

Pharmacy Market Watch España

Dato enero 2022

Publicado el 17 de febrero de 2022

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

8.300 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

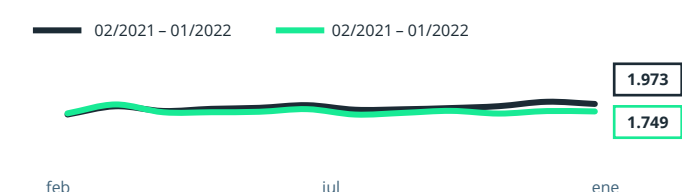
Facturación y variación interanual en oficinas de farmacia

	MES ENE 2022			ACUMULADO DEL AÑO			TOTAL AÑO MÓVIL		
VALORES (M €)	1.972,9	+223,7	+12,8%	1.972,9	+223,7	+12,8%	22.333,1	+1.349,6	+6,4%
VOLUMEN (M UN)	185,8	+30,9	+19,9%	185,8	+30,9	+19,9%	1.965,8	+48,6	+2,5%

Facturación y variación interanual en el mes por segmento

	M €		M UN	
Total Oficina de Farmacia	1.972,9	+12,8%	185,8	+19,9%
Medicamentos Éticos	1.307,1	+8,0%	105,5	+9,3%
Marcas	1.003,8	+7,0%	56,7	+8,2%
Genéricos	303,3	+11,7%	48,8	+10,6%
Autocuidado	663,0	+23,5%	80,2	+37,5%
Medicamentos "OTC"	128,1	+42,4%	17,0	+47,0%
Suplementos	81,9	+8,4%	6,1	+14,6%
Cuidado Personal	96,5	-4,7%	8,6	-2,8%
Cuidado del Paciente	301,4	+38,8%	46,7	+51,9%
Nutrición	51,4	+3,8%	1,6	-4,2%
Homeopatía	3,0	+3,5%	0,2	+4,7%
Otros Productos	2,9	+10,4%	0,1	+1,4%

Evolución mensual en valores (M €)



Clasificación compañías por facturación en el mes

	VALORES M €		VOLUMEN M UN	
1 Cinfa	99,3	+36,7%	Cinfa	17,2 +34,2%
2 Boehr. Ing.	61,0	+14,4%	Normon	9,3 +20,1%
3 Viatris	54,1	+9,4%	Kern	7,2 +26,2%
4 Normon	51,4	+20,9%	Viatris	5,6 +10,9%
5 Novartis	49,3	+4,4%	Stada	4,8 +8,1%

