



Pharmacy Market Watch España

Dato **NOVIEMBRE 2022**

Publicado el **20 de diciembre de 2022**

Alexander Hang, General Manager, HMR Spain
alexander.hang@hmr.co.com

Hèctor Rodríguez, Customer Success Analyst
hector.rodriguez@hmr.co.com

Knowledge for better health

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

Ahora contamos con el conocimiento de más de

8.800 farmacias

panelistas que, gracias a su colaboración individual, contribuyen a una inteligencia colectiva sobre las necesidades e inquietudes de salud y bienestar de la población española.

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.



Resumen Ejecutivo



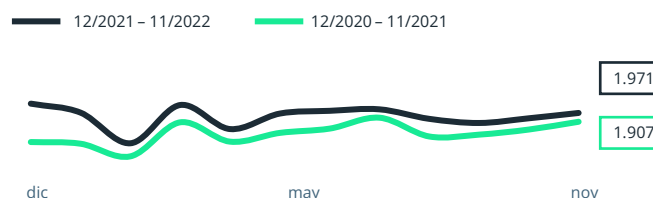
Facturación y variación interanual en oficinas de farmacia

VALORES (M €)	MES NOV 2022			ACUMULADO DEL AÑO			TOTAL AÑO MÓVIL		
	VALOR	VARIACIÓN	%	VALOR	VARIACIÓN	%	VALOR	VARIACIÓN	%
VALORES (M €)	1.970,8	+63,4	+3,3%	21.286,2	+1.214,7	+6,1%	23.324,4	+1.491,6	+6,8%
VOLUMEN (M UN)	166,3	-0,7	-0,4%	1.837,7	+88,2	+5,0%	2.023,1	+119,2	+6,3%

Facturación y variación interanual en el mes por segmento

	M €		M UN	
	VALOR	%	VALOR	%
Total Oficina de Farmacia	1.970,8	+3,3%	166,3	-0,4%
Medicamentos Éticos	1.382,7	+4,2%	110,4	+3,7%
Marcas	1.056,0	+3,1%	59,6	+2,7%
Genéricos	326,8	+8,1%	50,8	+4,9%
Autocuidado	584,5	+1,2%	55,8	-7,7%
Medicamentos "OTC"	146,4	+15,1%	18,4	+13,4%
Suplementos	94,0	+6,9%	6,8	+5,2%
Cuidado Personal	106,6	+1,0%	8,8	-3,1%
Cuidado del Paciente	178,0	-10,9%	20,0	-25,5%
Nutrición	56,4	+4,5%	1,6	-3,8%
Homeopatía	3,1	-8,4%	0,2	-10,9%
Otros Productos	3,5	+19,5%	0,2	+6,1%

Evolución mensual en valores (M €)



Clasificación compañías por facturación en el mes

Compañía	VALORES M €		VOLUMEN M UN		
	VALOR	%	VALOR	%	
Cinfa	95,7	+7,5%	Cinfa	15,6	+5,5%
Boehr. Ing.	67,5	+12,4%	Normon	10,1	+10,7%
Normon	57,8	+12,4%	Kern Ph.	6,8	+5,6%
Viatrix	54,0	+6,5%	Viatrix	5,6	+6,1%
Novo Nordisk	49,1	+24,5%	Stada	4,7	-1,6%

