



Pharmacy Market Watch España

Dato febrero 2021

Publicado el 15 de marzo de 2021

Alexander Hang, Director Consulting and Customer Engagement
alexander.hang@hmr.co.com

Ana González Mariñas, Consultant
ana.gonzalez@hmr.co.com

Knowledge for better health

We believe in the power of **knowledge.**

Ahora contamos con el conocimiento de más de

7.600 farmacias

panelistas que, gracias a su colaboración individual, contribuyen a una inteligencia colectiva sobre las necesidades e inquietudes de salud y bienestar del pueblo español. Es esta **información** la que nos permite avanzar y da sentido a los datos y estadísticas que describen este mercado de la farmacia.

The power of knowledge grows when is shared. And can change lives.



Resumen Ejecutivo

Facturación y variación interanual en oficinas de farmacia

	MES FEB 2021			ACUMULADO DEL AÑO			TOTAL AÑO MÓVIL		
VALORES (M €)	1.658,0	-32,9	-1,9%	3.406,8	-95,6	-2,7%	20.945,8	+368,6	+1,8%
VOLUMEN (M UN)	145,3	+0,5	+0,4%	300,3	-1,1	-0,4%	1.917,3	+163,4	+9,3%

Facturación y variación interanual en el mes por segmento

	M €		M UN	
Total Oficina de Farmacia	1.658,0	-1,9%	145,3	+0,4%
Medicamentos Éticos	1.146,1	-3,2%	91,5	-6,4%
Marcas	890,2	-2,9%	50,1	-7,2%
Genéricos	255,9	-4,4%	41,5	-5,4%
Autocuidado	509,1	+0,9%	53,7	+14,3%
Medicamentos "OTC"	82,9	-29,2%	10,5	-31,3%
Suplementos	71,1	-7,3%	5,1	-15,6%
Cuidado Personal	94,7	-10,4%	8,1	-13,1%
Cuidado del Paciente	210,2	+36,6%	28,2	+100,0%
Nutrición	47,3	+0,7%	1,5	-16,6%
Homeopatía	2,9	-26,8%	0,2	-26,0%
Otros Productos	2,7	+15,6%	0,1	+8,0%

Evolución mensual en valores (M €)



Clasificación compañías por facturación en el mes

	VALORES M €			VOLUMEN M UN		
1 Cinfa	69,2	-0,5%	Cinfa	12,1	+1,8%	
2 Boehr. Ing.	50,4	+2,2%	Normon	7,4	+5,2%	
3 Viatris	45,8	-3,9%	Kern	5,4	-0,6%	
4 Sanofi	45,0	-11,6%	Viatris	4,7	-5,6%	
5 Novartis	42,7	-3,3%	Stada	4,1	+15,7%	

Nuestro análisis

- En el mes de febrero, la facturación en oficina de farmacia disminuyó -1,9% en valores y creció +0,4% en volumen comparado con el mismo mes del año anterior
- El resultado de este mes desacelera el crecimiento en el TAM en -0,6 puntos, desde el +2,4% observado el mes pasado a +1,8% en valores
- Recordamos que el año 2020 fue un año bisiesto; aunque febrero 2021 tuvo el mismo número de días laborables que febrero 2020, hubo 1 sábado más el año pasado
- Otros factores importantes a tener en cuenta al interpretar los resultados de este mes incluyen:
 - Las restricciones de movilidad
 - La detección nula de casos de gripe
 - El aumento de venta en febrero 2020 de productos de protección contra infecciones como los desinfectantes de manos
- Notamos que, con vistas al dato de marzo 2021, debemos estar preparados para resultados "muy" negativos en prácticamente todas las áreas de la farmacia debido al acopio de productos experimentado en marzo 2020, además del endurecimiento de las medidas sobre la movilidad en el puente de San José y Semana Santa

Medicamentos Éticos

Facturación y variación interanual del segmento de medicamentos éticos en oficinas de farmacia

	MES FEB 2021			ACUMULADO DEL AÑO			TOTAL AÑO MÓVIL		
VALORES (M €)	1.146,1	-38,1	-3,2%	2.356,4	-97,3	-4,0%	14.422,0	+24,6	+0,2%
VOLUMEN (M UN)	91,5	-6,2	-6,4%	188,1	-15,6	-7,6%	1.160,0	-37,5	-3,1%

