

# Análisis del mercado farmacéutico

## Semana 29 (w29) – Del 13 – 19 de Julio 2020

*El efecto del COVID-19*

# Puntos destacados de la Semana 29 (del 13 – 19 de Julio 2020)

|                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                   |                                                                               |                                                                   |                                                                  |                                                                                                  |                                                                                                            |
| <b>-0,7%</b><br><b>ACTIVIDAD</b><br>La actividad, en número de tickets promedio por farmacia, ha decrecido un -0,7% respecto a la semana anterior. | <b>+0,9%</b><br><b>MERCADO DE PRESCRIPCIÓN</b><br>Crece un +0,9% en el acumulado del año vs 19 mientras que la ATC1 N, que incluye paracetamol, crece un 5,3%. | <b>-5,4%</b><br><b>CH*</b><br>Decrece un -5,4% en el acumulado desde las primeras medidas de desescalada (w19) PEC presenta unos decrecimientos -5% | <b>-9,1%</b><br><b>OTC</b><br>OTC es la que mas decrecimientos presenta en el acumulado w19-w29, siendo PAC la que mejor comportamiento tiene -0,1% | <b>+216%</b><br><b>MERCADO ONLINE</b><br>Las ventas online crecen +216% en el acumulado de la desescalada (w19-w29 2020 vs 2019). Estimamos que la venta en esa semana es de ~8,4M€ | <b>x6,4</b><br><b>E-DETAILING</b><br>El volumen promocional sobre los canales “E - Detailing” ha crecido ~636% (Junio 2020 vs.2019) siendo líder junto con F2F presentando una cuota del ~25% |

\*Excluidos geles hidroalcohólicos, mascarillas y guantes procedentes de fabricantes que no operan en España

# IQVIA – características del informe semanal impacto COVID-19

## OBJETIVO

El objetivo es proporcionar un **informe**, de actualización semanal, que permita **seguir y entender la evolución de los mercados de farmacia comunitaria** ante la situación provocada por el COVID-19 en España

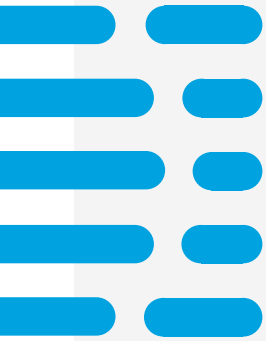
## FRECUENCIA

El **informe se actualizará semanalmente** y se irá incluyendo la **información relevante** en función del avance de la situación



## CONTENIDO

- En el informe se incluyen análisis de los **principales segmentos del mercado** de farmacia en España, tanto para prescripción como para Consumer Health
- Se analiza la **información semanal sell out** comparando con los mismos periodos del año anterior. Analizamos la **información por semana, YTD y en acumulado desde la desescalada** (w19)
- Se incluyen, para todos los segmentos, aquellas **clases ATCs/OTCs con mayor y peor evolución en la semana** (por aporte al crecimiento)