Nuestro análisis

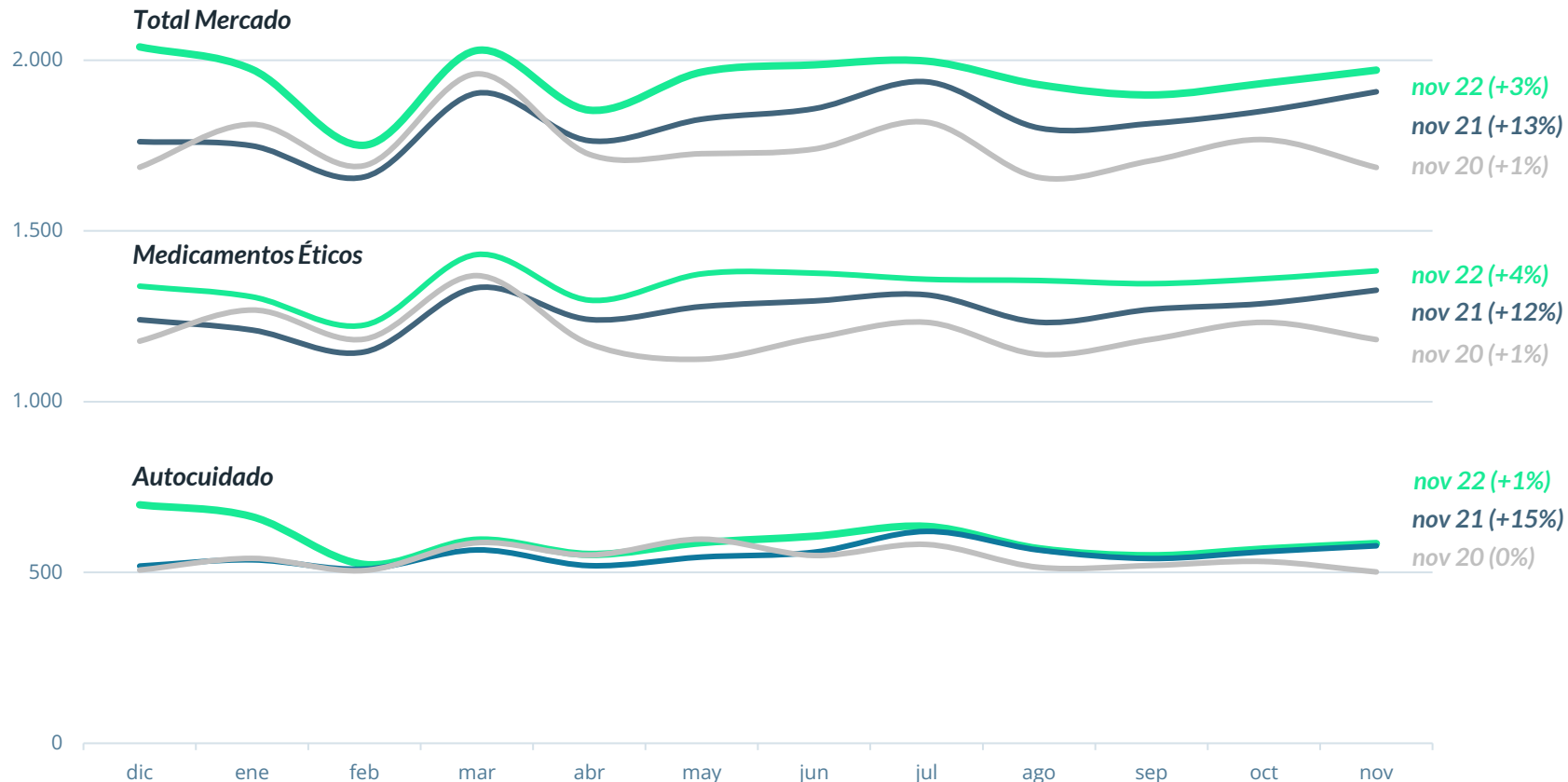
- En el mes de noviembre la facturación en oficina de farmacia aumentó +3,3% en valores y disminuyó -0,4% en volumen comparado con el mismo mes del año anterior. El resultado de este mes sigue la tendencia de desaceleración del crecimiento en el TAM en -0,8 puntos con +6,8% en valores respecto a noviembre 2021.
- Los impulsores del crecimiento este mes vuelven a ser la dispensación de medicamentos de prescripción. Los medicamentos de la clase terapéutica A10: Antidiabéticos son los que más contribuyen a este crecimiento, con +4,1% en ventas respecto al mismo mes del año pasado.
 - Creciendo por encima de este mercado identificamos este mes a Novo Nordisk como el laboratorio con mayor crecimiento interanual en valores (+24,6%). Este crecimiento viene impulsado en volumen por sus agonistas de GLP-1 (+6,7 M unidades, +33,0%) y preparados obesidad (+2,7 M unidades, +99,2%).
- En el área de autocuidado, el segmento de medicamentos sin receta crece +15,1% este mes versus noviembre de 2021. Destacamos los analgésicos como la categoría de mayor crecimiento interanual (+3,3 M€, +25,4%).

