



# Pharmacy Market Watch España

**Dato marzo 2021**

**Publicado el 15 de abril de 2021**

Alexander Hang, Director Consulting and Customer Engagement  
[alexander.hang@hmr.co.com](mailto:alexander.hang@hmr.co.com)

Ana González Mariñas, Consultant  
[ana.gonzalez@hmr.co.com](mailto: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

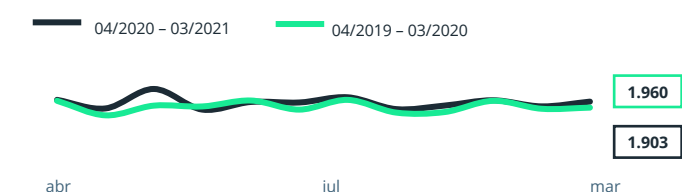
## Facturación y variación interanual en oficinas de farmacia

	MES MAR 2021			ACUMULADO DEL AÑO			TOTAL AÑO MÓVIL		
VALORES (M €)	1.903,0	-56,6	-2,9%	5.310,1	-152,0	-2,8%	20.891,7	+68,2	+0,3%
VOLUMEN (M UN)	165,2	-6,2	-3,6%	465,5	-7,2	-1,5%	1.911,4	+133,9	+7,5%

## Facturación y variación interanual en el mes por segmento

	M €		M UN	
<b>Total Oficina de Farmacia</b>	<b>1.903,0</b>	<b>-2,9%</b>	<b>165,2</b>	<b>-3,6%</b>
<b>Medicamentos Éticos</b>	<b>1.334,5</b>	<b>-2,6%</b>	<b>106,6</b>	<b>-6,3%</b>
Marcas	1.036,6	-1,8%	58,4	-3,9%
Genéricos	297,9	-5,5%	48,2	-9,1%
<b>Autocuidado</b>	<b>565,0</b>	<b>-3,6%</b>	<b>58,3</b>	<b>+1,8%</b>
Medicamentos "OTC"	95,2	-26,5%	12,2	-33,0%
Suplementos	81,0	-13,5%	5,7	-21,4%
Cuidado Personal	115,5	+6,4%	9,7	-2,9%
Cuidado del Paciente	216,2	+11,4%	28,8	+47,3%
Nutrición	53,8	-3,0%	1,7	-15,9%
Homeopatía	3,4	-33,6%	0,3	-25,8%
<b>Otros Productos</b>	<b>3,5</b>	<b>+14,7%</b>	<b>0,2</b>	<b>-1,6%</b>

## Evolución mensual en valores (M €)



## Clasificación compañías por facturación en el mes

	VALORES M €			VOLUMEN M UN		
1 Cinfa	81,1	+1,8%	Cinfa	14,2	+0,1%	
2 Boehr. Ing.	58,8	-2,3%	Normon	8,6	+8,2%	
3 Viatris	54,2	-2,2%	Kern	6,2	-15,2%	
4 Sanofi	50,6	-12,6%	Viatris	5,5	-5,0%	
5 Novartis	49,5	-4,0%	Stada	4,8	+5,8%	