## + Evolución semanal de los grandes segmentos del mercado farmacéutico

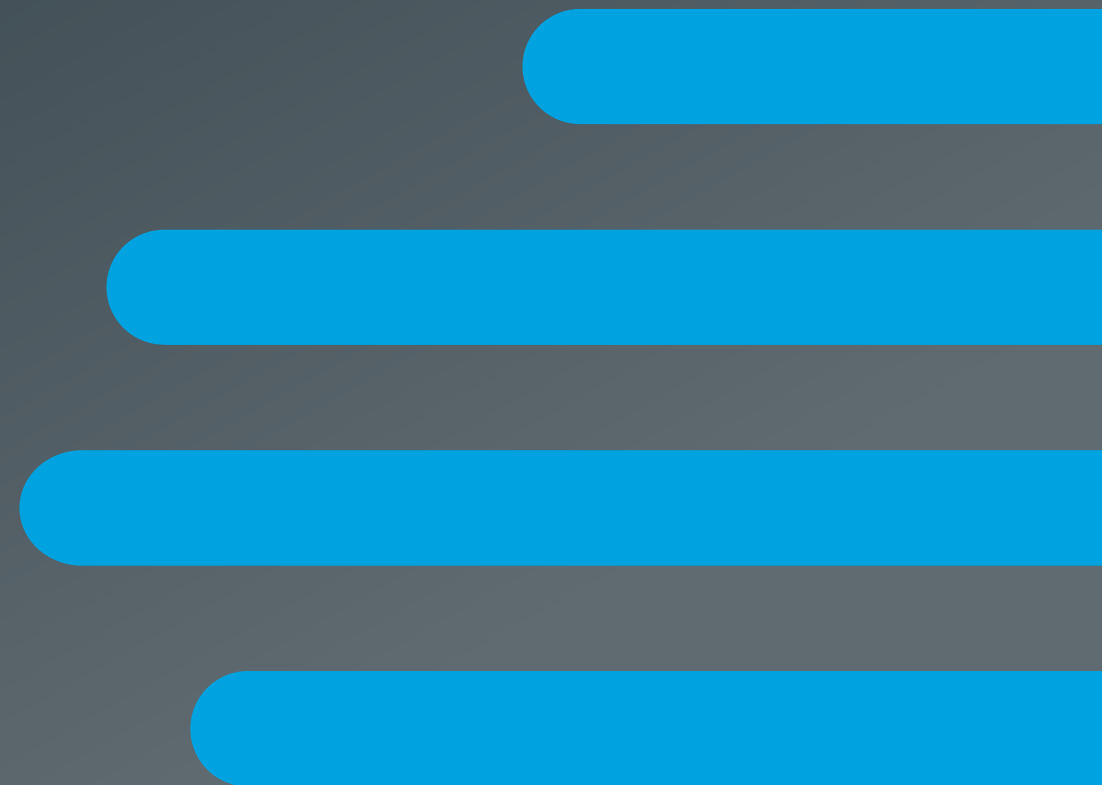
- › Mercado Retail
  - » Mercado de los medicamentos
  - » Mercado de Consumer Health
- › Mercado Online

## + Canales promocionales

## + 2020 hasta hoy

- › Evolución general del mercado
- › Cambios en la farmacia

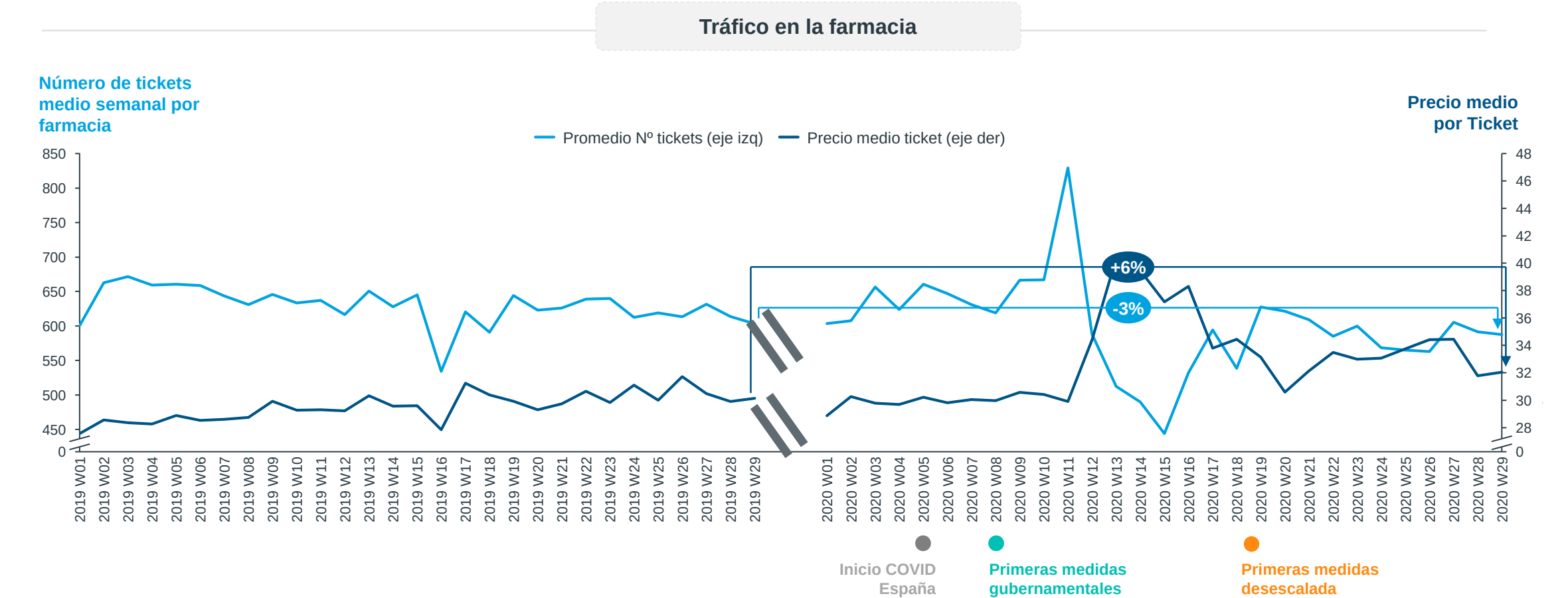
# Evolución semanal del mercado farmacéutico



