

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

Otoño Invierno 20 / 21

29 de enero de 2021 – Semana 03

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.

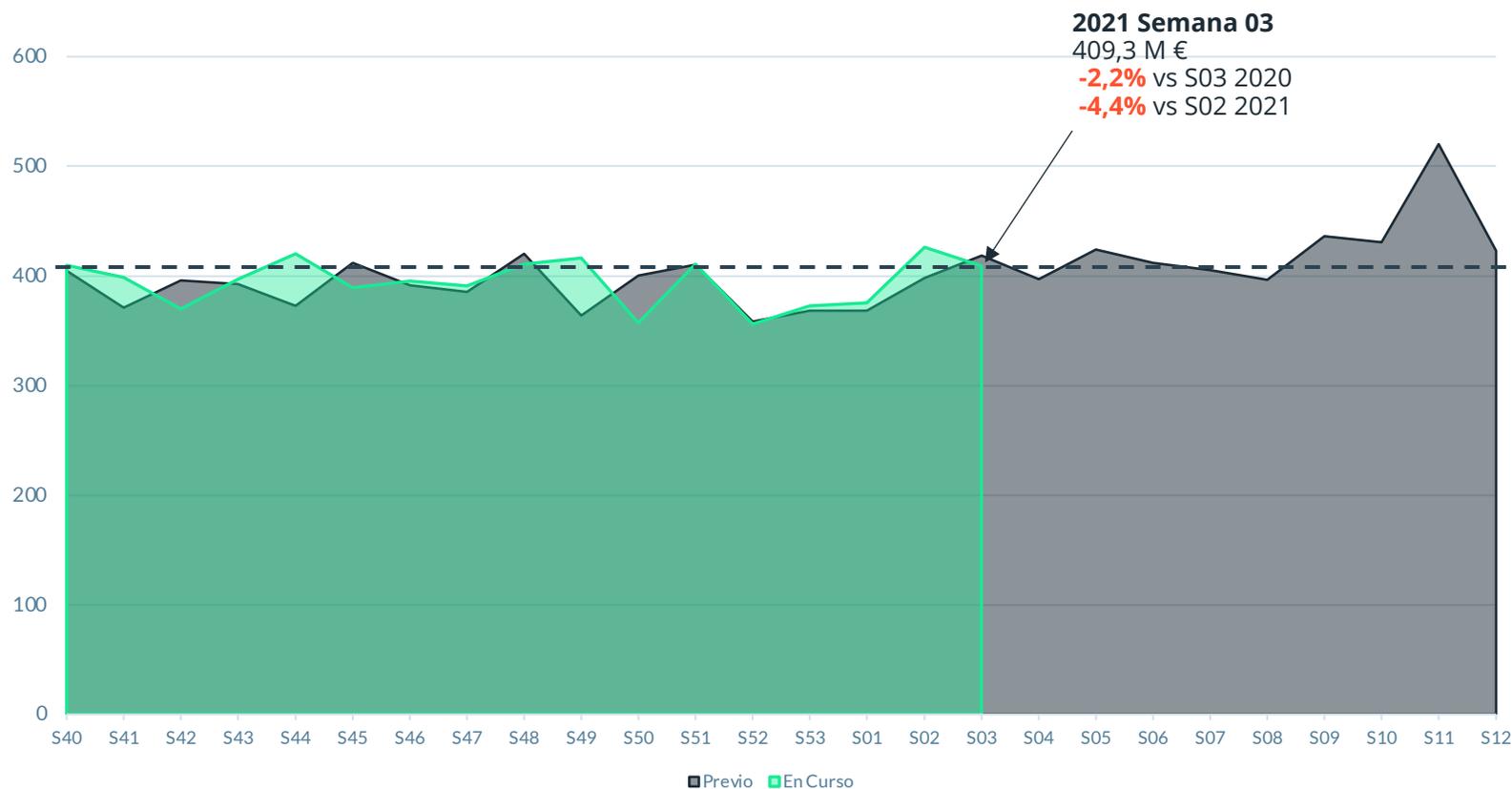
The power of knowledge grows when is shared. And can change lives.