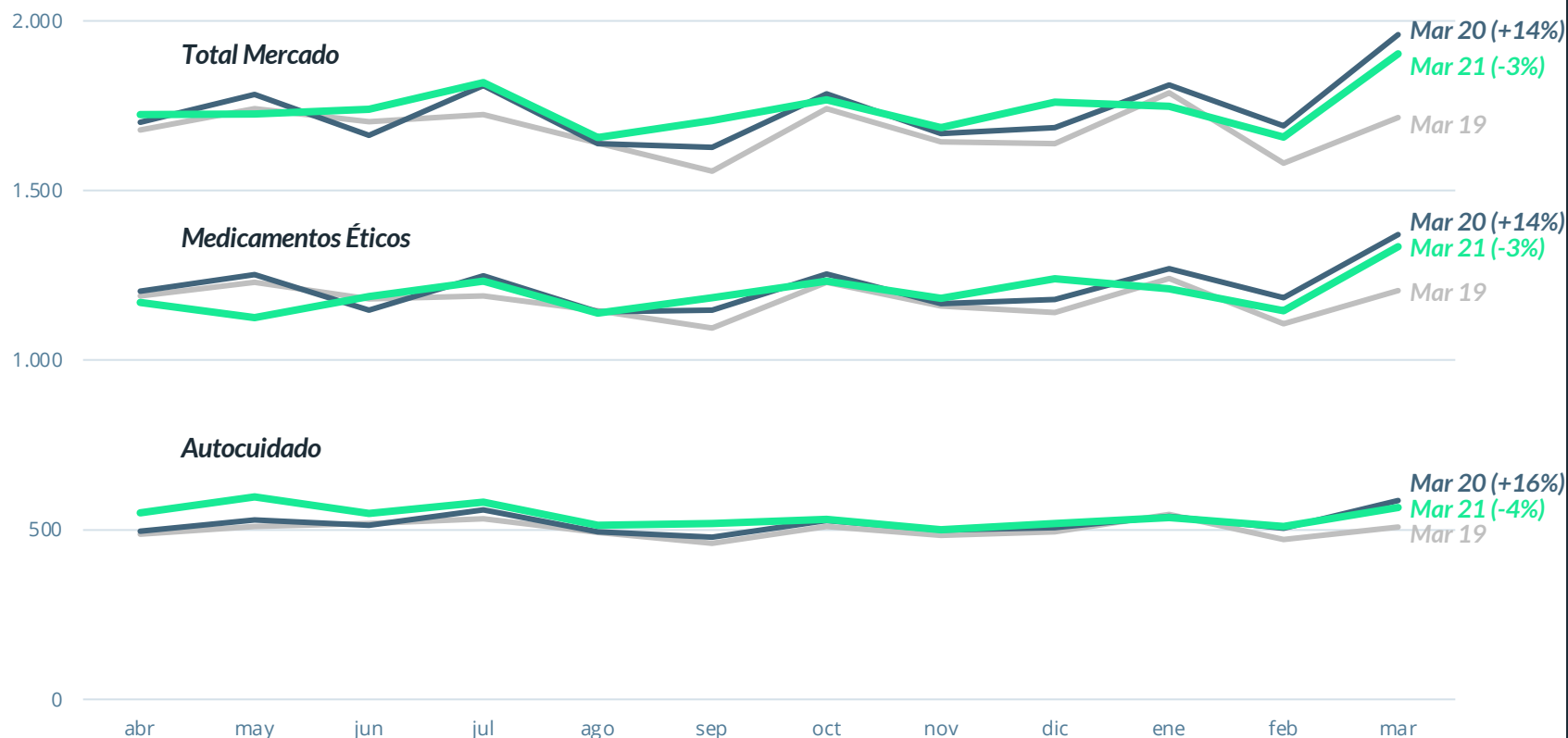
## Nuestro análisis

- En el mes de marzo, la facturación en oficina de farmacia disminuyó -2,9% en valores y -3,6% en volumen comparado con el mismo mes del año anterior
- El resultado de este mes desacelera el crecimiento en el TAM en -1,5 puntos, desde el +1,8% observado el mes pasado a +0,3% en valores
- Recordamos que este año el mes de marzo tuvo 1 día laborable más que el año pasado (23 días en 2021 vs 22 días en 2020). Además, aunque Semana Semana comienza este año a finales de marzo, no hubo efecto detectable en los resultados de los días 28-31 de marzo
- En marzo 2020 se decretó el estado de alarma en España como medida para frenar la propagación de la Covid 19. Se detectó un acopio masivo de productos durante la segunda semana de marzo y posteriormente un efecto "rebote" en varias clases de medicamentos y categorías de productos
  - Comparado con el mes de marzo de 2019, periodo con 21 días laborales, el resultado del mercado de la farmacia en marzo 2021 tiene un crecimiento de +11% en valores
  - El segmento de medicamentos éticos crece un +11% en valores versus marzo de 2019
  - El segmento de autocuidado crece un +10% en valores versus marzo de 2019

# Aunque el resultado de este mes disminuye -3% vs marzo 2020, supera en más del +10% al de marzo 2019

## Evolución mensual del mercado de la farmacia

36 meses, abril 2018 – marzo 2021; variación Mar 2021 vs Mar 2020 y variación Mar 2020 vs Mar 2019  
(Ventas en millones de euros)