Evolución mensual del segmento de medicamentos éticos en valores (M €)



Clasificación compañías por facturación en el mes

	VALORES M €		VOLUMEN M UN	
1 Cinfa	57,4	+8,9%	Cinfa	10,7 +9,2%
2 Boehr. Ing.	50,1	+2,2%	Normon	7,0 +9,2%
3 Novartis	42,7	-3,3%	Kern	4,8 +1,6%
4 GSK	41,6	-11,9%	Viatrix	4,2 -1,6%
5 Viatrix	41,5	-1,2%	Stada	3,8 +18,3%

Las clases ATC2 con mayor variación absoluta en el mes

	VARIACIÓN M €	VARIACIÓN M UN
1 B01: Antitrombóticos	+8,0	N05: Psicoféuticos +0,3
2 A10: Antidiabéticos	+7,3	A11: Vitaminas +0,2
3 A11: Vitaminas	+2,4	C10: Reguladores lípidos +0,1
4 N05: Psicoféuticos	+2,1	N06: Psicoanaléuticos +0,1
5 M03: Relajante Muscular	+1,7	N03: Antiepiléuticos +0,1
87 R03: Asma y EPOC	-11,5	J01: Antibacterianos -1,5
86 J01: Antibacterianos	-9,7	N02: Analgésicos -0,9
85 N07: Otros SNC	-8,0	R05: Antigripales -0,8
84 C10: Reguladores lípidos	-5,9	R03: Asma y EPOC -0,6
83 R05: Antigripales	-4,1	R01: Preparados nasales -0,6

Nuestro análisis

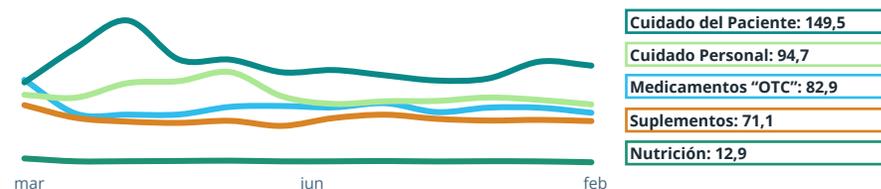
- En el mes de febrero, la dispensación de medicamentos éticos en oficina de farmacia decrece -3,2% en valores y -6,4% en volumen con respecto al mismo mes en 2020
- El resultado de este mes desacelera el crecimiento en el TAM en -0,7 puntos, desde el +0,9% observado el mes pasado a +0,2% en valores este mes
- En febrero, destacamos la disminución en la dispensación de **Champix** (-6,7 M€), que continúa alejándose de los niveles alcanzados al inicio de 2020, cuando comenzó a formar parte de la cartera de medicamentos financiados del SNS
- Además, este mes continuamos observando diferentes factores que influyen en el decrecimiento del mercado, como el efecto de la OPR en algunas clases ATC2 como la **C10: Reguladores de lípidos** (-5,9 M€); o la disminución de infecciones bacterianas típicamente transmitidas por la boca y por la nariz, y la reducción de la actividad en hospitales (fuera de urgencias) que influyen en la reducción en la dispensación de fármacos de la clase **J01: Antibacterianos Sistémicos** (-38% en valores)

Autocuidado

Facturación y variación interanual del segmento de autocuidado en oficinas de farmacia

	MES FEB 2021			ACUMULADO DEL AÑO			TOTAL AÑO MÓVIL		
VALORES (M €)	509,1	+4,8	+0,9%	1.045,2	+1,0	+0,1%	6.487,6	+337,6	+5,5%
VOLUMEN (M UN)	53,7	+6,7	+14,3%	111,9	+14,5	+14,8%	755,2	+200,6	+36,2%

Evolución mensual de los áreas de autocuidado en valores (M €)



Clasificación compañías por facturación en el mes

	VALORES M €			VOLUMEN M UN		
1 Indas	14,7	+1,5%	Cinfa	1,4	-33,0%	
2 Hartmann	13,2	-11,7%	GSK	1,2	-25,0%	
3 GSK	12,5	-20,3%	J&J	1,1	-33,0%	
4 Nestlé	11,8	+3,2%	Hartmann	1,1	-18,4%	
5 Cinfa	11,8	-30,1%	Lacer	1,1	-1,3%	

