



Pharmacy Market Watch España

Dato abril 2021

Publicado el 14 de mayo de 2021

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

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



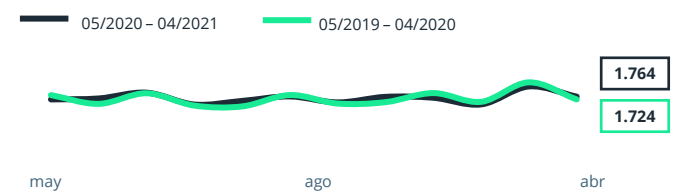
Facturación y variación interanual en oficinas de farmacia

	MES ABR 2021			ACUMULADO DEL AÑO			TOTAL AÑO MÓVIL		
VALORES (M €)	1.763,8	+39,9	+2,3%	7.074,0	-112,1	-1,6%	20.931,7	+86,0	+0,4%
VOLUMEN (M UN)	152,4	-9,7	-6,0%	617,9	-16,9	-2,7%	1.901,7	+108,1	+6,0%

Facturación y variación interanual en el mes por segmento

	M €		M UN	
Total Oficina de Farmacia	1.763,8	+2,3%	152,4	-6,0%
Medicamentos Éticos	1.241,1	+6,1%	99,2	+4,9%
Marcas	963,5	+7,0%	54,3	+6,3%
Genéricos	277,6	+2,8%	44,9	+3,1%
Autocuidado	519,1	-5,6%	53,0	-21,2%
Medicamentos "OTC"	89,4	+9,5%	11,4	+7,0%
Suplementos	75,9	+0,2%	5,3	-5,7%
Cuidado Personal	108,7	+3,7%	9,0	+0,4%
Cuidado del Paciente	191,6	-19,0%	25,4	-36,7%
Nutrición	50,5	+3,7%	1,7	+0,1%
Homeopatía	3,0	+4,2%	0,3	+7,7%
Otros Productos	3,6	+1,6%	0,2	-8,5%

Evolución mensual en valores (M €)



Clasificación compañías por facturación en el mes

	VALORES M €			VOLUMEN M UN		
1 Cinfa	75,6	+17,6%		Cinfa	13,2	+17,9%
2 Boehr. Ing.	54,4	+5,1%		Normon	8,1	+23,9%
3 Viatris	49,8	+6,7%		Kern	5,8	+17,2%
4 Sanofi	46,6	-2,2%		Viatis	5,1	+6,2%
5 Novartis	45,6	+3,2%		Stada	4,5	+20,0%

Nuestro análisis

- En el mes de abril, la facturación en oficina de farmacia aumentó +2,3% en valores y -6,0% en volumen comparado con el mismo mes del año anterior
- El resultado de este mes acelera el crecimiento en el TAM en +0,1 puntos , desde el +0,3% observado el mes pasado a +0,4% en valores
- Este año, abril tuvo el mismo número de días laborables que en 2020 y 2019; la comparativa entre el mes de abril de los 3 años se centrará por lo tanto, en el efecto de la pandemia
- Recordamos que, en abril 2020, el país se encontraba bajo un confinamiento estricto y la movilidad había sido paralizada. Durante dicho periodo, el mercado de la farmacia estuvo marcado por el efecto "rebote" que tuvo lugar en varias clases de medicamentos y categorías de productos tras el acopio masivo de medicamentos observado en marzo 2020.
 - Comparado con el mes de abril de 2019 el resultado del mercado de la farmacia en abril 2021 tiene un crecimiento de +4% en valores
 - El segmento de medicamentos éticos crece +2% en valores versus abril de 2019
 - El segmento de autocuidado crece +7% en valores versus abril de 2019 debido al crecimiento de categorías relacionadas con la Covid como las mascarillas y los termómetros