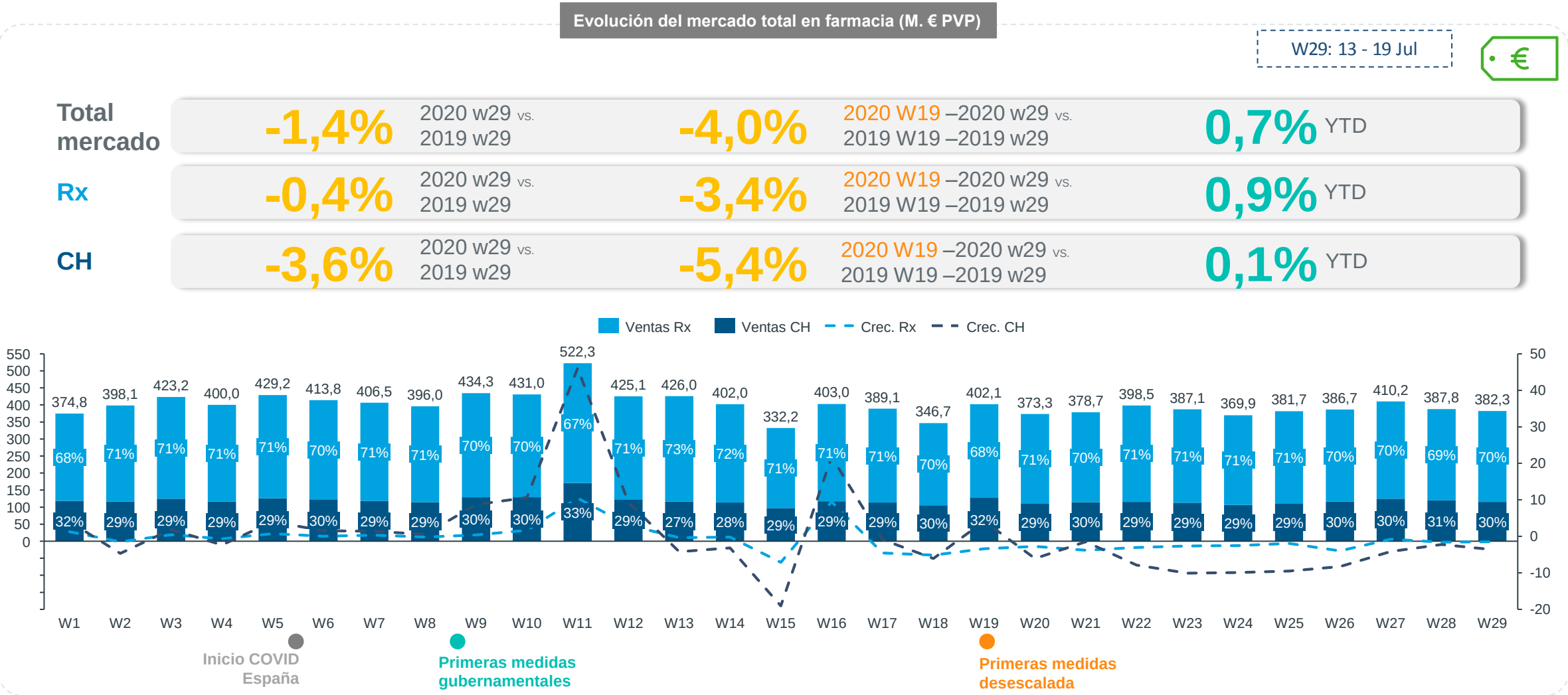
# Mercado Retail

# La actividad total en la farmacia vuelve a mostrar una bajada en el numero de tickets después de unas semana mas estables

Durante la ultima semana se ha alcanzando una media de 587 tickets por farmacia, un -2,6%, mientras que su valor medio aumenta un +6,3% respecto a la misma semana en 2019