El mercado logra crecer +3% este mes frente al año anterior gracias a la estabilidad de los medicamentos éticos

Evolución mensual del mercado de la farmacia

Diciembre – Noviembre

Ventas en millones de euros



Nuestro análisis

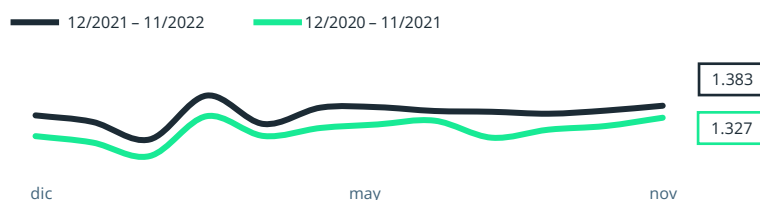
- La facturación en oficina de farmacia continua reportando valores superiores en comparación a los del año pasado.
- El segmento de medicamentos éticos sigue manteniéndose estable en este periodo versus los meses anteriores, aunque no sigue la tendencia de crecimiento observada en el mismo periodo de 2021.
- El segmento de autocuidado, no obstante, reporta el mismo patrón visto en 2021, aunque con una facturación +1% superior a la del mismo mes del año anterior.

Medicamentos Éticos

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

VALORES (M €)	MES NOV 2022			ACUMULADO DEL AÑO			TOTAL AÑO MÓVIL		
	VALOR	VARIACIÓN	%	VALOR	VARIACIÓN	%	VALOR	VARIACIÓN	%
VALORES (M €)	1.382,7	+56,2	+4,2%	14.809,9	+877,3	+6,3%	16.147,6	+975,2	+6,4%
VOLUMEN (M UN)	110,4	+4,9	+3,7%	1.176,7	+61,3	+5,5%	1.284,7	+70,9	+5,8%

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



Clasificación compañías por facturación en el mes

	VALORES M €		VOLUMEN M UN	
Cinfa	73,2	+7,7%	Cinfa	12,7 +2,8%
Boehr. Ing.	67,5	+12,4%	Normon	9,3 +9,8%
Normon	54,0	+11,3%	Kern Ph.	5,8 +3,8%
Novo Nordisk	48,9	+24,6%	Viatris	4,9 +5,0%
GSK	48,0	+0,4%	Stada	4,2 -3,2%

Las clases ATC2 con mayor variación absoluta en el mes

	VARIACIÓN M €	VARIACIÓN K UN
A10: Antidiabéticos	+7,5	J01: Antibacterianos +661,4
C10: Reg. de lípidos	+6,6	N02: Analgésicos +410,8
R03: Asma y EPOC	+5,5	R03: Asma y EPOC +309,0
J01: Antibacterianos	+4,3	A10: Antidiabéticos +282,1
C09: Renina-Angioten	+3,3	N06: Psicoanalépticos +265,7
J07: Vacunas	-2,9	A02: Antiácidos -319,0
N05: Psicolépticos	-1,6	J07: Vacunas -78,8
H01: Horm. hipof. y hipot.	-1,5	C03: Diuréticos -62,3
C03: Diuréticos	-0,7	N05: Psicolépticos -26,6
M03: Relajantes Musc.	-0,6	R01: Preparados nasal. -20,5