MARKET WATCH ESPAÑA – ABRIL 2021- MERCADO DE OFICINA DE FARMACIA

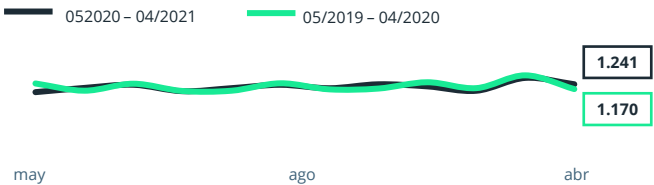
Medicamentos Éticos



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

	MES ABR 2021			ACUMULADO DEL AÑO			TOTAL AÑO MÓVIL		
VALORES (M €)	1.241,1	+70,9	+6,1%	4.932,0	-62,2	-1,2%	14.457,0	-72,9	-0,5%
VOLUMEN (M UN)	99,2	+4,6	+4,9%	393,9	-18,1	-4,4%	1.157,4	-45,3	-3,8%

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



Clasificación compañías por facturación en el mes

	VALORES M €		VOLUMEN M UN	
1 Cinfa	62,2	+16,9%	Cinfa	11,6 +18,7%
2 Boehr. Ing.	54,4	+5,1%	Normon	7,6 +25,6%
3 Novartis	45,5	+3,2%	Kern	5,2 +16,1%
4 Viatris	45,0	+5,9%	Viatris	4,5 +5,0%
5 GSK	44,4	+7,8%	Stada	4,1 +19,8%

Las clases ATC2 con mayor variación absoluta en el mes

VARIACIÓN M €		VARIACIÓN M UN	
1 A10: Antidiabéticos	+10,8	M01: Antiinflamatorio	+0,8
2 G03: Hormonas Sexuales	+8,8	N02: Analgésicos	+0,6
3 B01: Antitrombóticos	+8,7	J01: Antibacterianos	+0,3
4 G04: Urológicos	+5,1	S01: Oftalmológicos	+0,3
5 J07: Vacunas	+4,7	N06: Psicoanalépticos	+0,2
87 C10: Reguladores lípidos	-7,2	R03: Asma y EPOC	-0,2
86 R03: Asma y EPOC	-6,8	C09: Renina-Angiotensina	-0,1
85 L04: Inmunosupresores	-0,8	C03: Diuréticos	-0,1
84 N07: Otros SNC	-0,5	C08: Bloqueantes cálcicos	-0,0
83 R05: Antigripales	-0,4	R01: Preparados nasales	-0,0

Nuestro análisis

- En el mes de abril, la dispensación de medicamentos éticos en oficina de farmacia crece +6,1% en valores y +4,9% en volumen con respecto al mismo mes en 2020
- El resultado de este mes desacelera el decrecimiento en el TAM en +0,7 puntos, desde el -1,2% observado el mes pasado a -0,5% en valores este mes
- Continuamos observando crecimientos en los niveles de dispensación de las clases ATC2 A10: Antidiabéticos y B01: Antitrombóticos, que superan los niveles de abril 2019
- De nuevo este mes, observamos algunas clases como las R03: Asma y EPOC y la C10: Reguladores de Lípidos que, a pesar de haber crecido en abril 2020, no mantuvieron el crecimiento durante los meses posteriores y decrecen este mes respecto el año pasado
- Observamos este mes crecimientos en los laboratorios de genéricos debido principalmente a la recuperación de la dispensación de medicamentos que no se dieron durante el mes de abril 2020 debido al confinamiento estricto y a la paralización de la actividad

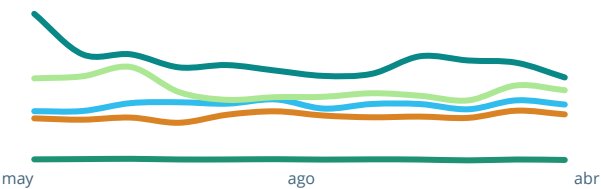
Autocuidado



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

	MES ABR 2021			ACUMULADO DEL AÑO			TOTAL AÑO MÓVIL		
VALORES (M €)	519,1	-31,1	-5,6%	2.129,6	-51,2	-2,3%	6.437,9	+153,6	+2,4%
VOLUMEN (M UN)	53,0	-14,3	-21,2%	223,3	+1,2	+0,6%	742,3	+153,3	+26,0%

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



Cuidado del Paciente: 126,4
Cuidado Personal: 108,7
Medicamentos "OTC": 89,4
Suplementos: 75,9
Nutrición: 13,4

