

El Mercado de la Farmacia: Especial Semanal Coronavirus *Segunda Ola*

Otoño Invierno 20 / 21

23 de noviembre de 2020 – Semana 45

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

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

A deep knowledge of the market is the first step in delivering unique market insights. It's **information** that takes us further and gives more meaning to all the data and statistics that so efficiently describe the market.

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

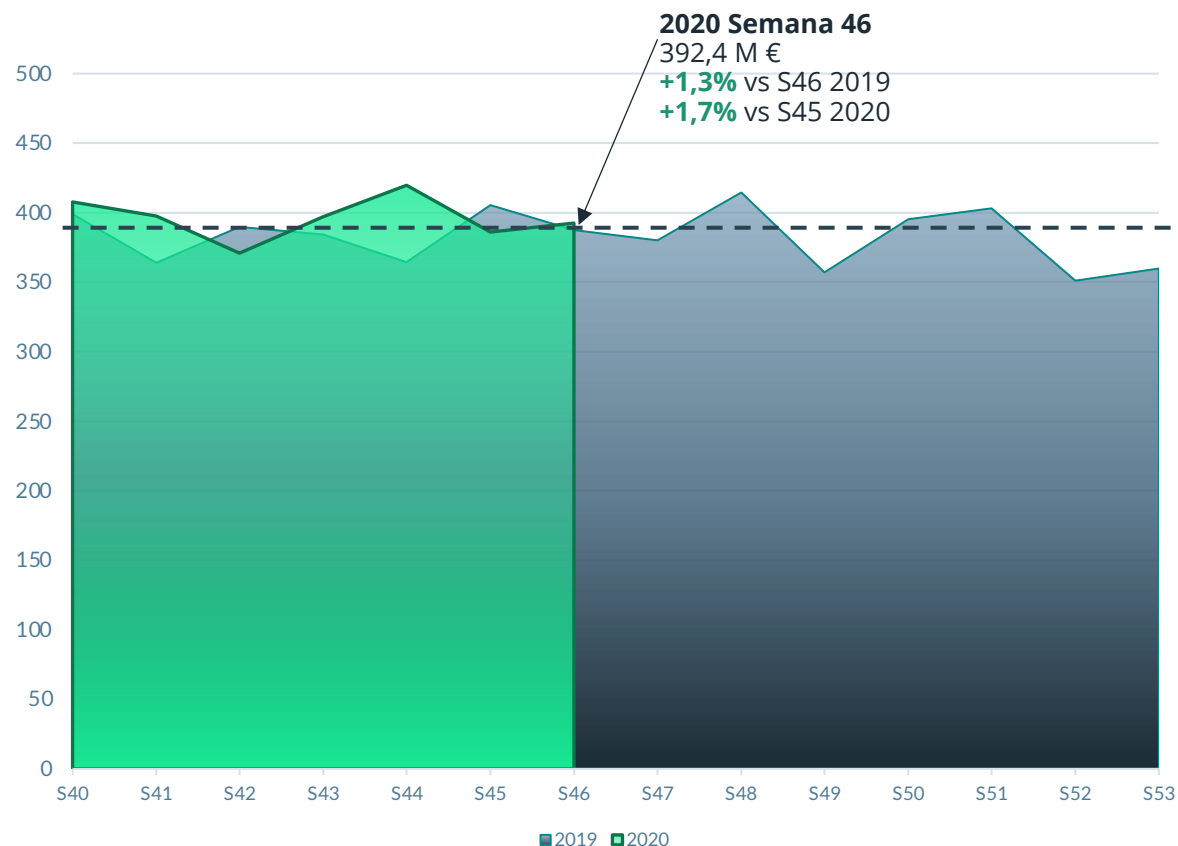


Especial Coronavirus 2ª Ola: Total Mercado

Ventas Semanales: Mercado de Oficina de Farmacia

Semanas 40- 53 del año, 2019 vs 2020

(Valores en millones de euros)