### Nuestro análisis

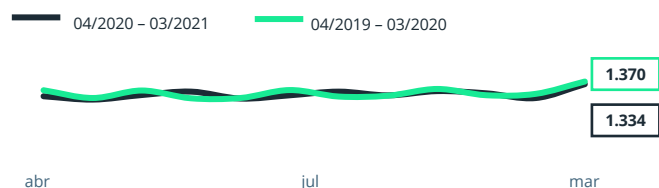
- Observamos que, a pesar del efecto acopio detectado en marzo 2020, los valores de ventas en marzo de este año continúan estando más cercanos a los valores del año pasado aunque algo por debajo (-3%)
- El resultado de marzo 2021 representa un crecimiento del +11% versus marzo 2019, tanto en el segmento de medicamentos éticos como en productos de autocuidado
- En el segmento de medicamentos éticos, las clases ATC2 de A10: Antidiabéticos (+24%), B01: Antitrombóticos (+28%) y N05: Psicofármacos (+21%) son las 3 clases que más contribuyen al crecimiento sostenido en marzo 2021 versus marzo 2019
- En el segmento de autocuidado, las 3 categorías que más sostienen el crecimiento en valores absolutos respecto a marzo 2019, aparte de las mascarillas respiratorias, son los absorbentes para la incontinencia (+16%), analgésicos (+93%) y los productos para el sueño (+44%)

# Medicamentos Éticos

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

	MES MAR 2021			ACUMULADO DEL AÑO			TOTAL AÑO MÓVIL		
VALORES (M €)	<b>1.334,5</b>	<b>-35,7</b>	<b>-2,6%</b>	<b>3.690,9</b>	<b>-133,1</b>	<b>-3,5%</b>	<b>14.386,2</b>	<b>-176,6</b>	<b>-1,2%</b>
VOLUMEN (M UN)	<b>106,6</b>	<b>-7,2</b>	<b>-6,3%</b>	<b>294,7</b>	<b>-22,7</b>	<b>-7,2%</b>	<b>1.152,8</b>	<b>-56,6</b>	<b>-4,7%</b>

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



## Clasificación compañías por facturación en el mes

	VALORES M €		VOLUMEN M UN	
1 Cinfa	67,0	<b>+6,2%</b>	Cinfa	12,6 <b>+4,7%</b>
2 Boehr. Ing.	58,4	<b>-2,3%</b>	Normon	8,2 <b>+14,7%</b>
3 Novartis	49,4	<b>-4,0%</b>	Kern	5,5 <b>-9,1%</b>
4 Viatris	49,1	<b>+0,2%</b>	Viatris	4,9 <b>-1,6%</b>
5 GSK	47,6	<b>-7,7%</b>	Stada	4,4 <b>+6,2%</b>

## Las clases ATC2 con mayor variación absoluta en el mes

	VARIACIÓN M €	VARIACIÓN M UN
1 B01: Antitrombóticos	<b>+8,8</b>	A11: Vitaminas <b>+0,2</b>
2 M03: Relajante Muscular	<b>+3,2</b>	D07: Corticosteroides tópicos <b>+0,2</b>
3 A11: Vitaminas	<b>+2,9</b>	N05: Psicofármacos <b>+0,2</b>
4 G03: Hormonas Sexuales	<b>+2,4</b>	G04: Urológicos <b>+0,1</b>
5 J07: Vacunas	<b>+2,4</b>	D01: Antifúngicos <b>+0,1</b>
87 R03: Asma y EPOC	<b>-23,9</b>	N02: Analgésicos <b>-3,2</b>
86 C10: Reguladores lípidos	<b>-10,8</b>	J01: Antibacterianos <b>-1,1</b>
85 N02: Analgésicos	<b>-6,7</b>	R05: Antigripales <b>-0,7</b>
84 N07: Otros SNC	<b>-6,3</b>	M01: Antiinflamatorio <b>-0,6</b>
83 J01: Antibacterianos	<b>-5,2</b>	R01: Preparados nasales <b>-0,4</b>

## Nuestro análisis

- En el mes de marzo, la dispensación de medicamentos éticos en oficina de farmacia decrece -2,6% en valores y -6,3% en volumen con respecto al mismo mes en 2020
- El resultado de este mes desacelera el crecimiento en el TAM en -1,4 puntos, desde el +0,2% observado el mes pasado a -1,2% en valores este mes
- La clase ATC2 B01: Antitrombóticos continua creciendo este año a pesar del comportamiento anómalo del año pasado (recordamos que en marzo de 2020 crecía +17% respecto 2019)
- Este mes, seguimos observando niveles de dispensación superiores a los de marzo de 2019 en clases que también mostraban un comportamiento anómalo en marzo de 2020 como la A10: Antidiabéticos y la clase N05: Psicofármacos
- Observamos algunas clases como R03: Asma y EPOC y C10: Reguladores de Lípidos, que a pesar de haber tenido un gran crecimiento en marzo 2020, no han mantenido el crecimiento durante los meses posteriores