Especial Coronavirus 3ª Ola: Total Mercado

Ventas Semanales: Mercado de Oficina de Farmacia

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



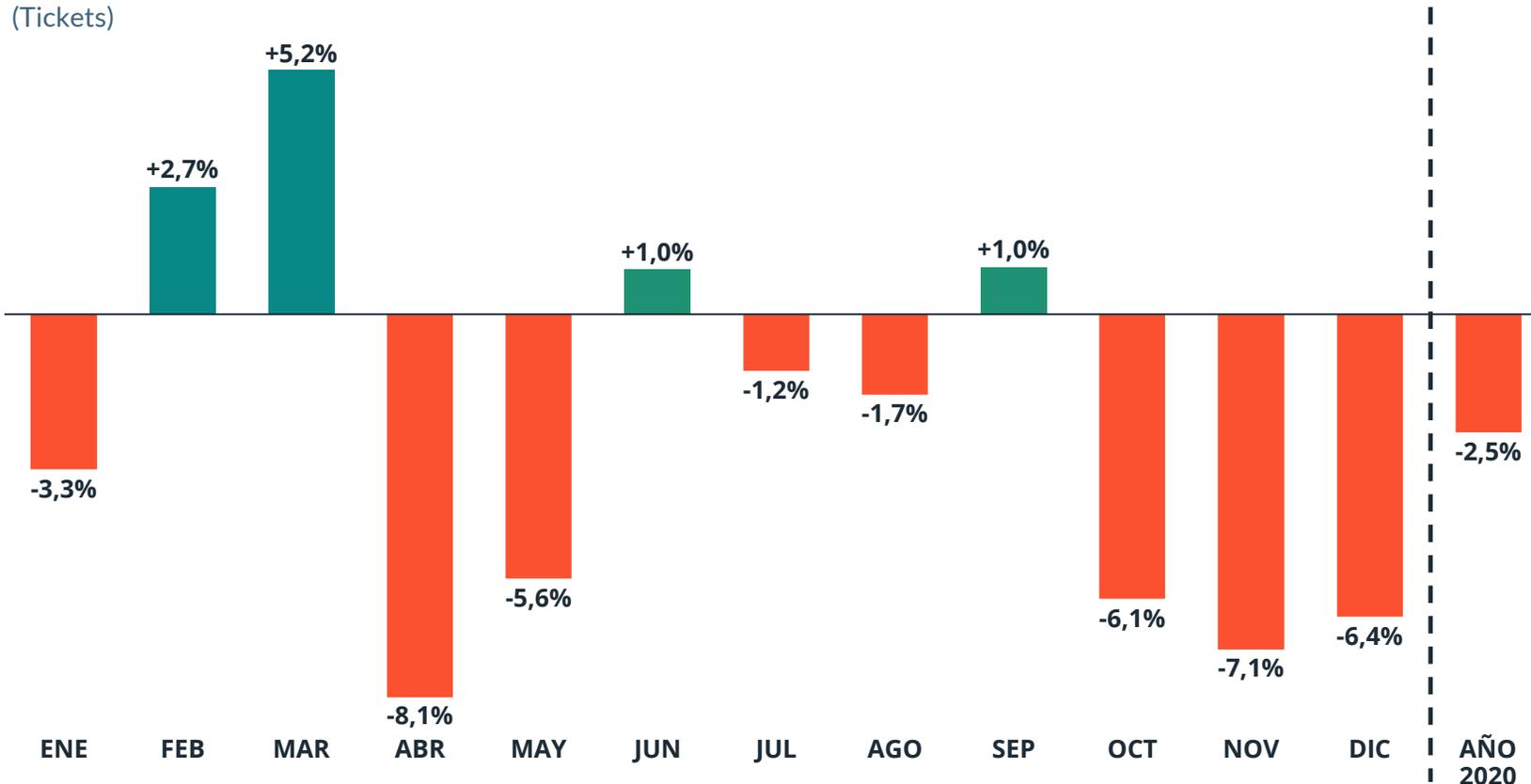
Nuestro análisis

- La semana 3 de 2021 incluye los días del 18 al 24 de enero, 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
- El comportamiento del mercado agregado sigue en mayor parte alineado con el comportamiento del año pasado, previo a la crisis del coronavirus, aunque se detectan grandes variaciones en clases de medicamentos y categorías de autocuidado que crecen o decrecen según distintos fenómenos observados
- Destacamos que a partir de la semana 9 del año, empezaremos a observar grandes decrecimientos (y en algunos casos crecimientos) en la venta semanal debido al acopio de productos en la farmacia durante las semanas 9 – 11 de 2020, el confinamiento domiciliario estricto, y luego el abastecimiento de mascarillas respiratorias y EPI culminando en el desconfinamiento faseado en la primavera de 2020