Nuestro análisis

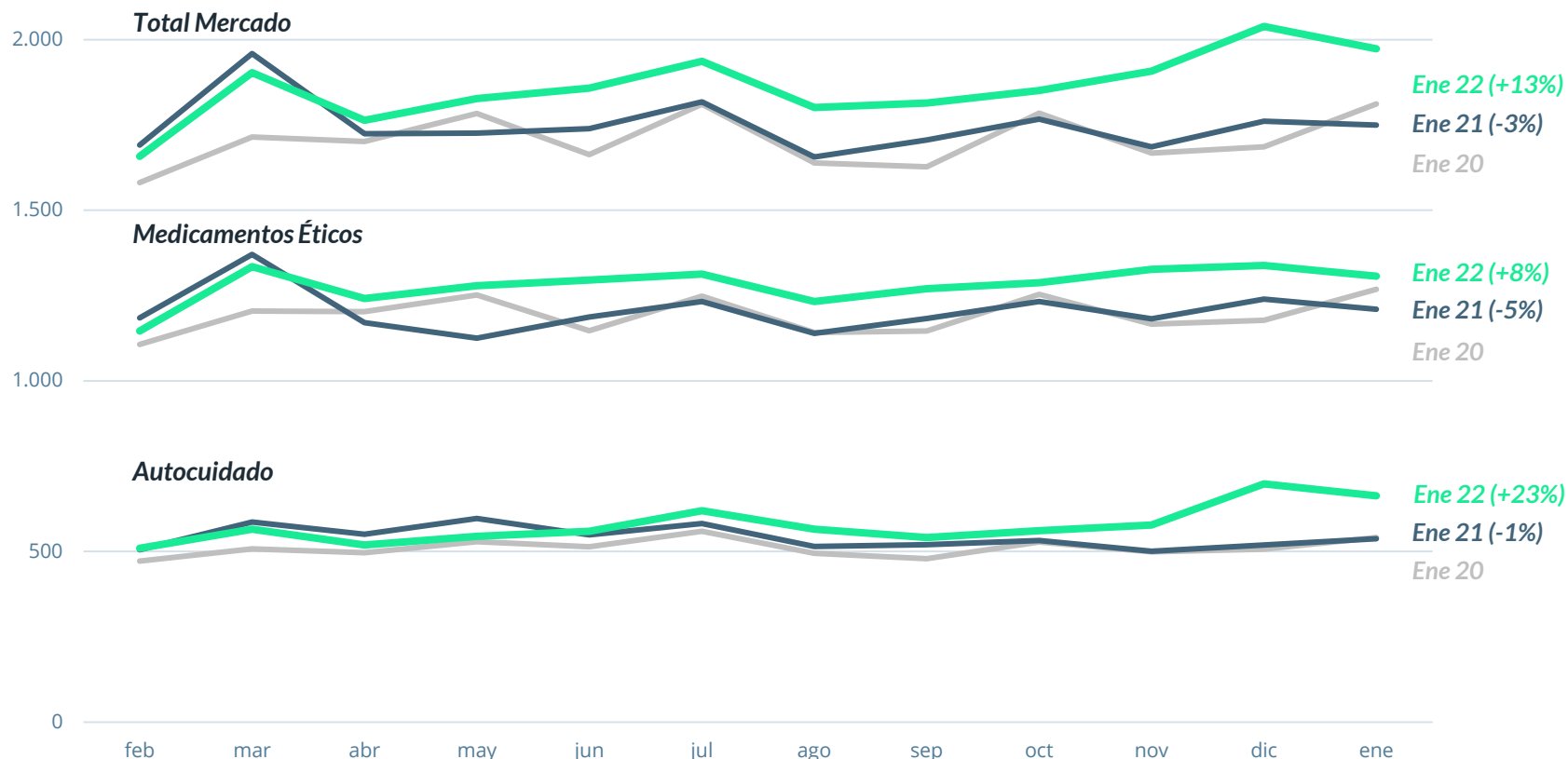
- En el mes de enero, la facturación en oficina de farmacia aumentó +12,8% en valores y +19,9% en volumen comparado con el mismo mes del año anterior. El resultado de este mes acelera el crecimiento en el TAM en +1,3 puntos, desde el +5,1% observado el mes pasado a +6,4% en valores
- Este año, enero tuvo 20 días laborables, mientras que el mismo mes tuvo 19 días en 2021 y 21 días en 2020, afectando al crecimiento del mercado en 2022 versus 2021 y versus 2020
- En comparación con el mes de enero de 2020 el resultado del mercado de la farmacia tiene un crecimiento de +9% en valores en enero de 2022. El segmento de medicamentos éticos crece +3% en valores versus enero de 2020. Por su parte, el segmento de autocuidado crece +23% en valores versus enero de 2020 debido al crecimiento de las categorías relacionadas con la Covid-19
- Los impulsores del crecimiento en el segmento de Autocuidado este mes siguen siendo el aumento en la dispensación de test de autodiagnóstico de Covid-19 así como la recuperación de las categorías relacionadas con la temporada de otoño/ invierno que crecen +42 M € (+63%) respecto enero 2021

El mercado crece +13% en enero por los medicamentos éticos y los productos de autocuidado

Evolución mensual del mercado de la farmacia

Febrero – Enero

(Ventas en millones de euros)