Productos con mayor variación absoluta en el mes por segmento de autocuidado

	MEDICAMENTOS "OTC"			SUPLEMENTOS			CUIDADO PERSONAL			CUIDADO DEL PACIENTE			NUTRICIÓN		
VALORES (K €)		VARIACIÓN			VARIACIÓN			VARIACIÓN		VARIACIÓN		VARIACIÓN		VARIACIÓN	
1 Aleve		+176,0	LANZ	ZzzQuil Natura	+817,5	+632,2%	Super Serum [10]	+303,2	LANZ	Incopack Pants	+652,2	+13,8%	Almirón Advance Pro 1	+402,1	+6.646%
2 Flogoprofen		+146,5	+10,3%	Aliviolas Advanced	+212,1	+1.059,8%	Liftactiv Supreme H.A.	+187,4	LANZ	Lindor Ausonia Fit Pants	+517,4	+31,4%	Almirón Advance Pro 2	+334,7	+17.773%
3 Ibuprofeno Mabo-Farma		+125,8	LANZ	Iraltone AGA Plus	+188,0	+99,5%	Bepanthal Tatroo	+181,3	LANZ	Accu-Check Guide	+406,6	LANZ	Almirón Advance+ Digest1	+163,4	+5.588,8%
VOLUMEN (K UN)															
1 Aleve		+37,1	LANZ	ZzzQuil Natura	+50,9	+318,9%	Bepanthal Tatroo	+18,0	LANZ	Montplet Alcohol	+33,4	+4.446%	Almirón Advance Pro 1	+18,4	+6.612%
2 Ibuprofeno Mabo-Farma		+29,3	LANZ	Aliviolas Advanced	+19,3	+1.001,5%	Gingilacer Colutorio	+11,8	+16,7%	Suavinex Spray Hidroalcohólico	+32,1	LANZ	Almirón Advance Pro 2	+17,4	+14.644%
3 Ibuprofeno Stadapharm		+22,8	LANZ	Fuca Regularidad	+18,5	LANZ	Parodontax Herbal Original	+11,6	+74,6%	Incopack Pants	+16,2	13,8%	Almirón Advance Pro 3	+7,2	+5.450%

Nuestro análisis

- En el mes de febrero, observamos un crecimiento del segmento de autocuidado de **+0,9% en valores** y un crecimiento de **+14,3% en volumen** comparado con febrero de 2020
- La categoría de mascarillas continúa aportando gran parte del crecimiento de Autocuidado. Sin tenerlas en cuenta, el resultado del segmento tendría un crecimiento negativo en el mes de -12,5% en valores comparado con el mismo mes en 2020
- La aportación de los desinfectantes de manos decrece este mes (-46% en valores) versus 2020. Recordamos que fue en febrero 2020 cuando comenzaba a dispararse la dispensación de geles debido a la llegada de la primera ola de la pandemia
- Destacamos la dispensación de test de autodiagnóstico de COVID-19, (18,5 K unidades) y la de pulsioxímetros (8,1 K unidades, +478,5%) este mes versus enero 2020

Autocuidado: Facturación en el mes por categoría

	VALORES M €	VARIACIÓN INTERANUAL M €	PRODUCTO LÍDER EN CRECIMIENTO € ABSOLUTO	
Botiquín y material sanitario	90,1	+65,9	+271,6%	Mascarillas FFP2
Salud de la piel y dermocosmética	70,4	-6,0	-7,8%	Nuxe Super Serum [10]
Incontinencia y salud urinaria	45,6	+0,3	+0,7%	Incopack Pants
Bienestar, vitaminas y minerales	44,7	+0,5	+1,1%	ZzzQuil Natura
Nutrición adultos	32,0	+2,5	+8,4%	Ensure Plus Advance
Salud digestiva y gastrointestinal	31,6	-3,5	-10,0%	Aliviolas Advanced
Salud respiratoria	30,5	-36,2	-54,3%	Termatuss Pronatural
Higiene y cuidado bucal	29,6	-1,5	-4,7%	Gingilacer Colutorio
Analgésicos y alivio del dolor	28,4	-4,6	-14,0%	Aleve
Bebé y mama (incl. nutrición infantil)	24,2	-4,1	-14,4%	Almirón Advance+ Pronutra 1
Cuidado del paciente y ortopedia	18,0	-2,1	-10,5%	Coloplast Brava
Salud ocular y de los oídos	17,4	-0,9	-4,8%	We Make It (Anti-Vaho)
Diagnóstico y medida de parámetros	15,8	+0,6	+4,1%	Accu-Chek Guide
Salud sexual e higiene íntima	14,5	-1,5	-9,4%	Ovosicare Fertility
Salud cardiovascular	9,2	+0,3	+3,8%	Thrombocid Forte
Protección solar	4,8	-3,5	-42,5%	Isdin Fusion Water Urban
Repelente mosquitos, antiparásitos y biocidas	2,3	-1,5	-38,2%	Montplet Virucida
Total Autocuidado	509,1	+4,8	+0,9%	Mascarillas FFP2