- Nota: en el año 2020, según el calendario ISO, hubo 53 semanas. En nuestro análisis, la comparativa de la semana 53 de 2020 se ha realizado respecto a la semana 1 de 2021

Especial Coronavirus 3ª Ola: Actividad

La actividad en la farmacia acumula un decrecimiento de -2,5% en el año 2020, sufriendo sobre todo en los meses en que hay medidas más estrictas de movilidad

Variación Interanual de Actividad (Tickets) Mensuales en la Farmacia
Año 2020 vs 2019
(Tickets)



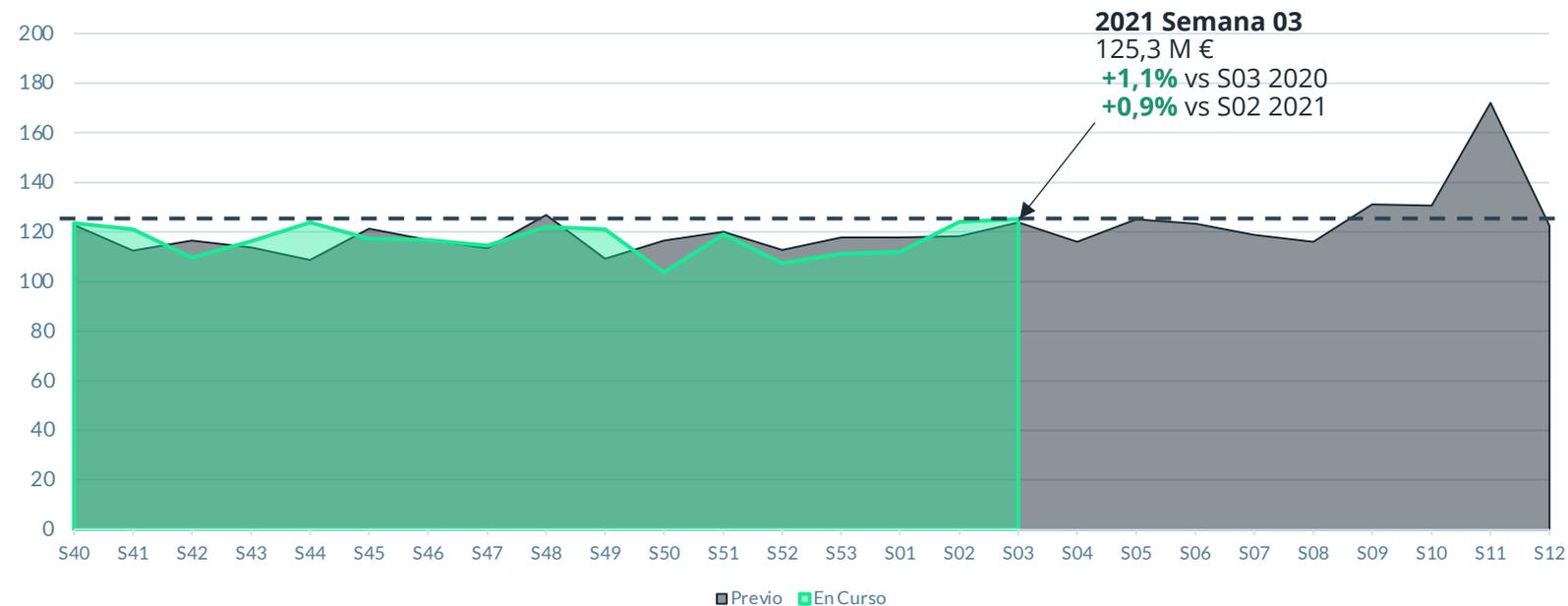
Nuestro análisis

- La actividad en la farmacia, aproximada por tickets de venta, acumula un decrecimiento de -2,5% en el año 2020, sufriendo sobre todo en los meses en que hay medidas más estrictas de movilidad
- Se detecta una excepción en marzo de 2020, cuando hubo un acopio de productos en farmacia durante las semanas 9 a 11 de 2020
- Corregimos una versión de este gráfico previamente publicado en que reportamos un decrecimientos de actividad en junio y en septiembre, y un crecimiento de actividad en el mes de agosto
- (*) 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

