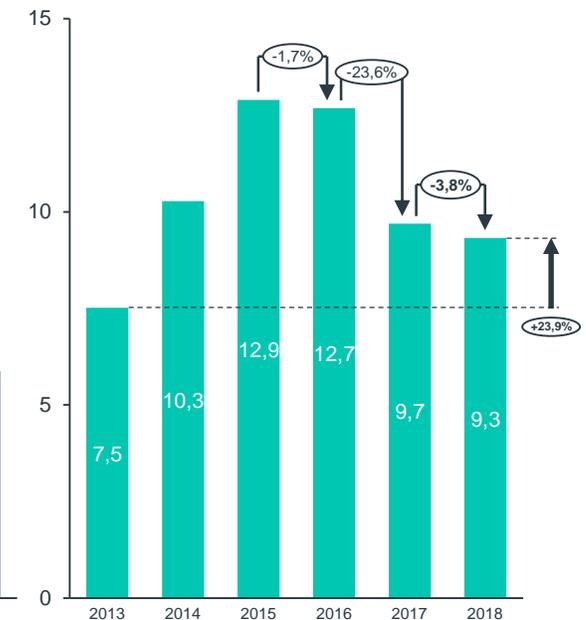
Ventas lanzamientos Mercado del Frío*
(Miles €)



lanzamientos Mercado del Frío*
(packs)



Precio medio lanzamientos Mercado del Frío*
(€/pack)



Fuente: IQVIA Sell-out, CombiNPA. Muestra 6.200 farmacias (€PVP)

*MERCADO DEL FRÍO = Categorías analizadas: RESPIRATORIA, INMUNOESTUM Y VIT C, LABIALES Y NASAL, MANOS.



Evolución del Mercado de la farmacia Española

Actualización datos de marzo 2019

Abril 2019