Nuestro análisis

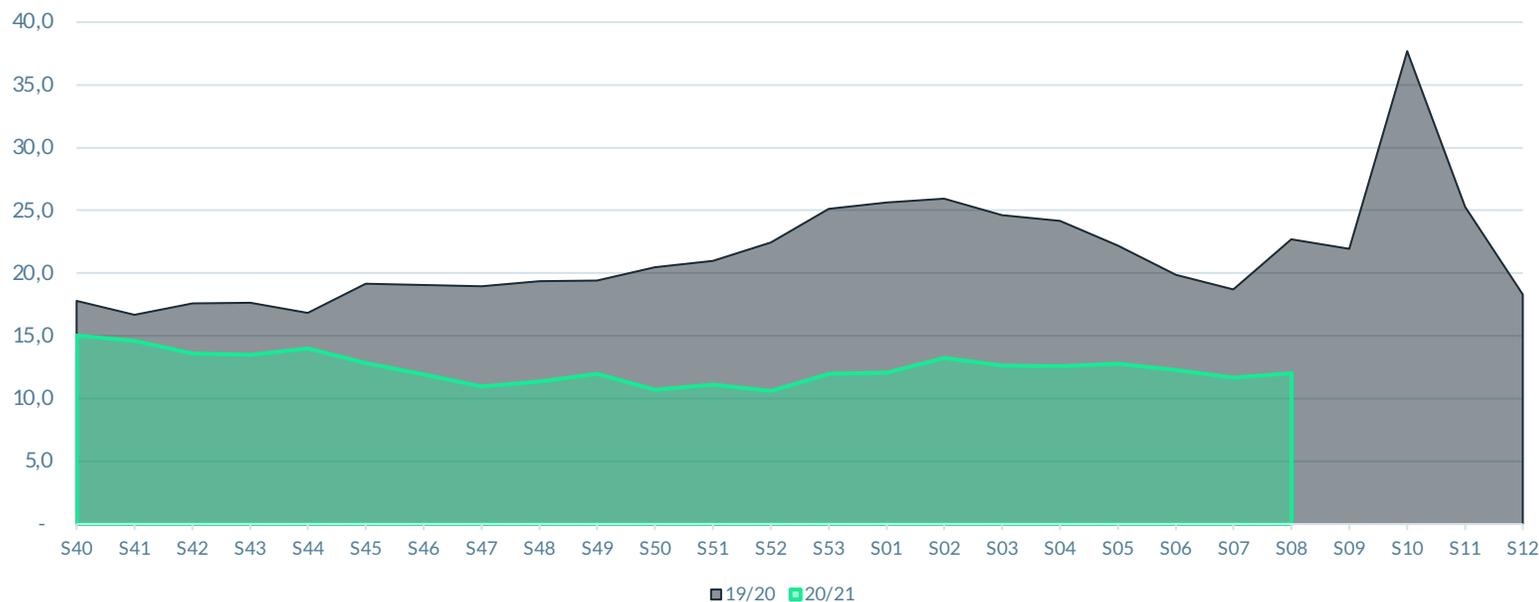
- HMR propone analizar el segmento de Autocuidado según 17 agrupaciones de categorías al margen del análisis por tipo de producto (medicamentos sin receta, cuidado del paciente, cuidado personal, etc)
- Según esta visión, en el mes de febrero se observa que lo que más aporta al crecimiento este mes son las mascarillas FFP2, y lo que más frena es la categoría de salud respiratoria, que factura -36,2 M € menos este febrero
- Las áreas de protección solar y biocidas (incluyendo repelente de mosquitos y antiparásitos) facturan entorno a -40% menos que lo que facturaron en febrero del año pasado
- En los productos que lideran el crecimiento en valores absolutos en cada categoría, destacamos 3 productos “naturales” en áreas donde existen también medicamentos sin receta: Vicks ZzzQuil Natura de P&G (sueño), Aliviolas Advanced de Aboca (gastrointestinal) y Termatuss Pronatural de GSK Consumer (tos y garganta)