Acumulado
Semanas Naturales
S01-S46 2020

18.229 M €

Variación Interanual
Acumulado S01-S46
2019 vs 2020

+3,1%

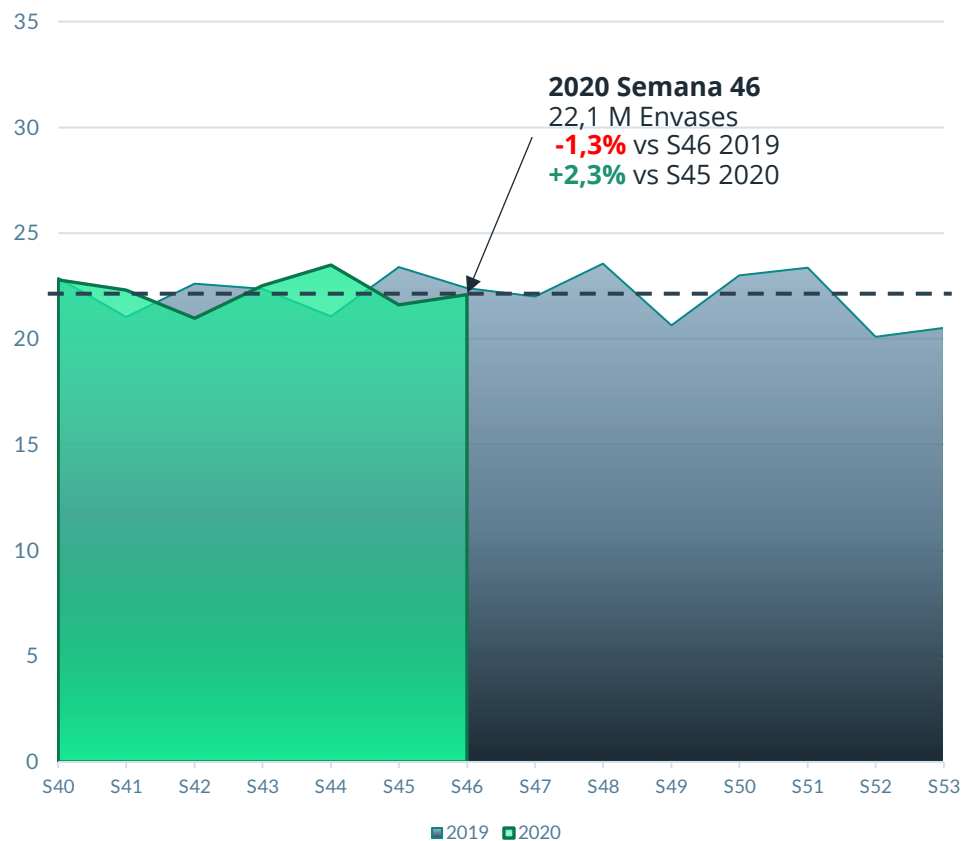
Nuestro análisis

- La semana 46 de 2020 incluye los días del 9 al 15 de noviembre, donde España continúa en estado de alarma por la crisis del coronavirus y varias comunidades autónomas tienen en marcha restricciones de movilidad y el toque de queda
- Se observa que la variación interanual del acumulado de las primeras 46 semanas del año decrece en 0,1 puntos porcentuales esta semana, desde 3,2% la semana pasada
- Recordamos que este año, en la mayor parte de España, el festivo de Todos los Santos se trasladó al 2 de noviembre, lunes de la semana 45. Así, la evolución desde la semana pasada puede resultar engañosa ya que hubo 1 día laboral menos en la semana 45 de este año
- Nota: en el año 2020, según el calendario ISO, habrá 53 semanas. En nuestro análisis, la comparativa de la semana 53 de 2020 se realizará respecto a la semana 1 de 2020

Especial Coronavirus 2ª Ola: Medicamentos Éticos

Dispensación Semanal de Medicamentos Éticos

Semanas 40-53 del año, 2019 vs 2020
(Volumen en millones de envases)



Variación en Dispensación de Medicamentos Éticos por ATC2

Semana 46 de 2019 vs 2020
(Volumen en miles de envases)