Nuestro análisis

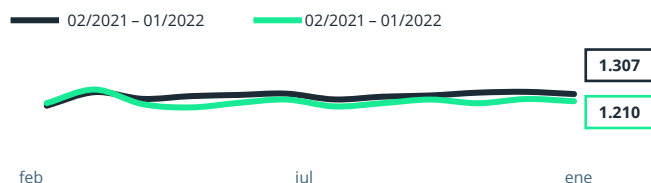
- Como se observa en los gráficos, el total mercado crece este mes +13% versus enero 2021. El segmento de autocuidado es el gran impulsor del crecimiento, que crece +23% este mes respecto enero 2021 por la dispensación de test rápidos de detección del Covid-19 así como la recuperación de los productos relacionados con la temporada otoño / invierno, y +23% versus enero 2020 apoyado en parte por las categorías "Covid"

Medicamentos Éticos

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

	MES ENE 2022			ACUMULADO DEL AÑO			TOTAL AÑO MÓVIL		
VALORES (M €)	1.307,1	+97,4	+8,0%	1.307,1	+97,4	+8,0%	15.368,8	+916,2	+6,3%
VOLUMEN (M UN)	105,5	+9,0	+9,3%	105,5	+9,0	+9,3%	1.232,4	+66,9	+5,7%

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



Clasificación compañías por facturación en el mes

	VALORES M €		VOLUMEN M UN	
1 Cinfa	65,8	+8,6%	Cinfa	11,9 +4,4%
2 Boehr. Ing.	61,0	+14,4%	Normon	8,4 +15,5%
3 Novartis	49,2	+4,4%	Kern	6,0 +20,8%
4 Viartis	48,4	+7,9%	Viartis	4,9 +8,1%
5 Normon	48,2	+17,5%	Stada	4,4 +6,5%

Las clases ATC2 con mayor variación absoluta en el mes

VARIACIÓN M €		VARIACIÓN M UN	
1 A10: Antidiabéticos	+21,3	N02: Analgésicos	+2,4
2 B01: Antitrombóticos	+8,4	J01: Antibacterianos	+0,6
3 R03: Asma y EPOC	+7,6	R06: Antihistamínicos	+0,5
4 C09: Renina-Angiotensina	+6,9	M01: Antiinflamatorios	+0,5
5 C10: Reguladores de lípidos	+5,9	C10: Reguladores de lípidos	+0,4
87 N07: Otros SNS	-2,7	G03: Hormonas sexuales	-0,1
86 G03: Hormonas sexuales	-1,1		
85 J07: Vacunas	-0,7		
84 D10: Preparados antiacné	-0,3		
85 M02: Antirreumáticos tópicos	-0,1		

Nuestro análisis

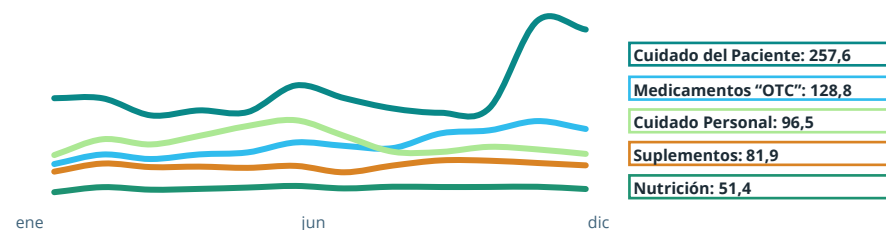
- En el mes de enero, la dispensación de medicamentos éticos en oficina de farmacia crece +8,0% en valores y +9,3% en volumen con respecto al mismo mes en 2021. En valores, el resultado de este mes acelera el crecimiento en el TAM en +1,1 puntos, desde el +5,2% observado el mes pasado a +6,3% este mes
- Destacamos el crecimiento en valores versus 2021 este mes de las clases ATC2 A10: Antidiabéticos (+14%), B01: Antitrombóticos (+9%) y C09: Renina-Angiotensina (+9%); que superan los niveles de dispensación de enero 2020 (+19%, +20% y +7% respectivamente)
- Además, este mes observamos el efecto de la entrada en vigor de la OPR de 2021 en los decrecimientos de algunas clases ATC2 como la G03: Hormonas sexuales (-1,1 M€), la D10: Preparados antiacné (-0,3 M€) y la M02: Antirreumáticos tópicos (-0,1 M€) que disminuyen en valores este mes tras la bajada de los precios de referencia de algunos medicamentos
- La clase ATC2 N07: Otros fármacos para el sistema nervioso central, continua cayendo debido a la falta de suministro del fármaco Champix tras la retirada de varios lotes el pasado mes de julio (-4,4 M€, -100% este mes versus enero 2021)