Categorías Seleccionadas de Otoño e Invierno

Venta Semanal de Productos de Autocuidado en Categorías de Otoño e Invierno

Semanas 40 → 12, año en curso (2020 / 2021) vs año previo (2019/2020)

(Ventas en millones de euros)



Variación Interanual de Venta de Productos de Autocuidado por Categorías Seleccionadas de Otoño e Invierno

Febrero 2021 (Valores)



Nuestro análisis

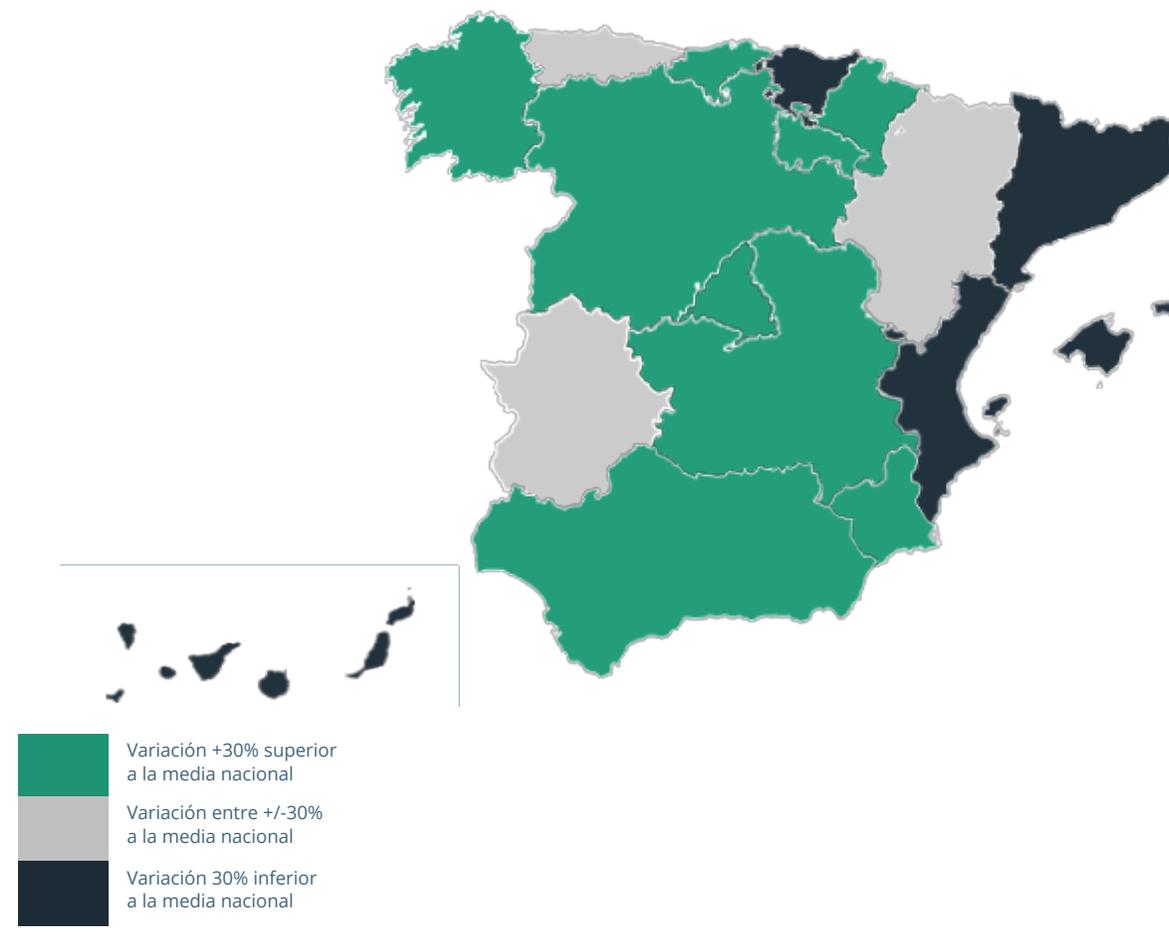
- En el mes de febrero, el agregado de categorías seleccionadas de otoño e invierno facturó 48,8 M€ (-43,9% menos que el mismo mes en 2020)
- Los productos para la gripe, resfriado y tos vuelve a ser la categoría que más disminuye el nivel de dispensación en el mes de febrero (-30,8 M€) respecto el año pasado, siendo los antigripales los que más contribuyeron al decrecimiento de la categoría (-9,3 M€ versus el mismo mes en 2020)
- Destacamos el cambio en la evolución del agregado de suplementos "defensas" que, en la semana 8, decrece por primera vez desde el inicio de la temporada de invierno. En el mes de febrero, alcanzó 12,8 M€ (-7,4% menos que en febrero de 2020)
- Hemos agrupado las categorías en: Resfriado, Gripe, Tos (antigripales y productos para la tos o inflamación de la garganta); Descongestión Nasal (aguas de mar y otros productos para la descongestión nasal); Analgésicos (adulto y pediátrico); Suplementos para aumentar "las defensas" (multivitaminas, inmunoestimulantes, Vitamina C, Vitamina D)