Especial Coronavirus 3ª Ola: Autocuidado

Venta Semanal de Productos de Autocuidado

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



Nuestro análisis

- La facturación de productos de autocuidado crece +1,1% versus la misma semana del año pasado
- Las categorías que impulsan el crecimiento son las mascarillas respiratorias y EPI; las categorías que más decrecen son las de gripe, resfriado y tos

Variación Interanual de Venta de Productos de Autocuidado por Segmento

(Valores en millones de euros; Semana en curso)



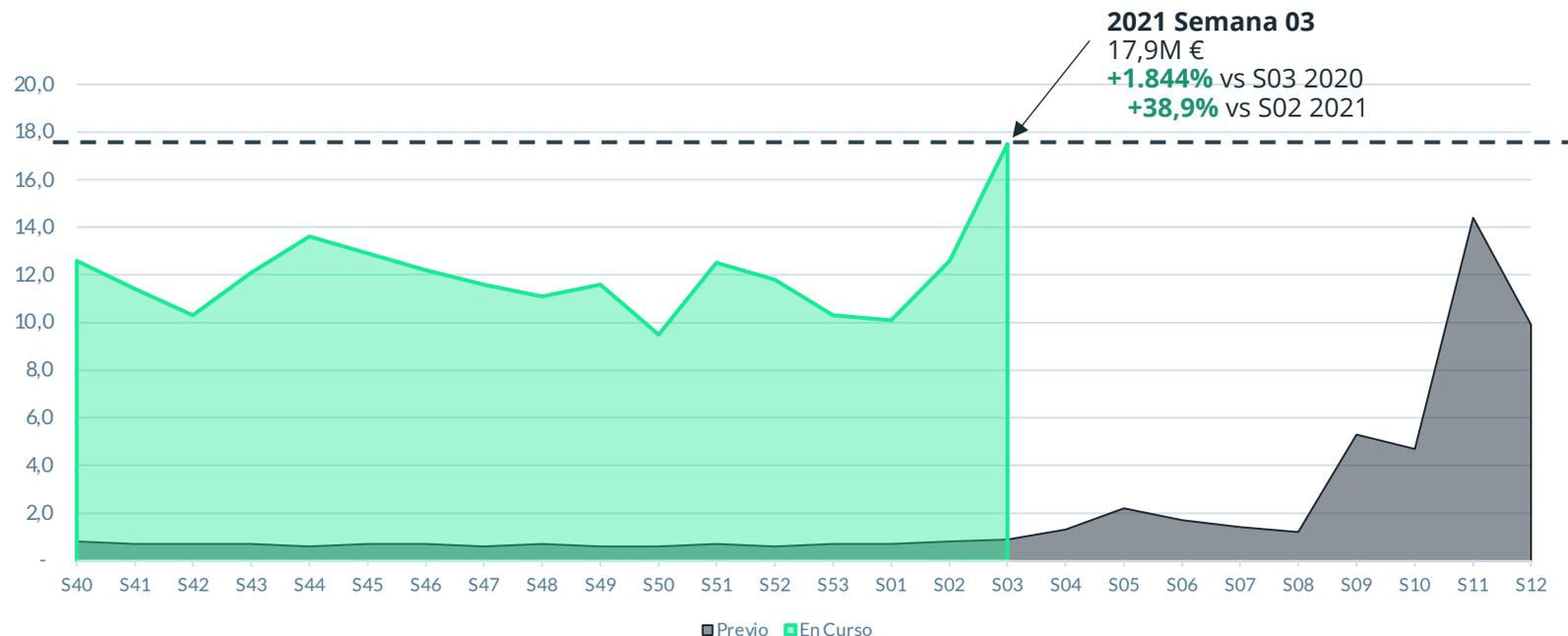
Especial Coronavirus 3ª Ola: Autocuidado