# En w29, el mercado\* decrece (-1,2%) frente a la misma semana del año anterior pero crece (0,7%) si analizamos el YTD-20



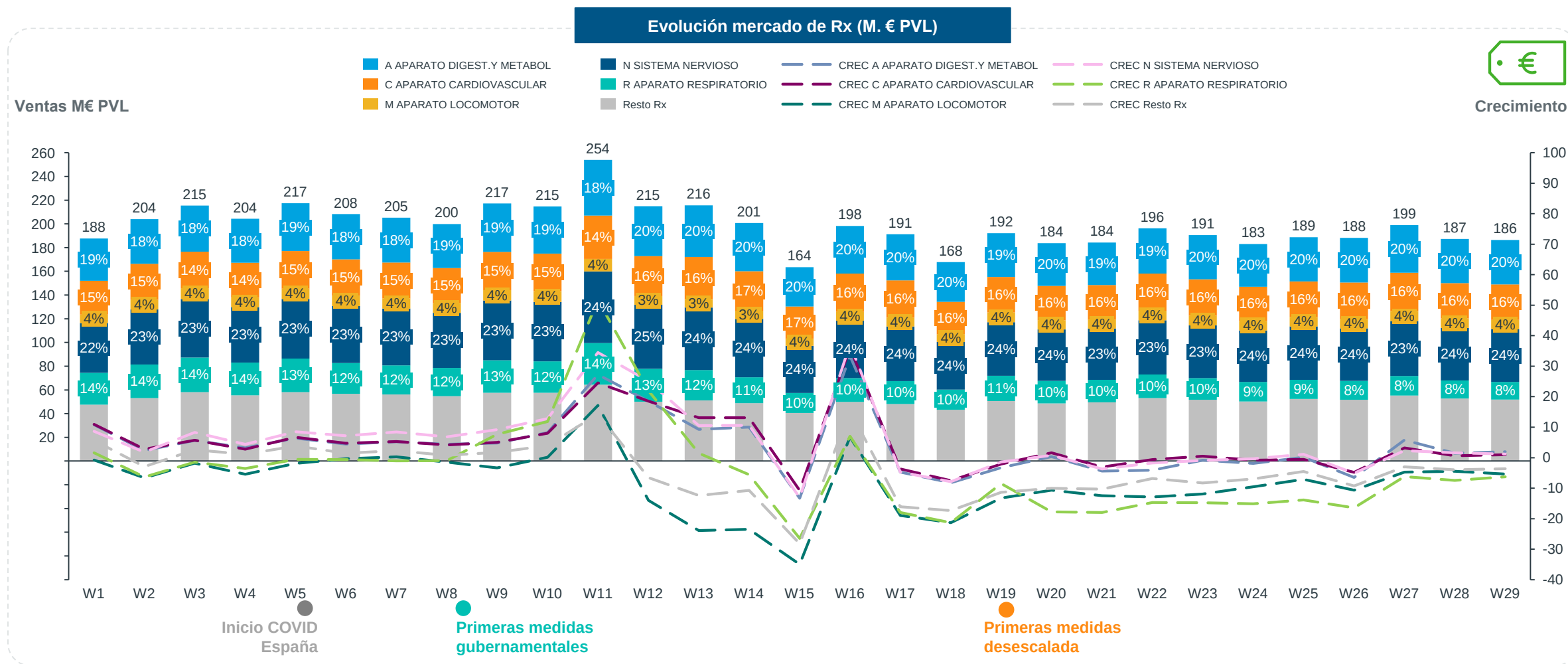
Semióticos y EFPs incluidos en CH, precio en PVP.  
Fuente: IQVIA Sell-Out (muestra 6.300 farmacias), semanal; análisis IQVIA.