Nuestro análisis

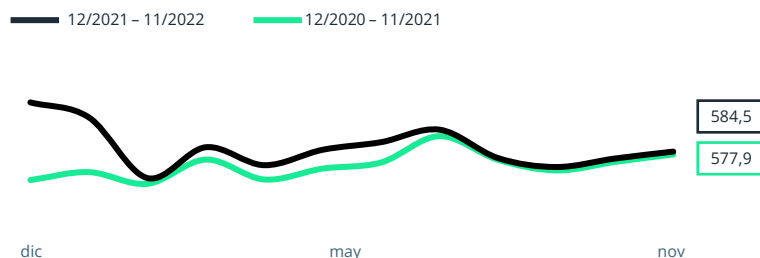
- En el mes de noviembre la dispensación de medicamentos éticos en oficina de farmacia crece +4,2% en valores y +3,7% en volumen con respecto al mismo mes en 2021. En valores, el resultado de este mes desacelera el crecimiento en el TAM en -0,7 puntos, desde el +7,1% observado el mes pasado a +6,4% este mes.
- Destacamos el crecimiento en valores versus 2021 este mes de la clase ATC2 A10: Antidiabéticos (+4,1%) respecto a noviembre 2021. Los productos con mayor crecimiento interanual son:
 - Rybelsus (lanzamiento) (A10S - Agonista de GLP-1, +8,3 M €)
 - Jardiance (A10P - Antidiabéticos inh. del cotransp. de sodio-glucosa 2, +5,1 M €, +50,7%)
- Novo Nordisk sigue siendo el laboratorio con mayor crecimiento interanual en valores (+24,6%) este mes. Este crecimiento viene impulsado en volumen por sus agonistas de GLP-1 (+6,7 M unidades, +33,0%) y preparados obesidad (+2,7 M unidades, +99,2%).
- También queremos mencionar el producto Trimbow (+1,1 M €, +34,6%), que cuenta con el mayor crecimiento interanual de la ATC2 R03: Asma y EPOC.

Autocuidado

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

	MES NOV 2022			ACUMULADO DEL AÑO			TOTAL AÑO MÓVIL		
VALORES (M €)	584,5	+6,7	+1,2%	6.436,6	+333,8	+5,5%	7.134,2	+512,6	+7,7%
VOLUMEN (M UN)	55,8	-4,7	-7,7%	659,1	+26,8	+4,2%	736,4	+48,3	+7,0%

Evol. mensual del segmento de autocuidado en valores (M €)



Categorías con mayor variación absoluta en el mes

VARIACIÓN M €		VARIACIÓN K UN	
Salud respiratoria	+13,5	Diagnóstico y medida de parámetros	+1.784,9
Analgésicos y alivio del dolor	+5,4	Salud respiratoria	+1.254,4
Salud digestiva y gastrointestinal	+2,9	Analgésicos y alivio del dolor	+960,5
Bienestar, vitaminas y minerales	+1,9	Salud digestiva y gastrointestinal	+201,1
Nutrición adultos	+1,9	Salud ocular y de los oídos	+92,0
Botiquín y material sanitario	-27,4	Botiquín y material sanitario	-8.906,1
Diagnóstico y medida de parámetros	-0,7	Salud de la piel y dermocosmética	-131,0
		Bebé y mama (incl. nutrición infantil)	-100,2
		Nutrición adultos	-54,3
		Higiene y cuidado bucal	-52,2

Clasificación compañías por facturación en el mes

	VALORES M €		VOLUMEN M UN	
1 Cinfa	22,4	+6,7%	Cinfa	3,0 +18,7%
2 J&J Cons	21,7	+12,8%	J&J Cons	2,1 +9,6%
3 Indas	17,0	+3,3%	Zambon	1,6 +37,1%
4 Haleon	15,4	+0,4%	Cofares	1,5 +15,5%
5 Hartmann	14,4	+2,5%	Haleon	1,4 -4,1%