Clasificación compañías por facturación en el mes

	VALORES M €			VOLUMEN M UN		
1 Indas	15,7	-1,4%		Cinfa	1,6	+12,5%
2 Isdin	14,0	+26,0%		GSK	1,3	-4,7%
3 Hartmann	13,8	-11,5%		Hartmann	1,2	+2,2%
4 GSK	13,5	-1,3%		Lacer	1,2	-1,2%
5 Cinfa	13,5	+21,1%		Acofarma	1,1	-13,6%

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 Frenadol Complex	+645,5	+53,0%	ZzzQuil Natura	+784,6	+206,5%	Fotop. Isdin Fusion Water	+379,0	+77,1%	Farmalastic Medias	+832,6	+96,6%	Almirón Advance+ Pro 2	+240,3	+209,7%
	2 Espididol	+490,5	+41,6%	Pharmaton Complex	+246,4	+43,7%	lap Pharma Pour Femme	+357,3	+83,2%	Incopack Pants	+588,9	+11,1%	Almirón Advance+ Pro 1	+190,7	+105,8%
	3 Dalsy	+392,8	+105,5%	Aliviolas Advanced	+217,4	+331,5%	Bepanthol Tattoo	+340,4	LANZ	XLS Medical forte X5	+543,0	+111,4%	Meritene Fuerza y Vitalidad	+134,6	+12,1%
VOLUMEN (K UN)	1 Apiretal	+72,8	+39,5%	ZzzQuil Natura	+47,7	+185,1%	lap Pharma Pour Femme	+40,2	+85,6%	Acofar Envase Recogida	+51,2	+154,4%	Nutribén Potitos	+16,4	+8,5%
	2 Espididol	+70,3	+33,3%	Fuca Regularidad	+20,8	LANZ	Acofar Viverra Gel Dermatol	+38,0	LANZ	Ico Plus 3	+92,7	+48,9%	Siken Form	+13,4	+41,1%
	3 Frenadol Complex	+61,8	+52,8%	Aliviolas Advanced	+18,9	+295,4%	Bepanthol Tatoo	+33,6	LANZ	Farmalastic Medias	+72,3	+90,7%	Almirón Advance+ Pro 2	+11,0	+180,2%

Nuestro análisis

- En el mes de abril, observamos un decrecimiento del segmento de autocuidado de **-5,6% en valores** y un decrecimiento de **-21,2% en volumen** comparado con abril de 2020
- En este segmento de la farmacia, resaltamos la importancia de revisar el comportamiento de las distintas categorías tanto en 2019 como en 2020
- Por ejemplo, este mes el decrecimiento en el subsegmento de Cuidado del Paciente provoca el resultado negativo del segmento de autocuidado debido al gran peso que tuvieron ciertas categorías "Covid" en abril 2020
- Además, debido al confinamiento domiciliario en abril 2020, ahora observamos crecimientos llamativos en los subsegmentos de Medicamentos sin Receta y Cuidado Personal gracias a antigripales (+55%) y solares (+88%) entre otras, aunque sin recuperar los niveles del mismo mes en 2019 (-42% y -20% en valores respectivamente)

Autocuidado: Facturación en el mes por categoría

Nuestro análisis

- Este mes, la categoría que más frena el crecimiento del mercado es la de botiquín y material sanitario, que factura -49,7 M € menos que en abril 2020 debido a la disminución en la dispensación de material sanitario como mascarillas, desinfectantes de manos o termómetros
- Según esta visión, en el mes de abril se observa que, junto con los solares, la categoría que más aporta al crecimiento es la de analgésicos y productos para alivio del dolor (+20% respecto de abril 2020), superando los niveles del mismo periodo en 2019 (+17% en valores)