Autocuidado

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

	MES ENE 2022			ACUMULADO DEL AÑO			TOTAL AÑO MÓVIL		
VALORES (M €)	663,0	+126,1	+23,5%	663,0	+126,1	+23,5%	6.924,9	+429,9	+6,6%
VOLUMEN (M UN)	80,2	+21,9	+37,5%	80,2	+21,9	+37,5%	731,4	-18,3	-2,4%

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



Clasificación compañías por facturación en el mes

	VALORES M €		VOLUMEN M UN	
1 Cinfa	33,5	+177,6%	Cinfa	5,3 +264,8%
2 J&J	18,6	+40,6%	J&J	1,8 +38,8%
3 Indas	16,8	+5,8%	GSK Cons.	1,4 +11,8%
4 GSK Cons.	14,7	+11,8%	Cofares	1,3 +42,5%
5 Hartmann	14,1	+1,4%	Bayer	1,3 +25,3%

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

	MEDICAMENTOS "OTC"			SUPLEMENTOS			CUIDADO PERSONAL			CUIDADO DEL PACIENTE			NUTRICIÓN		
VALORES (K €)	1 Frenadol Complex	+2.929,0	+117,1%	Grintuss Adulto	+1.016,5	+231,2%	Bepanthol Tatroo	+242,1	LANZ	Xiamen Boson Biotech	+52.775,9	LANZ	Glucerna 1.5	+267,2	+39,4%
	2 Flutox	+1.600,3	+199,8%	Grintuss Pediatric	+569,5	+168,8%	Nutraisdin Baby Naturals Pañal	+194,6	LANZ	Flowflex	+7.066,1	LANZ	Nutavant Plus	+207,2	+35,0%
	3 Gelocatil	+1.321,3	+70,9%	Juanola	+552,5	+63,4%	Vivera Gel Dermatológico	+170,0	LANZ	Hangzhou Alltest	+4.723,4	LANZ	Ensure Plus Advance	+199,2	+13,1%
VOLUMEN (K UN)	1 Apiretal	+321,4	+145,3%	Juanola	+120,7	+49,7%	Vivera Gel Dermatológico	+89,1	LANZ	Xiamen Boson Biotech	+11.738,6	LANZ	Gerber	+9,1	LANZ
	2 Frenadol Complex	+281,0	+117,1%	Grintuss Adulto	+82,2	+223,6%	Bepanthol Tatroo	+23,9	LANZ	Flowflex	+1.432,4	LANZ	Almirón Papilla Eco	+8,7	LANZ
	3 Gelocatil	+276,3	+65,3%	Ricola	+80,7	+35,9%	Nutraisdin Baby Naturals Pañal	+16,3	LANZ	Hangzhou Alltest	+1.024,4	LANZ	Smileat Tarrito	+7,5	+114,5%