Nuestro análisis

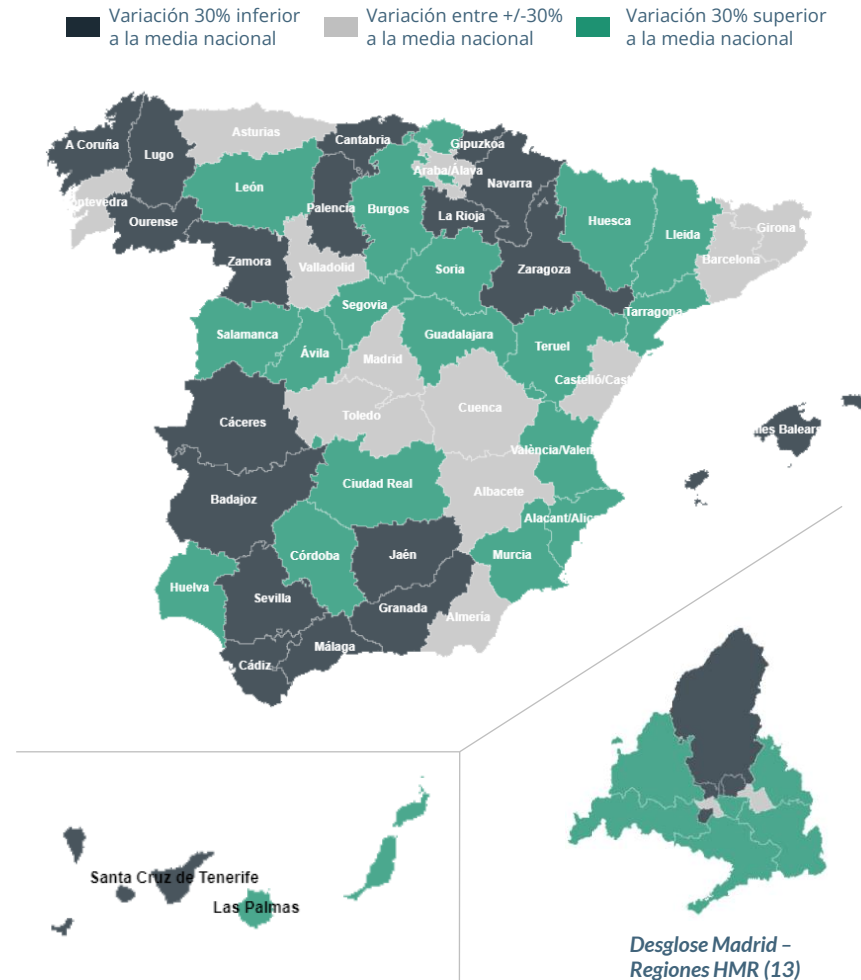
- En este mes observamos un crecimiento del segmento de autocuidado de +1,2% en valores y un decrecimiento de -7,7% en volumen comparado con noviembre de 2021.
- El decrecimiento en volumen este mes se debe a la demanda reducida de mascarillas (-4,6 M €, -64,4%). Seguiremos observando este efecto durante la temporada de otoño e invierno y también el efecto de la introducción de la prueba rápida de SARS-CoV-2 en la farmacia el año pasado.
- Este mes, los medicamentos sin receta crecen +15,1% en valores y también los suplementos +6,9% versus el mismo mes del año pasado. Además de las categorías de otoño e invierno, destacamos el crecimiento de las categorías de analgésicos y alivio del dolor (+5,4%) y de salud digestiva y gastrointestinal (+2,9%).
- J&J Consumer reporta +12,8% crecimiento en valores, principalmente de la mano de la categoría de antigripales con Frenadol Complex, que aumenta su facturación en +1,4 M € y +24,1% comparado con el mismo mes del año anterior.
- Cofares sigue reportando crecimiento relativo en volumen, principalmente de la mano de sus productos para inyecciones [Aposán Jeringa (+44,9 K uds., +56,8%)] y de inflamación de garganta [Farline Sweetsin (+24,6 K uds., +34,1%)].

Variación de la facturación en el mes por CCAA y provincias

Variación en el mes por CCAA en oficinas de farmacia

	VARIACIÓN M €	VARIACIÓN %
COM. VALENCIANA	+14,5	6,7%
CATALUÑA	+13,2	3,1%
MADRID	+12,5	3,9%
PAÍS VASCO	+10,0	12,4%
CASTILLA Y LEÓN	+6,9	2,8%
ISLAS CANARIAS	+6,7	8,3%
CASTILLA LA MANCHA	+3,7	6,3%
ANDALUCÍA	+3,6	8,7%
MURCIA	+2,9	4,1%
ARAGÓN	+2,1	2,9%
ASTURIAS	+2,0	3,2%
CANTABRIA	+1,5	2,4%
ISLAS BALEARES	+1,3	0,9%
LA RIOJA	+1,0	4,0%
GALICIA	+0,8	8,8%
NAVARRA	+0,5	1,1%
EXTREMADURA	+0,4	2,3%
Total nacional	+63,4	+3,3%