Categorías “Insignia” Covid-19

Venta Semanal de Productos de Autocuidado en Categorías “Insignia” Covid-19

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

(Ventas en millones de euros)

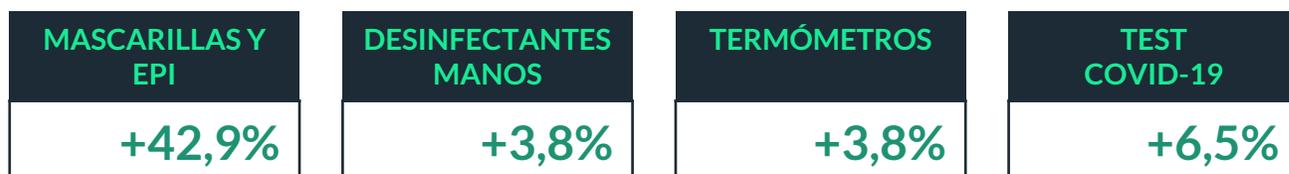


Nuestro análisis

- Las mascarillas y EPI crecen +42,9% en la semana 3 desde la semana 2 de 2021. Observamos un crecimiento de +58% de venta de mascarillas respiratorias FFP 2
- Incluimos ahora la categoría de Test Covid-19 en el agregado de categorías “insignia” Covid-19
- 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

Variación Desde la Semana Pasada de Venta de Productos de Autocuidado por Categorías Insignia Covid-19

(Valores en millones de euros)