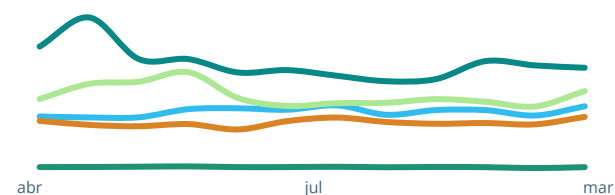


# Autocuidado

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

	MES MAR 2021			ACUMULADO DEL AÑO			TOTAL AÑO MÓVIL		
VALORES (M €)	565,0	-21,3	-3,6%	1.610,5	-20,2	-1,2%	6.468,9	+238,6	+3,8%
VOLUMEN (M UN)	58,3	+1,0	+1,8%	170,3	+15,5	+10,0%	756,6	+190,3	+33,6%

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



Cuidado del Paciente: 146,5
Cuidado Personal: 115,5
Medicamentos "OTC": 95,2
Suplementos: 81,0
Nutrición: 14,1

Clasificación compañías por facturación en el mes

	VALORES M €			VOLUMEN M UN		
1 Indas	16,8	-2,1%	Cinfa	1,7	-25,0%	
2 Hartmann	14,9	-20,3%	GSK	1,4	-29,8%	
3 GSK	14,5	-19,9%	Hartmann	1,3	-17,8%	
4 Cinfa	14,1	-15,0%	J&J	1,2	-30,3%	
5 Isdin	13,6	+23,6%	Lacer	1,2	+0,0%	

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

	MEDICAMENTOS "OTC"		SUPLEMENTOS		CUIDADO PERSONAL		CUIDADO DEL PACIENTE		NUTRICIÓN	
	VARIACIÓN		VARIACIÓN		VARIACIÓN		VARIACIÓN		VARIACIÓN	
VALORES (K €)	1 Iberogast	+426,8 +54,7%	ZzzQuil Natura	+907,1 +292,7%	Fotop. Isdin Fusion Water	+397,1 +83,2%	Incopack Pants	+672,1 +12,1%	Almirón Advance Pro 1	+357,3 +853,7%
	2 Thrombocid Forte	+358,2 +35,8%	Aliviolas Advanced	+238,9 +483,0%	Bepanthol Tattoo	+291,7 LANZ	Lindor Ausonia Fit Pants	+580,2 +29,9%	Almirón Advance Pro 2	+335,7 +1.227%
	3 Voltadol Forte	+352,3 +10,2%	Fuca Regularidad	+192,7 LANZ	Fotop. Isdin Pediatrics F.Water	+192,8 +253,1%	Accu-Check Guide	+578,7 LANZ	Almirón Advance+ Digest1	+160,6 +644,7%
VOLUMEN (K UN)	1 Thrombocid Forte	+33,2 +27,5%	ZzzQuil Natura	+56,1 +263,7%	Bepanthol Tattoo	+28,7 LANZ	Acofar Envase Recogida	+39,3 +79,9%	Almirón Advance Pro 1	+16,8 +1.136%
	2 Medebiotin Fuerte	+30,4 +28,8%	Fuca Regularidad	+21,5 LANZ	Acofar Vivera Gel Dermatol	+28,6 LANZ	Suavinex Spray Hidroalcohólico	+29,7 LANZ	Almirón Advance Pro 2	+16,6 +929,4%
	3 Iberogast	+29,5 +58,4%	Aliviolas Advanced	+21,3 +446,3%	lap Pharma Pour Femme	+11,6 +42,8%	Cosmopor E	+33,6 +26,6%	Almirón Papilla	+6,8 +68.311%

Nuestro análisis

- En el mes de marzo, observamos un decrecimiento del segmento de autocuidado de **-3,6% en valores** y un crecimiento de **+1,8% en volumen** comparado con marzo 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 **-8,5% en valores** y **-15,3% en volumen** comparado con el mismo mes en 2020
- Debido al aumento en la dispensación de productos de autocuidado durante la semana previa al confinamiento, este mes destacamos decrecimientos notables en las compañías del ranking respecto de marzo 2020
- Destacamos el crecimiento este mes de categorías que estuvieron especialmente perjudicadas debido al confinamiento en 2020, como los productos de protección solar (+72,4% en valores)