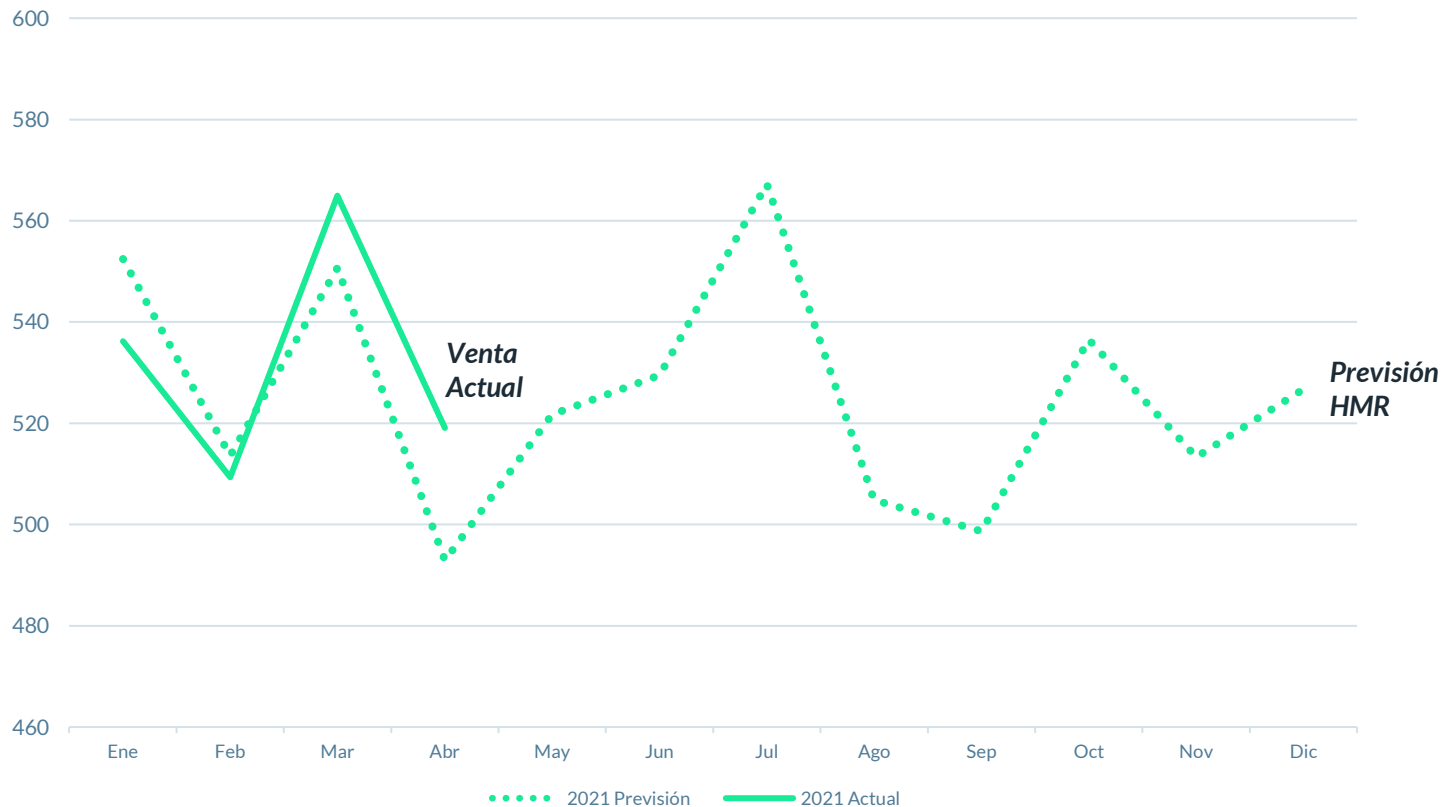
	VALORES M €	VARIACIÓN INTERANUAL M €		PRODUCTO LÍDER EN CRECIMIENTO € ABSOLUTO
Salud de la piel y dermocosmética	78,2	-1,7	-2,1%	Compeed Ampollas
Botiquín y material sanitario	62,7	-49,7	-44,2%	Bepanthol
Incontinencia y salud urinaria	48,3	-0,4	-0,8%	Incopack Pants
Bienestar, vitaminas y minerales	48,2	-1,6	-3,2%	ZzzQuil Natura
Nutrición adultos	34,4	2,8	8,8%	Ensure Plus Advance
Salud digestiva y gastrointestinal	34,3	2,1	6,4%	Iberogast
Analgésicos y alivio del dolor	31,5	5,3	20,1%	Espidol
Higiene y cuidado bucal	30,5	0,4	1,3%	Clorhexidina Lacer
Salud respiratoria	30,5	1,4	4,7%	Frenadol Complex
Bebé y mama (incl. nutrición infantil)	26,9	0,1	0,4%	Fotoprotector Isdin Pediatrics
Cuidado del paciente y ortopedia	19,7	3,2	19,4%	Farmalastic Medias
Salud ocular y de los oídos	18,9	2,6	16,0%	Thealoz Duo
Diagnóstico y medida de parámetros	16,0	-2,5	-13,5%	Accu-Chek Guide
Salud sexual e higiene íntima	13,3	2,9	28,3%	Ellaone
Protección solar (adultos)	12,4	5,8	88,4%	Fotoprotector Isdin Fusion Water
Salud cardiovascular	10,7	1,3	13,9%	Daflon 500
Repelente mosquitos, antiparásitos y biocidas	2,6	-3,0	53,4%	Nosaprotect
Total Autocuidado	519,1	-31,1	-5,6%	