\*Excluidos geles hidroalcohólicos, mascarillas y guantes procedentes de fabricantes que no operan en España



# Mercado de los medicamentos

# El mercado de medicamentos muestra una evolución negativa en valores para w29 (-0,4%) siendo positiva para el YTD (+0,9%)

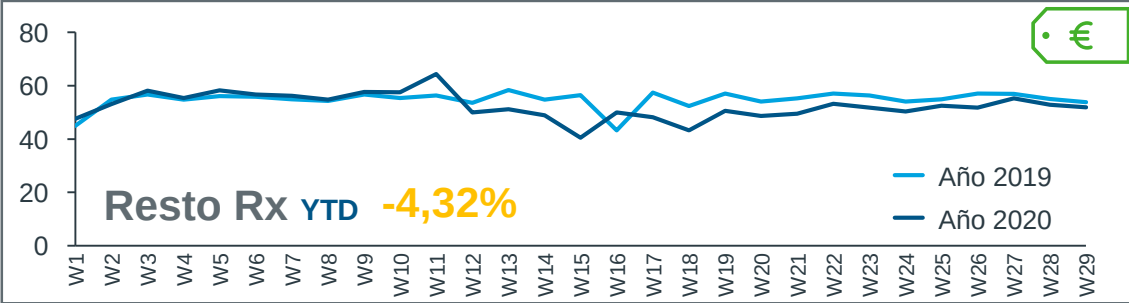
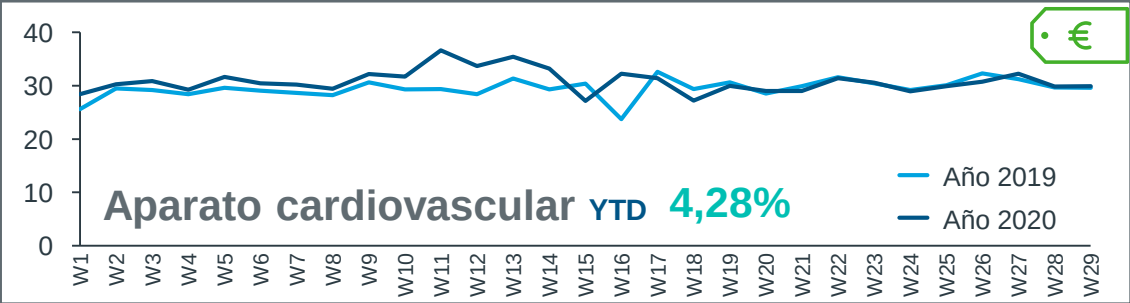
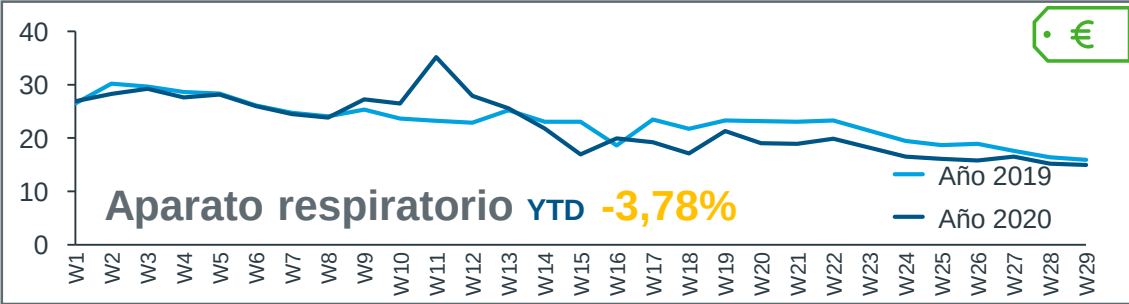
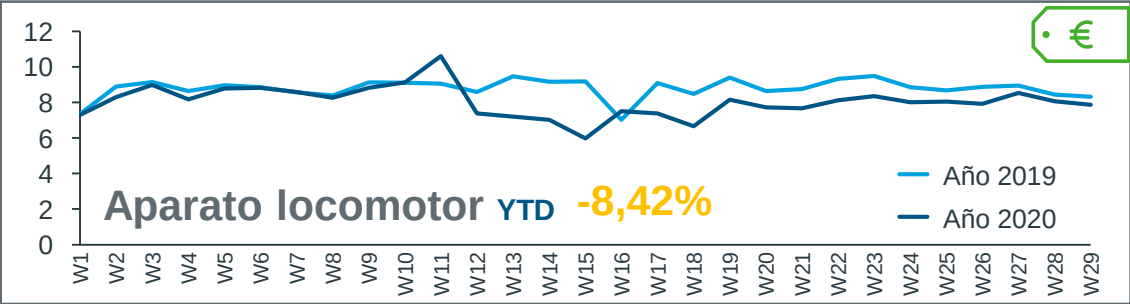
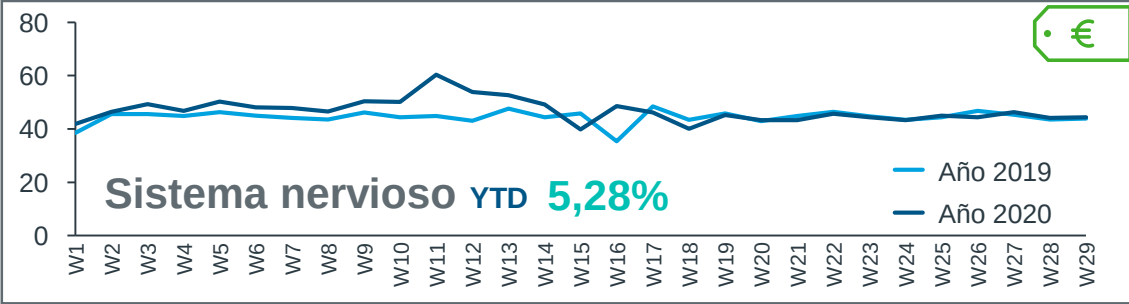
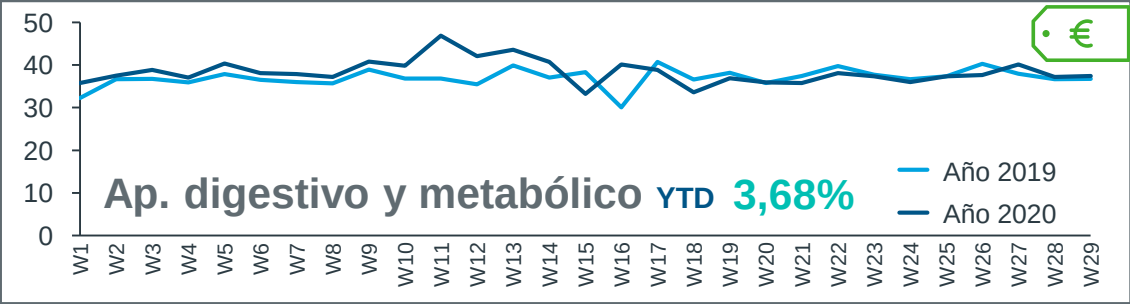