# Autocuidado: Facturación en el mes por categoría

	VALORES M €	VARIACIÓN INTERANUAL M €		PRODUCTO LÍDER EN CRECIMIENTO € ABSOLUTO
Salud de la piel y dermocosmética	82,3	+5,1	+6,6%	<i>Bepanthol Tattoo</i>
Botiquín y material sanitario	78,4	+34,8	+79,7%	<i>Mascarilla FFP 2</i>
Incontinencia y salud urinaria	51,9	-1,2	-2,3%	<i>Incopack Pants</i>
Bienestar, vitaminas y minerales	50,4	-9,3	-15,5%	<i>ZzzQuil Natura</i>
Nutrición adultos	36,9	+3,0	+8,8%	<i>Ensure Plus Advance</i>
Salud digestiva y gastrointestinal	36,4	-0,1	-0,3%	<i>Iberogast</i>
Salud respiratoria	33,6	-38,0	-53,0%	<i>Termatuss Pronatural</i>
Higiene y cuidado bucal	33,6	-7,0	-17,3%	<i>Vitis Cpc Protect</i>
Analgésicos y alivio del dolor	33,2	-0,6	-1,8%	<i>Voltadol Forte</i>
Bebé y mama (incl. nutrición infantil)	28,3	-3,6	-11,4%	<i>Almirón Advance+ Pronutra 1</i>
Cuidado del paciente y ortopedia	21,1	+0,8	+3,9%	<i>Farmalastic Medias</i>
Salud ocular y de los oídos	20,4	+1,3	+6,8%	<i>Otocerum</i>
Diagnóstico y medida de parámetros	17,3	-9,3	-35,0%	<i>Accu-Chek Guide</i>
Salud sexual e higiene íntima	16,3	+1,3	+8,5%	<i>Ovosicare Fertility</i>
Protección solar	11,2	+4,7	+72,4%	<i>Fotoprotector Isdin Fusion Water</i>
Salud cardiovascular	11,1	+1,4	+14,9%	<i>Thrombocid Forte</i>
Repelente mosquitos, antiparásitos y biocidas	2,6	-4,5	-63,3%	<i>Montplet Virucida</i>
<b>Total Autocuidado</b>	<b>565,0</b>	<b>-21,3</b>	<b>-3,6%</b>	

## 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 marzo se observa que lo que más aporta al crecimiento este mes siguen siendo las mascarillas FFP2, y lo que más frena es la categoría de salud respiratoria, que factura -38,0 M € menos este marzo
- Destacamos que la categoría de protección solar factura este mes +72,4% respecto de lo que facturaron el año pasado. Aún así, la categoría factura un -23% menos que lo que facturó en marzo 2019

# Las categorías de salud de la piel y dermocosmética según HMR:

8 de las 11 grandes categorías registran crecimientos en el mes de marzo; sólo los tratamientos específicos, cuidado del cabello y cuidado de manos crecen versus marzo 2019

Facturación por categoría en el mes de marzo 2021, Variación Interanual y Top 3 Marcas

<b>01. Tratamientos y cuidados específicos de la piel</b>	22,5 M €	+19,7%
<b>02. Dermocosmética facial antiedad</b>	14,4 M €	+4,3%
<b>03. Cuidado del cabello</b>	12,5 M €	+10,2%
<b>04. Cuidado e higiene corporal</b>	10,7 M €	-15,3%
<b>05. Cuidado y limpieza facial</b>	9,3 M €	+10,5%
<b>06. Cuidado del contorno de ojos</b>	3,3 M €	+29,9%

<b>07. Cuidado de manos y uñas</b>	2,7 M €	-14,6%
<b>08. Cuidado de labios</b>	2,0 M €	-10,2%
<b>09. Productos de belleza y cosmética</b>	1,8 M €	+3,0%
<b>10. Fragancias</b>	1,7 M €	+36,7%
<b>11. Cuidado de pies</b>	1,4 M €	+9,9%