En el acumulado del año, la facturación del segmento de autocuidado varía tan sólo 0,9% de la previsión HMR realizada en octubre de 2020

Evolución mensual de la facturación del segmento de autocuidado

Previsión (realizada en octubre de 2020) versus Actual

(Ventas en millones de euros)

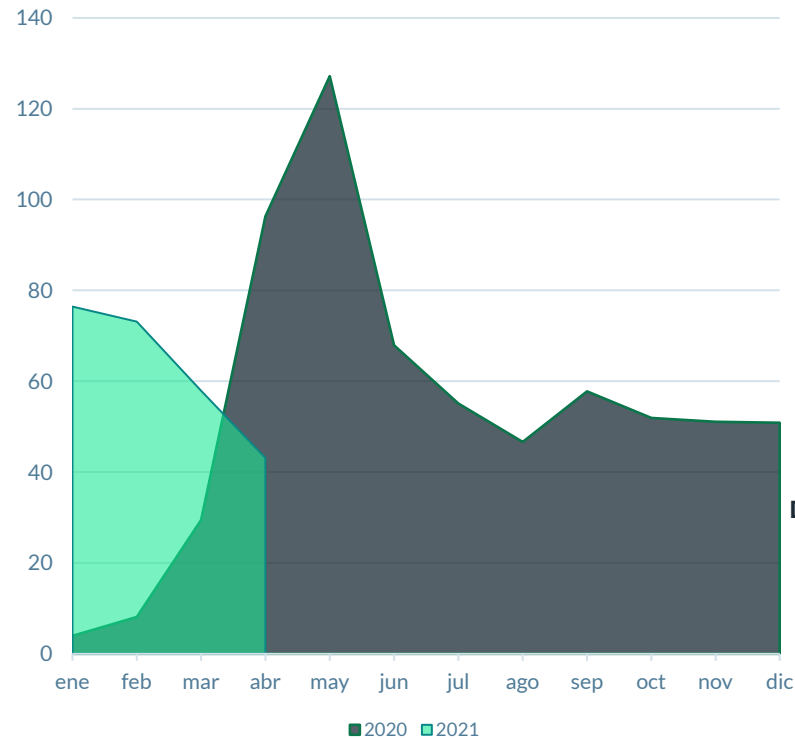


Nuestro análisis

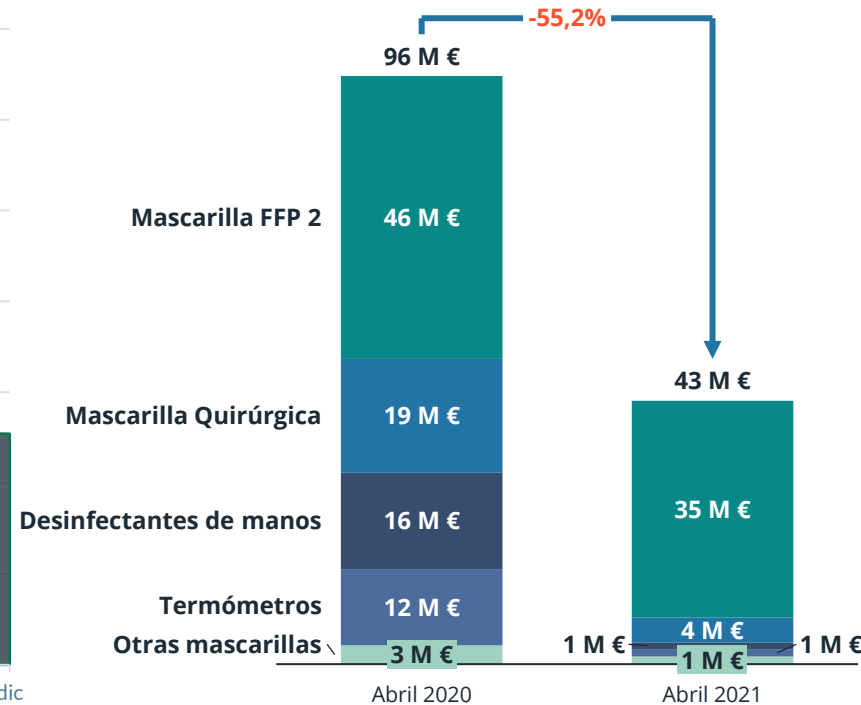
- En octubre de 2020, HMR publicó una previsión del mercado de autocuidado en 2021 para los socios de ANEFP y otros interesados
- Comparando los valores de ventas observados (2.130 M € ACUM abr 2021) con los valores estimados en la previsión (2.110 M € ACUM abr 2021), detectamos una diferencia de tan sólo 0,9%
- La metodología HMR para realizar la previsión, considera las siguientes premisas:
 - La disponibilidad de vacunas para SARS-CoV-2 o conseguir la inmunidad general no implicaría impacto o recuperación notable en el mercado de la farmacia hasta el verano
 - La realización de pruebas rápidas de Covid-19 en la farmacia podría tener un impacto importante, pero en su momento no contamos con ello