Facturación en el mes por CCAA

Facturación y variación en el mes por CCAA en oficinas de farmacia

	VALORES M €	VARIACIÓN M €	
Andalucía	309,9	-4,2	-1,3%
Madrid	245,7	-2,7	-1,1%
Cataluña	242,5	-11,0	-4,3%
C. Valenciana	176,3	-5,4	-3,0%
Galicia	107,1	-0,2	-0,2%
Castilla y León	79,6	-0,0	-0,1%
Castilla La Mancha	78,9	+1,0	+1,3%
Canarias	76,0	-2,4	-3,1%
País Vasco	58,8	-5,7	-8,9%
Murcia	56,4	+0,6	+1,1%
Aragón	49,9	-0,9	-1,7%
Extremadura	43,8	-0,7	-1,6%
Islas Baleares	41,6	-1,2	-2,7%
Asturias	40,2	-1,0	-2,5%
Navarra	21,5	-0,1	-0,4%
Cantabria	20,8	+1,0	+4,8%
La Rioja	8,9	+0,1	+1,0%
Total Nacional	1.658,0	-32,9	-1,9%

Variación interanual por CCAA en oficinas de farmacia



La actividad en farmacia es inferior al nivel previo a la pandemia; la movilidad es clave en su recuperación

Variación Diaria de la Actividad: Visitas a Supermercados / Farmacias, Transporte

Público, Parques, y Lugares de Trabajo versus Tickets en Farmacia

15 feb 2020 – 28 feb 2021; Baseline según valor mediana entre 3 ene – 6 feb 2020

(Variación en puntos porcentuales)



Nuestro análisis

- Con la mitigación de la tercera ola de infecciones de Covid-19, y ante la amenaza de una cuarta ola, HMR ha analizado diferentes fuentes de datos sobre la pandemia
- En este análisis, hemos graficado nuestro dato de actividad (número de tickets) en la farmacia conjuntamente con el dato de movilidad de Google, siguiendo la misma metodología para establecer una línea de base ("0") de valores pre-pandémicos según el día de la semana para determinar el grado de variación diario
- Desde el inicio de la cuarentena en marzo de 2020, se aprecia el pico de tickets previo al cierre de la movilidad, seguido por una reducción significativa en tickets debido a las limitaciones en la movilidad. En cuanto se permite una mayor movilidad durante la desescalada y con la llegada de mascarillas respiratorias a la farmacia, se aprecia un aumento en tickets seguido de un periodo estable cerca del nivel basal durante la nueva normalidad. Los niveles descienden de nuevo cuando Madrid entra en estado de alarma; vuelven a disminuir con la declaración del segundo estado de alarma nacional y, más aún, con el endurecimiento de las medidas después de Navidad
- Las medidas implementadas sobre la movilidad y su efecto en la actividad, por ejemplo el ocio al aire libre (parques) y lugares de trabajo, serán factores importantes para la recuperación del mercado de la farmacia hasta que llegue la inmunidad colectiva

Knowledge for better health