Nuestro análisis

- En el mes de enero, observamos un crecimiento del segmento de autocuidado de **+23,5% en valores** y **+37,5% en volumen** comparado con enero de 2021
- En enero 2022 J&J sigue impulsado principalmente por la recuperación de Frenadol tras la caída experimentada en 2021 (+111,0% en valores respecto enero 2021) aunque no alcanza los niveles de 2020 (-32,3% en valores)
- Observamos un efecto rebote en la categoría de productos para el alivio de la tos seca y productiva que crece +159% en valores (+3,4 M €) respecto enero de 2021 aunque sin alcanzar los niveles de enero 2020 (-33% en valores). Grintuss es la marca con mayor crecimiento en esta categoría (+1,6 M €, +193% versus enero 2021)
- Nótese que hemos excluido de la clasificación la aparición de nuevas compañías vinculadas a la distribución de material sanitario como test de autodiagnóstico de Covid

Autocuidado: Facturación en el mes por categoría

	VALORES M €	VARIACIÓN INTERANUAL M €	VARIACIÓN VS 2020	PRODUCTO LÍDER EN CRECIMIENTO € ABSOLUTO	
Botiquín y material sanitario	97,3	+4,2	+4,6%	+397%	Mascarilla FFP 2
Diagnóstico y medida de parámetros	89,8	+71,6	+394,1%	+474%	Xiamen Boson Biotech
Salud de la piel y dermocosmética	71,8	-5,9	-7,6%	-12%	Bepanthol Tattoo
Salud respiratoria	66,5	+32,6	+96,0%	-29%	Frenadol Complex
Incontinencia y salud urinaria	51,7	+2,9	+5,9%	+4%	Incopack Pants
Bienestar, vitaminas y minerales	47,4	+1,3	+2,9%	+10%	Aguilela Sueño Forte
Analgésicos y alivio del dolor	38,7	+9,8	+33,7%	+16%	Gelocatil
Salud digestiva y gastrointestinal	37,2	+3,4	+9,9%	-1%	Fortasec
Nutrición adultos	34,9	+2,3	+6,9%	+12%	Glucerna 1.5
Higiene y cuidado bucal	31,0	+0,4	+1,2%	-3%	Oral-B-Laboratory
Bebé y mama (incl. nutrición infantil)	25,8	-0,4	-1,4%	-14%	Nutraisdin Baby Naturals
Cuidado del paciente y ortopedia	20,4	+1,5	+8,0%	-5%	Farmalastic Medias
Salud ocular y de los oídos	18,5	+1,4	+8,2%	+6%	Thealoz Duo
Salud sexual e higiene íntima	14,9	-0,0	-0,3%	-9%	Gine-Canestén
Salud cardiovascular	9,7	-0,2	-2,3%	+4%	Daflon 500
Protección solar (adultos)	4,9	+1,3	+38,1%	-11%	Heliocare 360°
Repelente mosquitos, antiparásitos y biocidas	2,5	-0,0	-0,8%	-34%	OTC Antipiojos
Total Autocuidado	663,0	+126,1	+23,5%		