ATC 2	Variación Unidades Absolutas	Variación Unidades Relativas
1 N05: Psiclépticos	+126	+7,4%
2 C10: Reguladores de lípidos	+56	+4,2%
3 A11: Vitaminas	+47	+17,9%
86 J01: Antibacterianos	-214	-27,0%
85 M01: Antiinflamatorios	-135	-13,4%
84 R05: Preparados tos y resfriado	-106	-52,6%

Disp. Acum.
Sem. Naturales
S01-S46 2020

1.022M
envases

Var. Interanual
Acum. S01-S46
2019 vs 2020

-0,6%

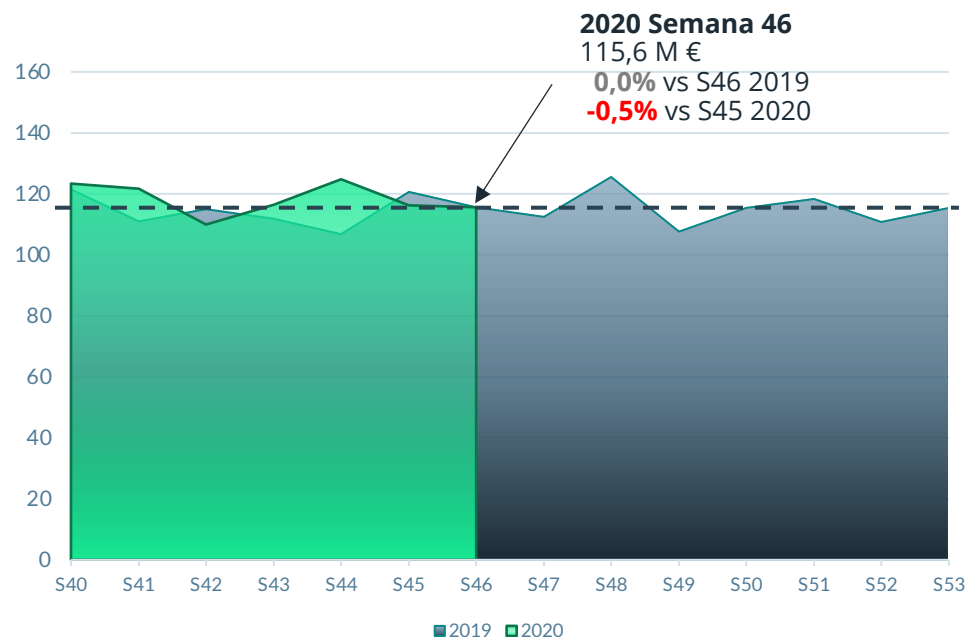
Nuestro análisis

- La dispensación de medicamentos de prescripción en la semana 46 del año decrece con respecto a la misma semana del año pasado
- Dentro de la clase de medicamentos N05: Psiclépticos, se observa un crecimiento de +8% en la dispensación de la clase de N05C: Ansiolíticos
- Se destaca el crecimiento de la clase A11C2: Vitamina D dentro de la clase A11: Vitaminas, cuya dispensación crece +27% esta semana versus la misma semana del año pasado

Especial Coronavirus 2ª Ola: Autocuidado

Venta Semanal de Productos de Autocuidado

Semanas 40 – 53 del año, 2019 vs 2020
(Valores en millones de euros)



Variación de Venta de Productos de Autocuidado por Segmento

(Valores en millones de euros)

Semana 46 de 2020 versus Semana 46 de 2019	Variación Absoluta	Variación %
Autocuidado	0,0	0,0%
Medicamentos "OTC" / MSRM	-6,1	-23,5%
Suplementos	+0,4	+2,0%
Cuidado Personal	-3,2	-12,9%
Cuidado del Paciente	+9,0	+26,5%
Nutrición	+0,0	+0,4%
Homeopatía	-0,2	-18,6%

Nuestro análisis

- Basado en las ventas de productos de autocuidado en las semanas 45 y 46 del año, HMR reduce su previsión de cierre de noviembre de +1,2% a -1,5% versus noviembre 2019