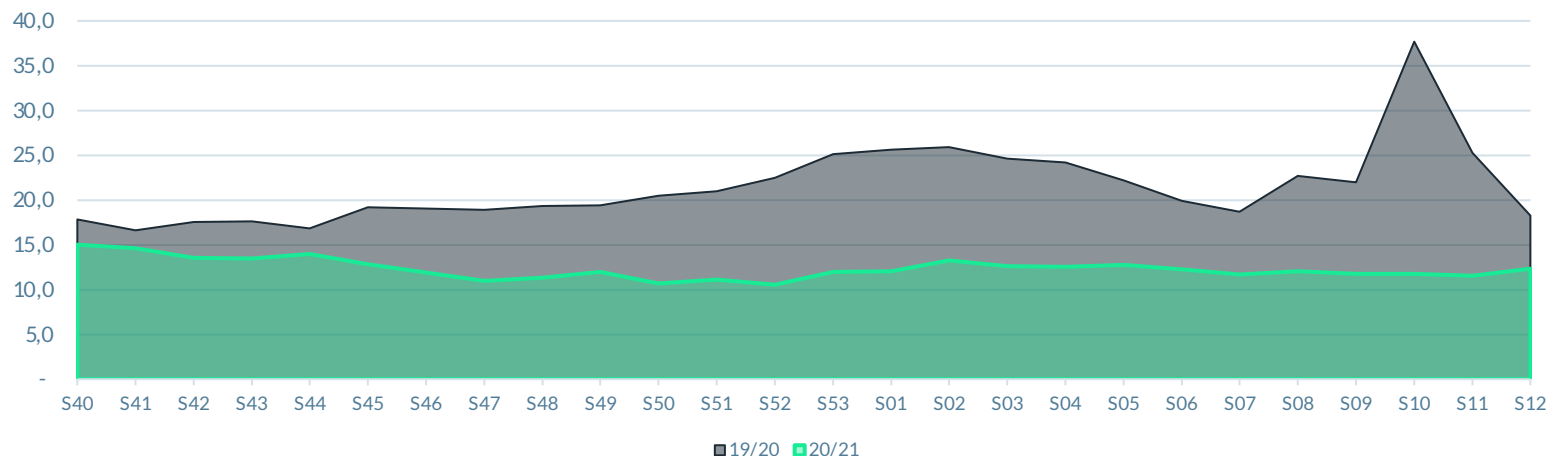


# Categorías Seleccionadas de Otoño e Invierno

## 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

	RESFRIADO, GRIPE, TOS	DECONGESTIÓN NASAL	ANALGÉSICOS	SUPLEMENTOS "DEFENSAS"
Marzo 2021	-59,9%	-28,5%	-43,7%	-47,8%
Temporada Oct 20 - Mar 21	-60,9%	-29,1%	-22,3%	-6,9%

### Nuestro análisis

- En el mes de marzo, el agregado de categorías seleccionadas de otoño e invierno facturó 53,9 M€ (-50,9% 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 marzo (-30,8 M€) respecto el año pasado, siendo los antigripales los que más contribuyeron al decrecimiento de la categoría (-10,0 M€ versus el mismo mes en 2020)
- Destacamos el cambio en la evolución del agregado de suplementos "defensas" que decrece desde la semana 8 (por primera vez desde el inicio de la temporada de invierno). En el mes de marzo, alcanzó 13,9 M€ (-47,8% menos que en marzo 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	3252,7	-4,9	-1,4%
Madrid	283,0	-3,6	-1,2%
Cataluña	270,6	-2,6	-1,0%
C. Valenciana	201,0	-26,5	-11,6%
Galicia	123,7	+0,8	+0,6%
Castilla y León	94,4	-9,2	-8,9%
Castilla La Mancha	94,1	-0,9	-1,0%
Canarias	90,9	+3,6	+4,1%
Murcia	65,4	+1,9	+3,0%
País Vasco	63,3	-18,6	-22,7%
Aragón	57,9	+0,1	+0,1%
Extremadura	50,7	+2,2	+4,5%
Asturias	47,8	+0,2	+0,3%
Islas Baleares	47,5	-1,8	-3,6%
Navarra	25,1	+1,0	+4,2%
Cantabria	24,2	+1,3	+5,7%
La Rioja	10,6	+0,5	+4,5%
<b>Total Nacional</b>	<b>1.903,0</b>	<b>-56,6</b>	<b>-2,9%</b>

Variación interanual por CCAA en oficinas de farmacia