Nuestro análisis

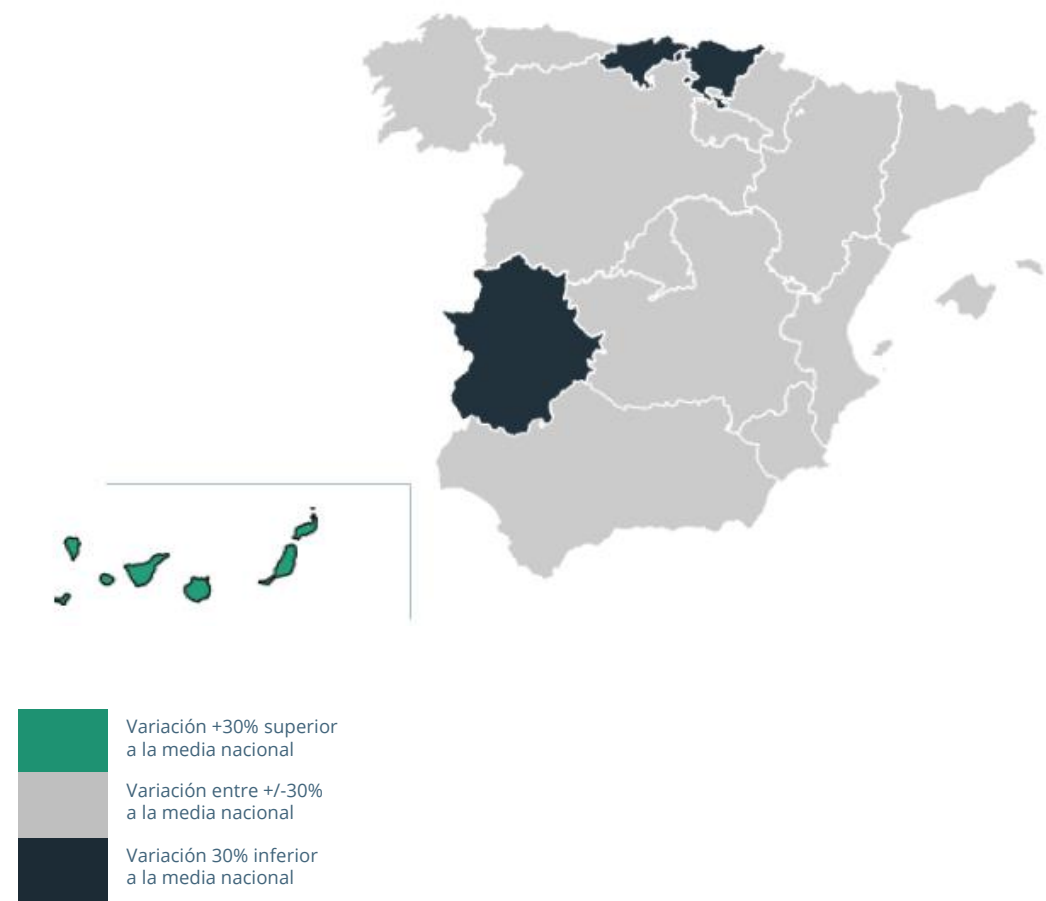
- Según esta categorización, la categoría de diagnóstico de parámetros es la de mayor crecimiento absoluto este mes (+71,6 M€ respecto enero 2021) debido a la dispensación de test de autodiagnóstico de Covid (52,8 M€ en el mes de enero 2022)
- Sin tener en cuenta los test de autodiagnóstico de Covid, el resultado del segmento de autocuidado tendría un crecimiento en el mes de +10% en valores comparado con 2021 y +9% comparado con 2020
- La categoría de salud respiratoria continúa recuperándose este mes (+32,6 M€ respecto enero 2020) debido principalmente al crecimiento de las categorías de antigripales (+8,4 M€, +103,6%), expectorantes y productos para la tos y garganta (+20,6 M€, +130,6%).
- La categoría de botiquín y material sanitario crece también debido al aumento en la dispensación de mascarillas, que alcanza una facturación de 77,1 M€ (+6,0% más que en enero 2021)
- La de Salud de la piel y dermocosmética es la categoría que más frena el crecimiento este mes (-5,9 M €) principalmente debido a los productos antiedad que en enero 2022 disminuyen su facturación en -2,5 M € (-17,4% por debajo de los niveles de enero 2021)

Facturación en el mes por CCAA

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

	VALORES M €	VARIACIÓN M €	
Andalucía	373,0	+46,8	+14,3%
Cataluña	294,9	+38,7	+15,1%
Madrid	271,4	+22,6	+9,1%
C. Valenciana	216,2	+28,5	+15,2%
Galicia	126,8	+11,3	+9,8%
Islas Canarias	102,9	+19,5	+23,4%
Castilla y León	94,5	+10,6	+12,7%
Castilla La Mancha	90,4	+7,7	+9,3%
País Vasco	69,3	+5,3	+8,3%
Murcia	68,9	+8,0	+13,1%
Aragón	56,9	+5,3	+10,3%
Extremadura	50,3	+3,5	+7,5%
Islas Baleares	49,6	+6,1	+14,1%
Asturias	48,0	+4,3	+9,8%
Navarra	25,0	+2,8	+12,6%
Cantabria	24,2	+1,7	+7,4%
La Rioja	10,6	+1,1	+11,9%
Total Nacional	1.972,9	+223,7	+12,8%