 - Mutaciones o variantes del virus u otras olas de infecciones podrían provocar otros confinamientos generales, aunque sólo contamos con restricciones de movilidad sin un confinamiento estricto nacional
 - A partir de mayo, no contaremos con el mismo volumen de venta de categorías asociadas con el Covid como mascarillas y termómetros
 - Empezaremos a volver a la normalidad a partir de verano, pero la temporada de otoño-invierno 2021-2022 seguirá sin volver a los niveles de 2019 o años previos

La venta se ralentiza -55% en categorías asociadas con material sanitario para Covid; la tendencia se repetirá en mayo 2021

Ventas Mensuales de las categoría de mascarillas, desinfectantes de manos y termómetros
En millones de euros



Venta de las categoría de mascarillas, desinfectantes de manos y termómetros en el mes de abril
En millones de euros



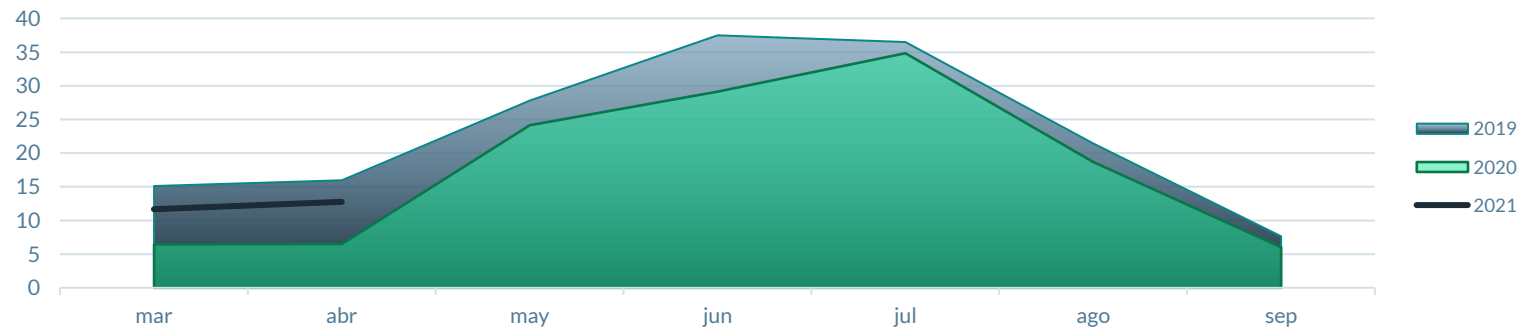
Nuestro análisis

- Las categorías de mascarillas, desinfectantes de manos y termómetros presentan un cambio de tendencia este mes al no alcanzar los niveles de abril 2020 (-55% en valores), provocando el decrecimiento del segmento de Autocuidado en el mes. Sin tenerlos en cuenta, el resultado del segmento tendría un crecimiento positivo en el mes de +11% en valores comparado con el mismo mes en 2020