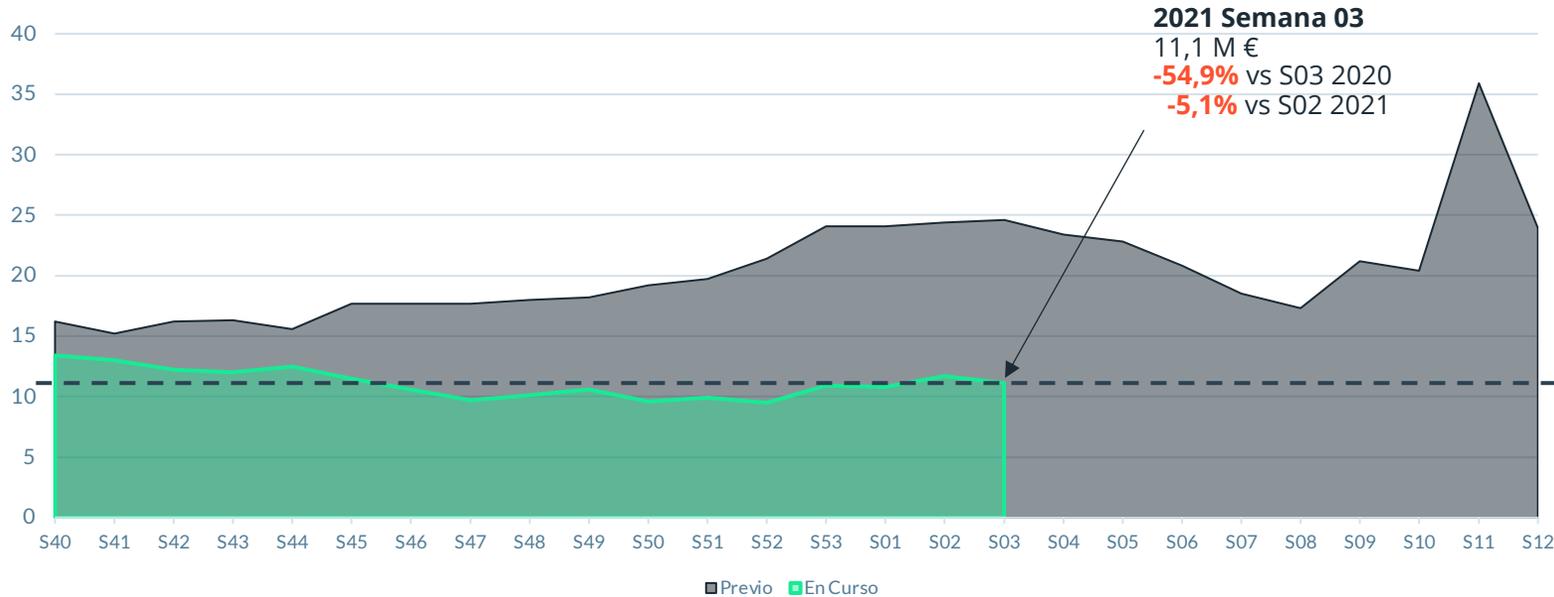


Especial Coronavirus 3ª Ola: Autocuidado

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

(Valores en millones de euros)



Nuestro análisis

- En la semana 3 de 2021, el agregado de categorías seleccionadas de otoño e invierno sigue facturando entorno a 11 M € semanalmente, unos -13,5 M € menos que la misma semana de 2020
- Los analgésicos adulto y pediátricos decrecen su venta en -23% esta semana versus el año pasado, las presentaciones pediátricas son las que más decrecen, -61,7%, debido al tipo de gripe que afectó particularmente a los niños en la temporada pasada
- Incluimos ahora los suplementos de Vitamina D en el agregado de suplementos "defensas", que crece +220% en ventas esta semana y lleva varias semanas creciendo en venta, tanto en las presentaciones de prescripción como las de autocuidado (sin receta) incluidas aquí
- 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, inmuoestimulantes, Vitamin C, Vitamin D)

La cobertura de stock en algunas categorías de invierno es hasta +5,8 meses superior que la del mismo mes en 2019

Meses de cobertura de stock (unidades) para categorías seleccionadas de invierno

		SEP	OCT	NOV	DIC	ENE
Antigripales	19-20	5,7	3,6	3,1	2,2	1,4
	20-21	8,4	5,5	8,0	6,0	
Expectorantes	19-20	5,9	3,7	3,5	2,2	1,4
	20-21	7,3	5,2	5,8	5,1	
Antitusígenos	19-20	7,1	4,4	4,0	2,6	1,5
	20-21	12,0	8,1	8,5	8,4	
Alivio de la tos seca y productiva	19-20	8,0	4,7	4,1	3,0	2,3
	20-21	10,8	7,3	7,7	7,9	
Inflamación Garganta	19-20	5,7	4,2	3,8	2,9	2,5
	20-21	6,8	5,5	5,6	4,9	
Preparaciones Nasales de agua de mar	19-20	7,6	5,9	5,1	4,4	3,5
	20-21	6,8	5,8	6,5	6,0	
Descongestionante Nasal	19-20	3,9	3,2	2,9	2,3	2,1
	20-21	3,6	3,2	3,4	2,7	

Nuestro análisis

- Actualizamos la cobertura de stock de ciertas categorías de invierno (principalmente las categorías para la gripe, el resfriado o la tos) en las farmacias
- La cobertura decrece ligeramente respecto a noviembre, pero sigue hasta +5,8 meses por encima de la cobertura que hubo en diciembre de 2019
- Nota metodológica: en este análisis, calculamos la cobertura de stock según el nivel de existencias o stock al final del mes dividido por las ventas en dicho mes

Especial Coronavirus 3ª Ola: Autocuidado

Otras Categorías* con Grandes Variaciones Esta Semana

Categorías* de Autocuidado con Mayor Crecimiento Absoluto Esta Semana

(Valores en miles de euros)

Semana 03 2021 vs 2020	Variación Absoluta	Variación %
Sueño y calmantes	+504	+25,5%
Alimentación hiperproteica	+371	+17,9%
Absorbentes y granulantes	+368	+54,3%
Glucemia	+344	+17,9%
Pulsioxímetros	+211	+863,4%

Categorías* de Autocuidado con Mayor Decrecimiento Absoluto Esta Semana

(Valores en miles de euros)

Semana 03 2021 vs 2020	Variación Absoluta	Variación %
Dermocosmética antiedad	-595	-17,8%
Antidiarreicos	-555	-35,5%
Protector solar adulto	-464	-38,0%
Antiparasitario capilar	-328	-54,5%
Protector labial sin FPS	-295	-44,2%

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