Variación interanual por CCAA en oficinas de farmacia



La dispensación de categorías seleccionadas de la temporada de otoño / invierno crece +63% frente a enero 2021

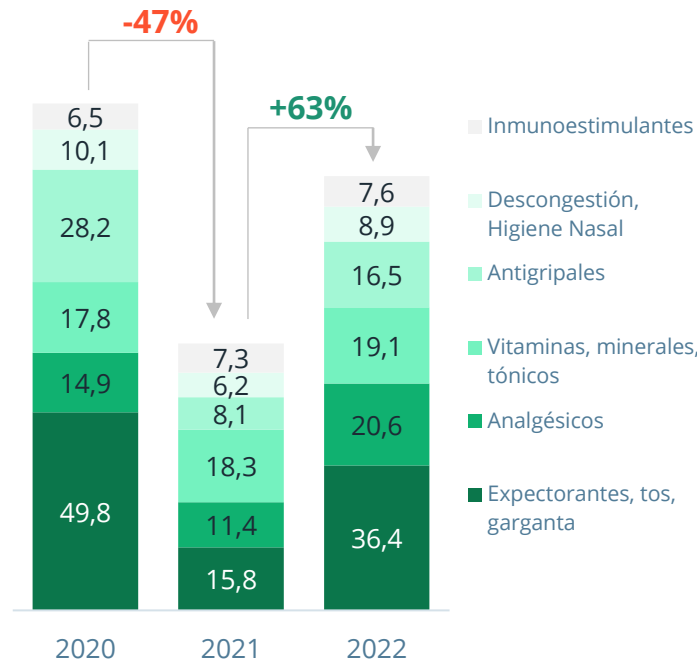
Facturación y variación interanual en categorías seleccionadas de otoño / invierno en el mes

En millones de euros

	ENERO 2022		
	M €	vs 21	vs 20
1 Expectorantes, tos, garganta	36,4	+130,6%	-26,8%
2 Analgésicos	20,6	+81,4%	+38,1%
3 Vitaminas, minerales, tónicos	19,1	+4,4%	+7,4%
4 Antigripales	16,5	+103,6%	-41,5%
5 Descongestión, Higiene Nasal	8,9	+42,6%	-12,3%
6 Inmunoestimulantes	7,6	+3,9%	+16,1%
Total Categorías Seleccionadas	109,1	+62,6%	-14,4%

Evolución de la facturación en enero de las categorías seleccionadas de otoño / invierno