Las categorías de primavera-verano recuperan ventas versus 2020

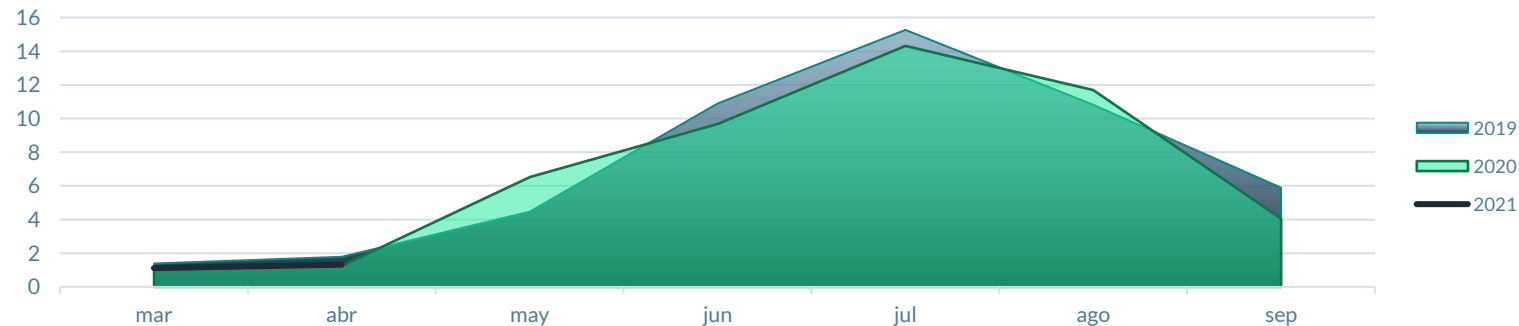
Evolución mensual de protección solar (adultos + infantil)

Marzo – Septiembre
(Ventas en millones de euros)



Evolución mensual de categorías seleccionadas de primavera verano (piernas cansadas, repelentes de insectos, antialérgicos piel y antipuriginos)

Marzo – Septiembre
(Ventas en millones de euros)



Nuestro análisis

- En abril 2021, las categorías de primavera – verano alcanzaron un nivel de venta de 20,5 M€ aproximándose al nivel de dispensación de abril 2019 aunque sin alcanzarlo (-13% en valores este mes versus abril 2019)
- Las categorías de solares superan este mes el nivel de dispensación de abril 2020 (+191% en las categorías de adulto y +247% en las de solares infantil). Aún así, no llegan a recuperar los niveles previos al periodo de pandemia (- 20% respecto del mes de abril 2019 tanto en las categorías de adulto como en las de solares infantil)
- Las categorías de piernas cansadas, repelentes de insectos, antialérgicos piel y antipuriginos aumentan +117% su nivel de venta este mes respecto a abril 2020 recuperando el nivel de venta del mismo periodo en 2019 (+2% en valores)

Facturación en el mes por CCAA

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

	VALORES M €	VARIACIÓN M €	
Andalucía	333,8	+13,7	+4,3%
Cataluña	261,2	+7,0	+2,8%
Madrid	250,0	+8,9	+3,7%
C. Valenciana	187,1	+6,6	+3,6%
Galicia	114,3	+1,4	+1,3%
Castilla y León	85,6	-0,5	-0,6%
Islas Canarias	85,1	+7,2	+9,2%
Castilla La Mancha	84,3	-0,1	-0,1%
Murcia	62,6	+5,3	+9,3%
País Vasco	58,3	-10,1	-14,8%
Aragón	51,8	-0,7	-1,4%
Extremadura	47,3	-1,5	-3,0%
Islas Baleares	44,3	+1,7	+3,9%
Asturias	43,8	-0,1	-0,2%
Navarra	22,7	+0,6	+2,5%
Cantabria	22,2	+0,4	+2,0%
La Rioja	9,5	+0,2	+1,9%
Total Nacional	1.763,8	+39,9	+2,3%

Variación interanual por CCAA en oficinas de farmacia