Variación en el mes por provincia en oficinas de farmacia



Nuestro análisis

- El mercado de la farmacia reporta este mes un crecimiento en valores generalizado a lo largo del territorio español, destacando la comunidad autónoma del País Vasco como la de mayor variación relativa.

Las categorías de otoño / invierno siguen reportando en noviembre 2022 el mes con mayor facturación de los últimos cuatro años



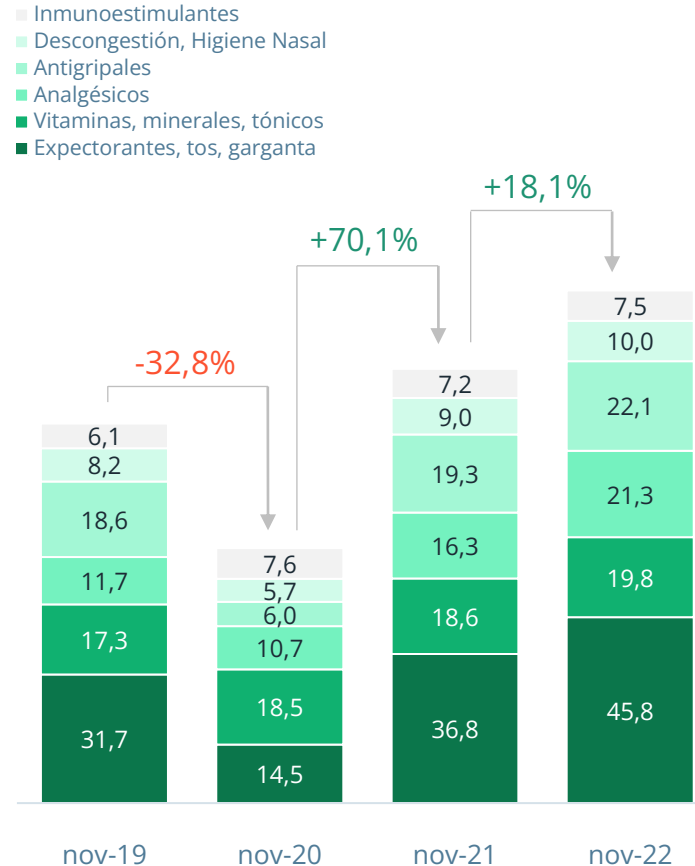
Facturación y variación interanual en el mes en categorías seleccionadas de otoño / invierno

En millones de euros

	NOVIEMBRE 2022			
	M €	vs 21	vs 20	vs 19
1 Expectorantes, tos, garganta	45,8	+24,7%	+217,0%	+44,6%
2 Vitaminas, minerales, tónicos	19,8	+6,1%	+6,7%	+14,0%
3 Analgésicos	21,3	+30,7%	+100,0%	+82,9%
4 Antigripales	22,1	+14,9%	+268,5%	+18,8%
5 Descongestión, higiene nasal	10,0	+10,8%	+74,0%	+21,4%
6 Inmunoestimulantes	7,5	+5,0%	-1,1%	+22,8%
Total categorías seleccionadas	126,5	+18,1%	+101,0	+35,1%

Evolución de la facturación en el mes en categorías seleccionadas de otoño / invierno

