

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

Otoño Invierno 20 / 21

30 de noviembre de 2020 – Semana 47

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.

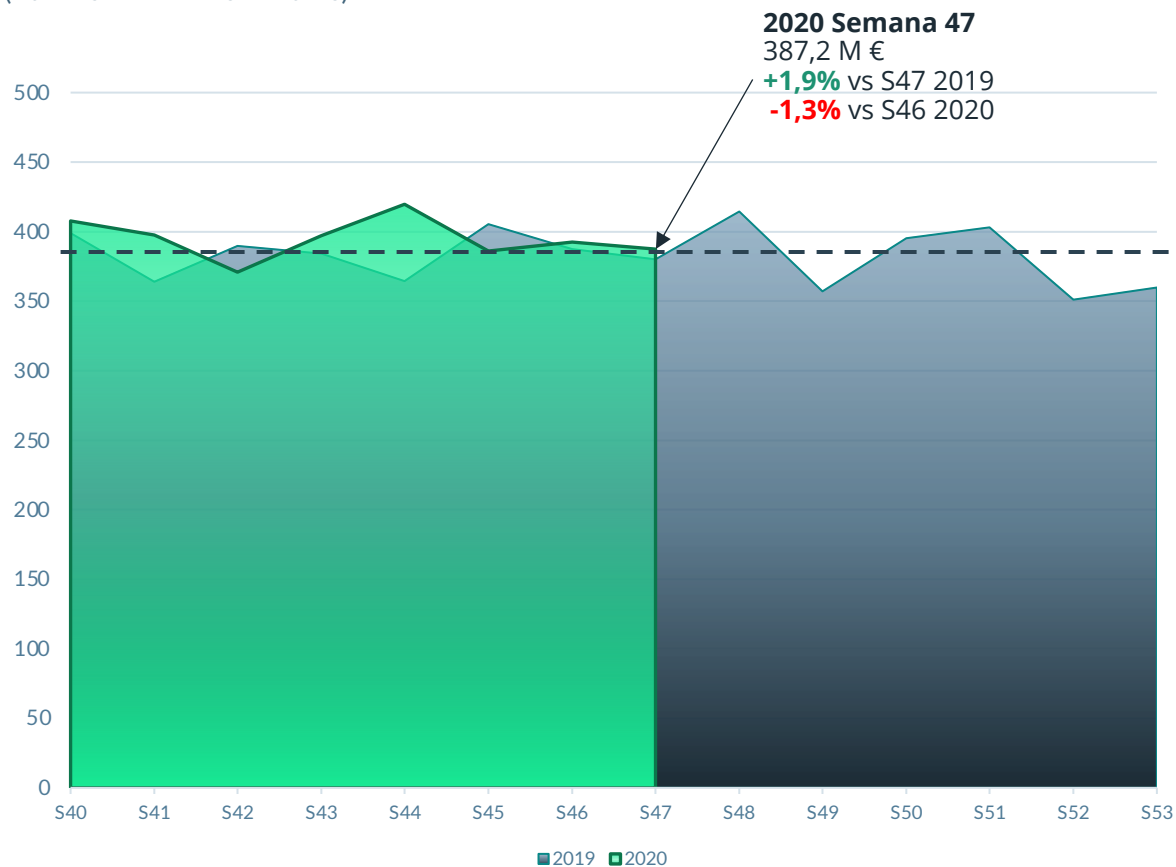


Especial Coronavirus 2ª Ola: Total Mercado

Ventas Semanales: Mercado de Oficina de Farmacia

Semanas 40- 53 del año, 2019 vs 2020

(Valores en millones de euros)