En millones de euros



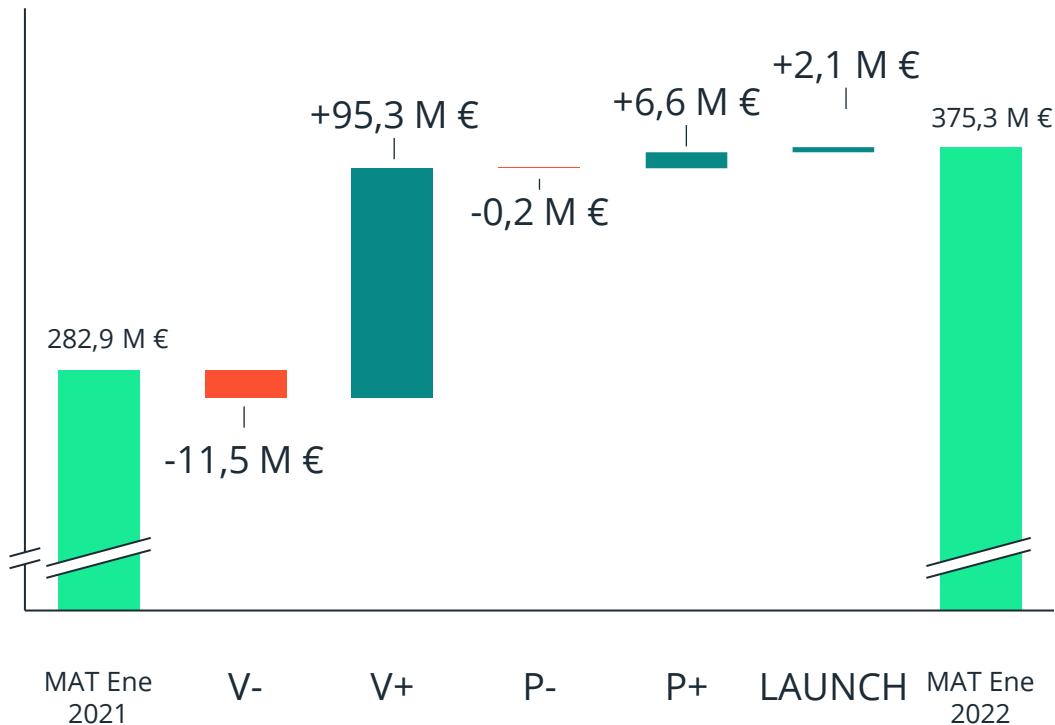
Nuestro análisis

- Las categorías seleccionadas de otoño e invierno se sitúan +62,6% por encima del nivel de facturación de enero del año pasado y -14,4% por debajo de enero 2020
- Los expectorantes, antitusígenos y productos para la garganta son los que mayor nivel de dispensación alcanzan este mes con crecimientos en valores de +130,6% y -26,8% respectivamente versus 2021 y 2020 respectivamente
- En enero, las categorías de antigripales y descongestión nasal recuperan los niveles de 2021 (+8,4 M € y +2,6 M € respectivamente) aunque sin llegar a los niveles de dispensación que se dieron en el mismo mes en 2020 (-11,7 M € y -1,2 M € respectivamente)
- Algunas categorías como los inmunoestimulantes (+0,3 M €), las vitaminas (+0,8 M €) y los analgésicos (+9,2 M €) crecen este mes respecto 2021 superando también el nivel alcanzado en enero de 2020

La recuperación versus 2021 es la principal fuente de crecimiento en las categorías de antigripales y productos para la tos

Fuente de crecimiento TAM Enero 21 – TAM Enero 22
(Antigripales y productos para la tos)

En millones de euros



Nuestro análisis

- En el TAM de enero 2022, las categorías de antigripales y productos para la tos crecen +32,6%, de 283 M a 375 M, en valores respecto al mismo periodo en 2021
- *Nota metodológica: en este gráfico, analizamos la fuente de crecimiento a nivel de SKU: ¿qué parte proviene de cambios en volumen "V" de unidades vendidas, qué parte proviene de un cambio de precio y qué parte proviene de SKUs nuevas? Por ejemplo, una SKU que vendió 1 unidad al precio de 5€ en el TAM de enero 2020 y luego vendió 3 unidades al precio de 5,75€ en el TAM de enero 2021 aporta 2 unidades adicionales al precio 2020 de 5 € (V+ = 10€) y aporta también 2 unidades con el incremento de precio de 0,75€ (P+ = 1,50€)*
- Así, analizando el crecimiento en el mercado para la selección de categorías de antigripales y productos para la tos, vemos que la principal causa de crecimiento en el TAM de enero 2022 es el aumento del volumen de ventas respecto al año anterior (+95,3 M €)
- El aumento de precio (+6,6 M €) y los nuevos lanzamientos (+2,1 M €) son menos relevantes en el crecimiento del mercado este año comparado con los años previos a la pandemia cuando hubo varios incrementos de precio en estas categorías