Acumulado
Semanas Naturales
S01-S46 2020

5.602 M €

Variación Interanual
Acum. S01-S46
2019 vs 2020

+5,3%

Previsión HMR
Cierre
Nov 2020

486 M €

Previsión HMR
Variación Interanual
Nov 2019 vs 2020

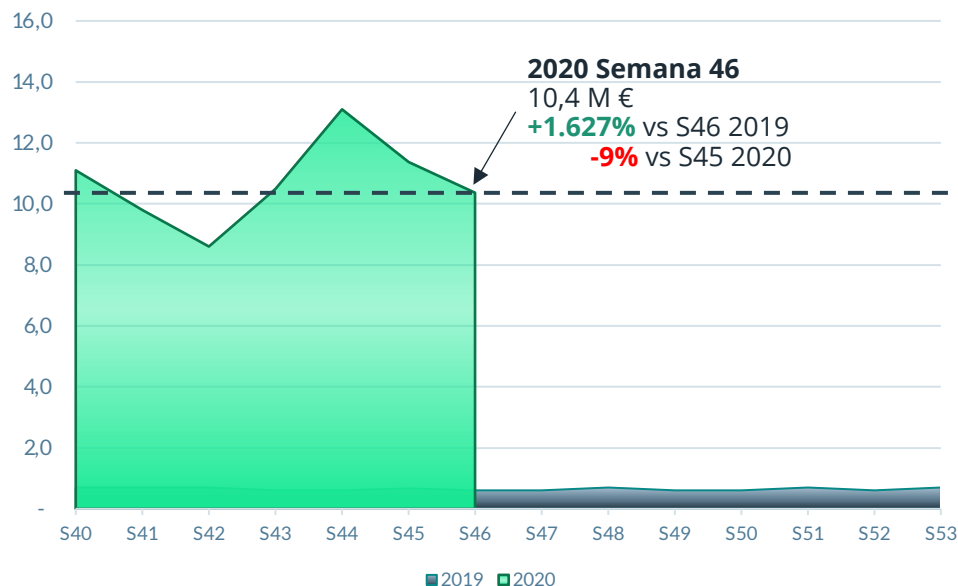
-1,5%

Especial Coronavirus 2ª Ola: Autocuidado

Categorías “Insignia” Covid-19

Venta Semanal de Productos de Autocuidado

Semanas 40 – 53 del año, 2019 vs 2020
(Ventas en millones de euros)



Venta de Productos de Autocuidado por Categoría

(Valores en miles de euros)

Semana 46 de 2020 versus Semana 46 de 2019	Variación Absoluta	Variación %
Categorías Insignia Covid-19	+9.714	+1.627%
Mascarillas y EPI	+8.941	+7.281%
Desinfectantes	+519	+189%
Termómetros	+254	+101%

Nuestro análisis

- La previsión del cierre de nov 2020 tiene en cuenta la implementación de la reducción del tipo de IVA del 21% al 4%, reduciendo así el precio máximo de las mascarillas de 0,96 € a 0,72 € / unidad
- HMR considera las siguientes categorías de productos de la farmacia categorías “insignia” de la pandemia actual: mascarillas, material desechable o equipos de protección individual (EPI), desinfectantes de piel (geles hidroalcohólicos, alcohol 70° apto para uso en la piel, etc), otros desinfectantes para superficies y termómetros