Acumulado Semanas Naturales S01-S47 2020

18.618 M €

Variación Interanual Acumulado S01-S47 2019 vs 2020

+3,1%

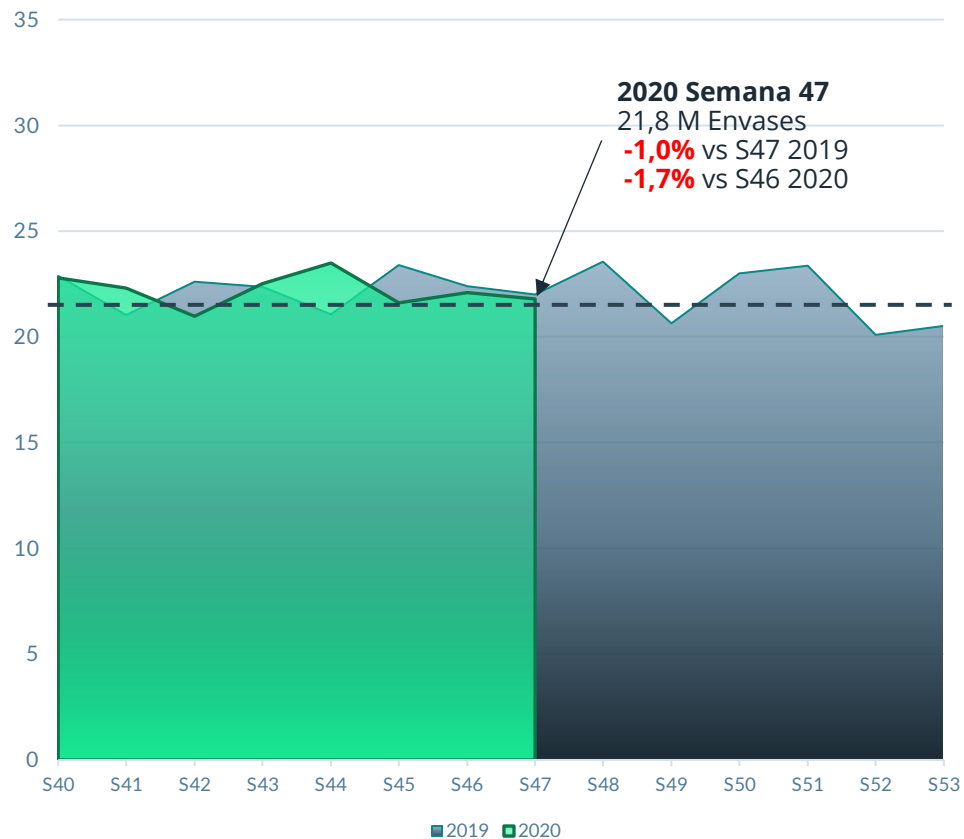
Nuestro análisis

- La semana 47 de 2020 incluye los días del 16 al 22 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
- Destacamos la evolución negativa de -1,3% desde la semana pasada, esta vez con días laborales comparables
- 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 47 de 2019 vs 2020
(Volumen en miles de envases)

ATC 2	Variación Unidades Absolutas	Variación Unidades Relativas
1 N05: Psiclépticos	+132	+7,9%
2 C10: Reguladores de lípidos	+64	+4,8%
3 N06: Psicoanalépticos	+55	+5,8%
86 J01: Antibacterianos	-236	-29,4%
85 M01: Antiinflamatorios	-130	-13,3%
84 R05: Preparados tos y resfriado	-117	-57,1%