En millones de euros

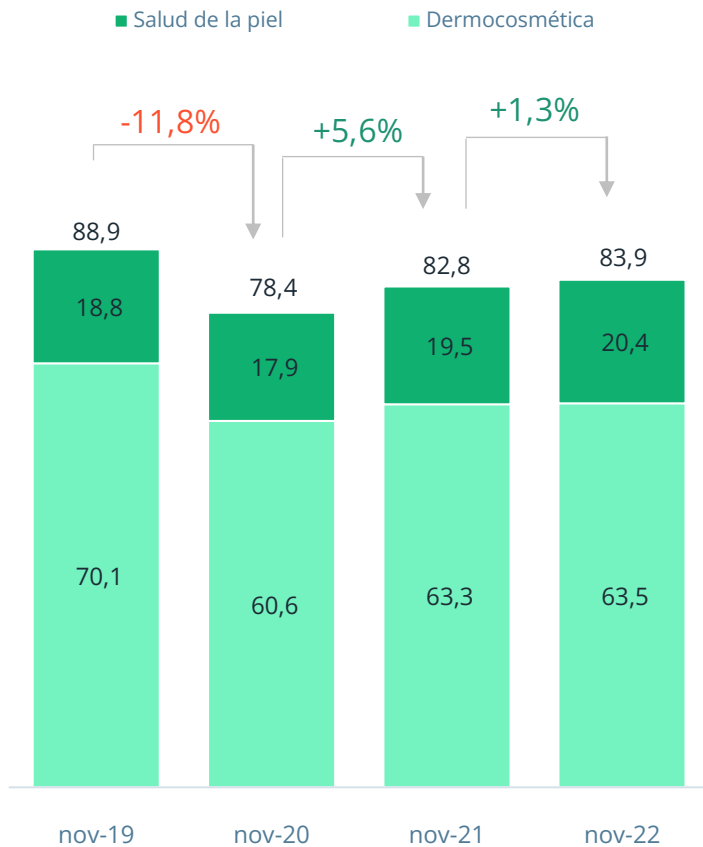


Nuestro análisis

- En noviembre 2022 las categorías seleccionadas de otoño / invierno alcanzan un nivel de facturación de 126,5 M €, un nivel +18,1% superior comparado con noviembre 2021.
- Destacamos que todas las categorías seleccionadas aumentan su facturación con respecto a noviembre 2019:
 - Los expectorantes, productos para la tos y productos para la garganta crecen +24,7% vs el año pasado, +217,0 vs 2020 y +44,6% vs 2019.
 - Las vitaminas, minerales y tónicos crecen +6,1% vs el año pasado, +6,7% vs 2020 y +14,0% vs 2019.
 - Los productos analgésicos crecen +82,9% respecto a noviembre 2019, con productos como Nurofen Rapid (+0,5 M €, +384,1%), Apiretal (+0,3 M €, +160,1%) e Ibudol (+1,1 M €, +143,3%) siendo los de mayor variación relativa.
- Nota metodología: las categorías seleccionadas son sumas de ciertas categorías que suelen mostrar estacionalidad positiva durante los meses comprendidos entre noviembre y marzo.

La categoría de Salud de la piel y dermocosmética reporta una tendencia de crecimiento estable, aunque poco pronunciada

Evolución de la facturación en el mes en la categoría de salud de la piel y dermocosmética
En millones de euros



Evolución de la facturación en el mes de las subcategorías de dermocosmética
En millones de euros



Top lanzamientos 2022 en la categoría de antienvjecimiento

Laboratorio	Producto	€ TAM Nov 2022
L'Oréal	Retinol B3	1.052.118
Isdin	Isdinceutics Retinal Intense	912.058
Alter	Germinal Acción Inmediata Radiance	807.572

Nuestro análisis

Este mes incluimos un breve análisis de la categoría de salud de la piel y dermocosmética, que sigue afectada por el impacto de la pandemia.

- La subcategoría de salud de la piel (productos asociados a dermatología) reporta valores de facturación superior a pre-pandemia, mientras que la de dermocosmética no consigue recuperar los valores de facturación observados antes de la pandemia.
- Dentro de la categoría de dermocosmética, vemos como antienvjecimiento es una de las subcategorías más impactadas desde 2019, facturando -15% desde entonces. No obstante, seguimos viendo lanzamientos en la subcategoría, como pueden ser este año:
 - Retinol B3
 - Isdinceutics Retinal Intense
 - Germinal Acción Inmediata Radiance