**Acumulado
Semanas Naturales
S01-S46 2020**

496 M €

**Variación Interanual
Acum. S01-S45
2019 vs 2020**

+1.500%

**Previsión HMR
Cierre
Nov 2020**

40 M €

**Previsión HMR
Variación Interanual
Nov 2019 vs 2020**

+1.357%

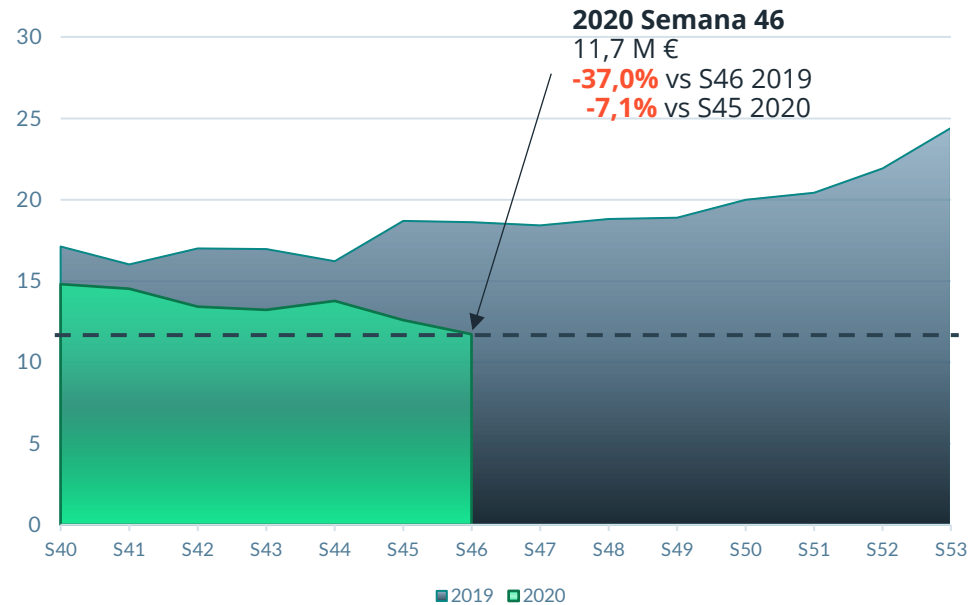
Especial Coronavirus 2ª Ola: Autocuidado

Categorías Seleccionadas de Otoño e Invierno



Venta Semanal de Productos de Autocuidado

Semanas 40 – 53 del año, 2019 vs 2020
(Ventas en millones de euros)



Variación de Venta de Productos de Autocuidado por Grupos de Categorías

(Valores en miles de euros)

Semana 46 de 2020 versus Semana 46 de 2019	Variación Absoluta	Variación %
Categorías Otoño e Invierno	-6.870	-37,0%
Resfriado, Gripe, Tos	-6.733	-60,3%
Descongestión Nasal	-579	-30,1%
Analgésicos	-82	-3,1%
Suplementos "Defensas"	+524	+18,3%

Nuestro análisis

- En la semana 46, la venta de productos para el resfriado, la gripe o la tos evoluciona negativamente con respecto a la semana pasada a pesar de que hubiera solo 4 días laborales en la mayoría de España dicha semana.
- El agregado de dichas categorías llega hasta -60% de decrecimiento versus la misma semana del año pasado; los antigripales bajan hasta -70% en ventas versus la misma semana del año pasado
- Así, HMR reduce su previsión del cierre de noviembre en dichas categorías a -36% versus noviembre 2019
- 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)

Acumulado
Semanas Naturales
S01-S46 2020

633 M €

Variación Interanual
Acum. S01-S46
2019 vs 2020

-4,7%

Previsión HMR
Cierre
Nov 2020

50 M €

Previsión HMR
Variación Interanual
Nov 2019 vs 2020

-35,6%

Especial Coronavirus 2ª Ola: Autocuidado

Otras Categorías* con Grandes Variaciones Esta Semana

Categorías* de Autocuidado con Mayor Crecimiento Absoluto Esta Semana (Valores en miles de euros)

Semana 46 2019 vs 2020	Variación Absoluta	Variación %
Sueño y calmantes	+495	+26,9%
Antiinflamatorios Tópicos	+389	+15,5%
Alimentación hiperproteica	+305	+14,1%
Absorbentes y granulantes	+284	+41,7%
Anticaída del cabello	+179	+13,5%

Categorías* de Autocuidado con Mayor Decrecimiento Absoluto Esta Semana (Valores en miles de euros)

Semana 46 2019 vs 2020	Variación Absoluta	Variación %
Dermocosmética antiedad	-774	-20,7%
Protector labial sin FPS	-623	-71,0%
Antidiarreicos	-551	-35,4%
Antiparasitario capilar	-296	-44,8%
Leche Regular	-275	-15,1%

Nuestro análisis

- (*) Destacamos las categorías de productos no incluidas en el análisis de categorías Covid-19 o categorías de otoño e invierno, con mayor variación esta semana