Disp. Acum.
Sem. Naturales
S01-S47 2020

1.044M
envases

Var. Interanual
Acum. S01-S47
2019 vs 2020

-0,6%

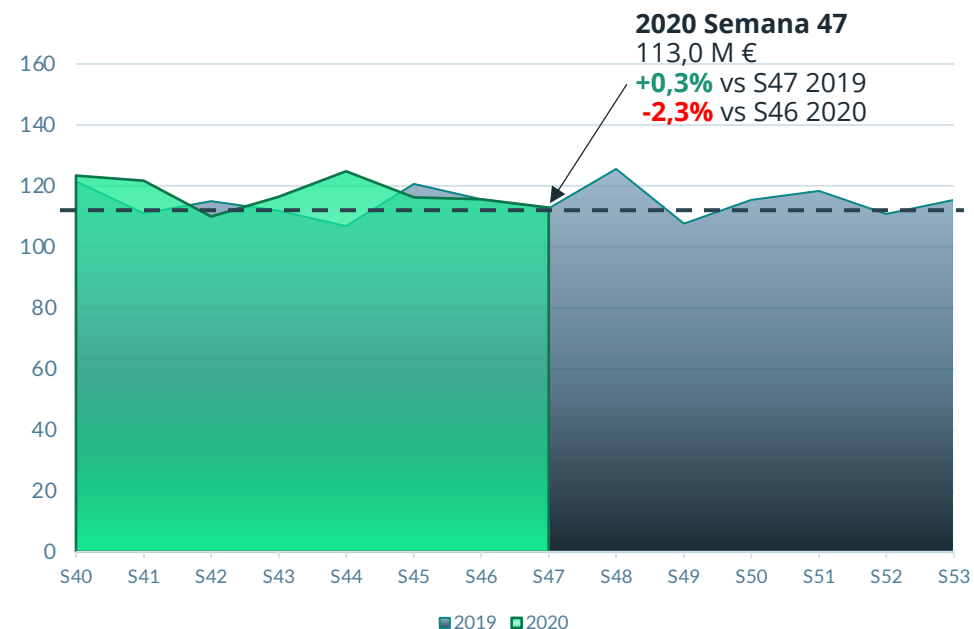
Nuestro análisis

- Seguimos destacando el crecimiento de la clase A11C2: Vitamina D dentro de la clase A11: Vitaminas, cuya dispensación crece +30% esta semana versus la misma semana del año pasado, manteniendo prácticamente el mismo volumen de dispensación durante 3 semanas consecutivas

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 47 de 2020 versus Semana 47 de 2019	Variación Absoluta	Variación %
Autocuidado	+0,4	+0,3%
Medicamentos "OTC" / MSRM	-6,4	-25,4%
Suplementos	-0,0	-0,1%
Cuidado Personal	-2,4	-9,7%
Cuidado del Paciente	+8,7	+26,1%
Nutrición	+0,7	+6,2%
Homeopatía	-0,2	-20,7%

Nuestro análisis

- La facturación de productos de autocuidado ralentiza su evolución -2,3% esta semana desde la semana pasada de este año
- Esta semana los suplementos facturan 17,3 M €, prácticamente el mismo valor observado en la semana 47 de 2019

Acumulado Semanas Naturales S01-S47 2020

5.716 M €

Variación Interanual Acum. S01-S47 2019 vs 2020

+5,2%

Previsión HMR Cierre Nov 2020

486 M €

Previsión HMR Variación Interanual Nov 2019 vs 2020

-1,5%

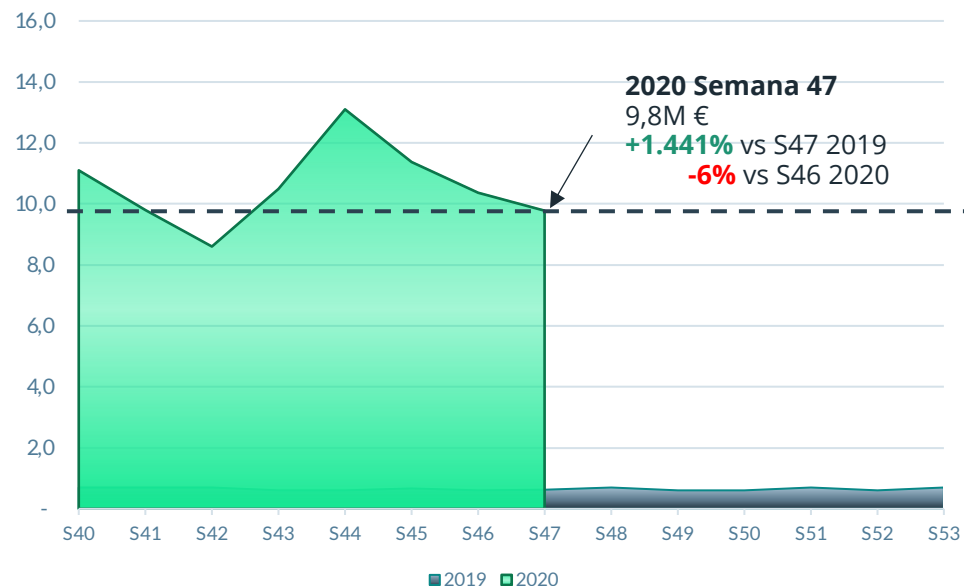
Especial Coronavirus 2ª Ola: Autocuidado

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 47 de 2020 versus Semana 47 de 2019	Variación Absoluta	Variación %
Categorías Insignia Covid-19	+9.150	+1.627%
Mascarillas y EPI	+8.503	+6.769%
Desinfectantes	+471	+175%
Termómetros	+176	+74%

Nuestro análisis

- 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-S47 2020

505 M €

Variación Interanual
Acum. S01-S47
2019 vs 2020

+1.499%

Previsión HMR
Cierre
Nov 2020

40 M €

Previsión HMR
Variación Interanual
Nov 2019 vs 2020

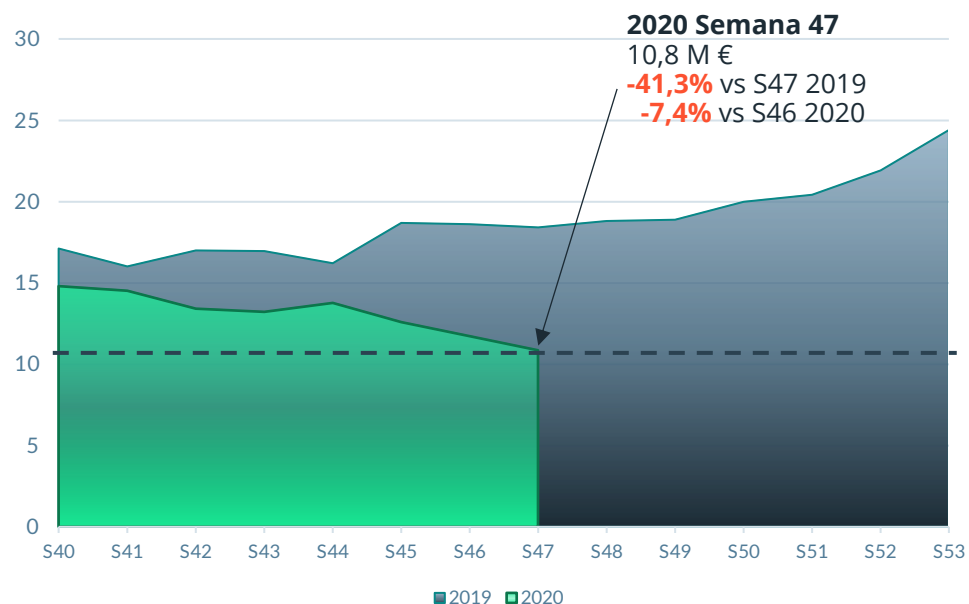
+1.357%

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 47 de 2020 versus Semana 47 de 2019	Variación Absoluta	Variación %
Categorías Otoño e Invierno	-7.615	-41,3%
Resfriado, Gripe, Tos	-7.149	-64,1%
Descongestión Nasal	-659	-34,2%
Analgésicos	-252	-9,6%
Suplementos "Defensas"	+444	+16,1%

Nuestro análisis

- En la semana 47, la venta de productos para el resfriado, la gripe o la tos continúa con tendencia negativa, con una evolución esta semana de -7,4% desde la semana pasada
- El agregado de dichas categorías alcanza hasta -64% de decrecimiento comparado con la misma semana del año pasado; la facturación es de 4,0 M € esta semana versus la facturación de 11,1 M € en la semana 47 de 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-S47 2020

648 M €

Variación Interanual Acum. S01-S47 2019 vs 2020

-5,3%

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 47 2019 vs 2020	Variación Absoluta	Variación %
Sueño y calmantes	+478	+26,3%
Alimentación hiperproteica	+437	+20,6%
Antiinflamatorios Tópicos	+430	+18,0%
Absorbentes para incontinencia	+259	+2,9%
Absorbentes y granulantes	+256	+35,8%
Enjuague adultos	+162	+13,1%
Anticaída cabello	+160	+13,1%

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

Semana 47 2019 vs 2020	Variación Absoluta	Variación %
Antidiarreicos	-545	-35,6%
Dermocosmética antiedad	-476	-12,4%
Protector labial sin FPS	-469	-64,6%
Leche regular	-284	-15,7%
Antiparasitario capilar	-264	-43,7%
Hidratante para las manos	-256	-50,4%
Dermatitis atópica	-228	-23,5%

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