# Evolución del mercado de medicamentos

Evolución en M€, 2020 vs 2019

W29: 13 - 19 Jul



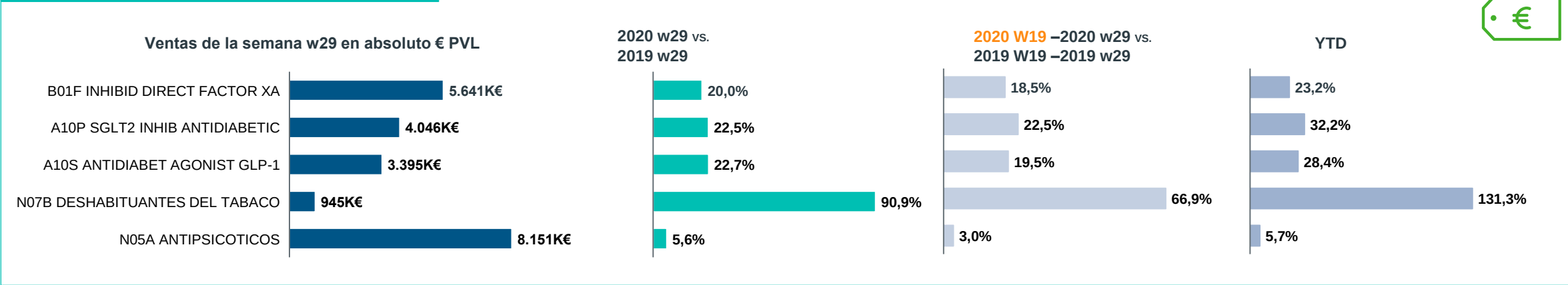


# Evolución semanal del mercado de medicamentos

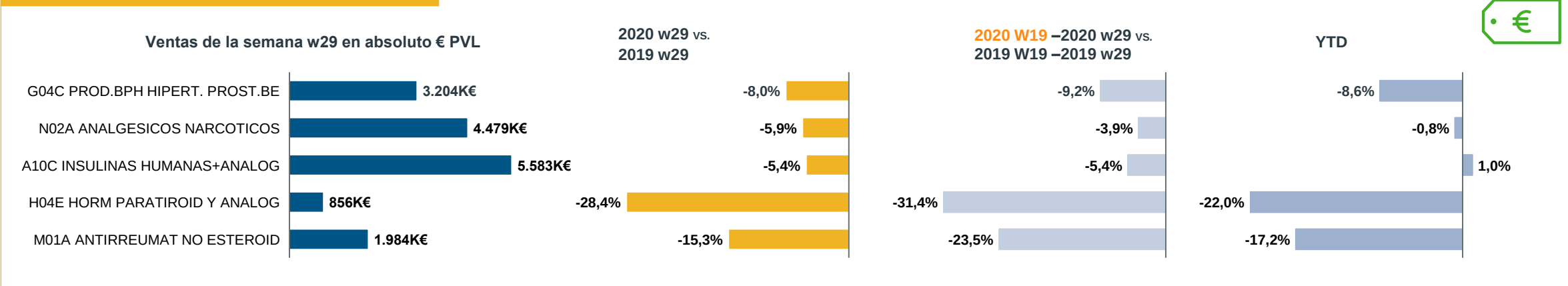
## Clases con mayor y peor evolución en la semana

W29: 13 - 19 Jul

### Clases con mayor crecimiento w29

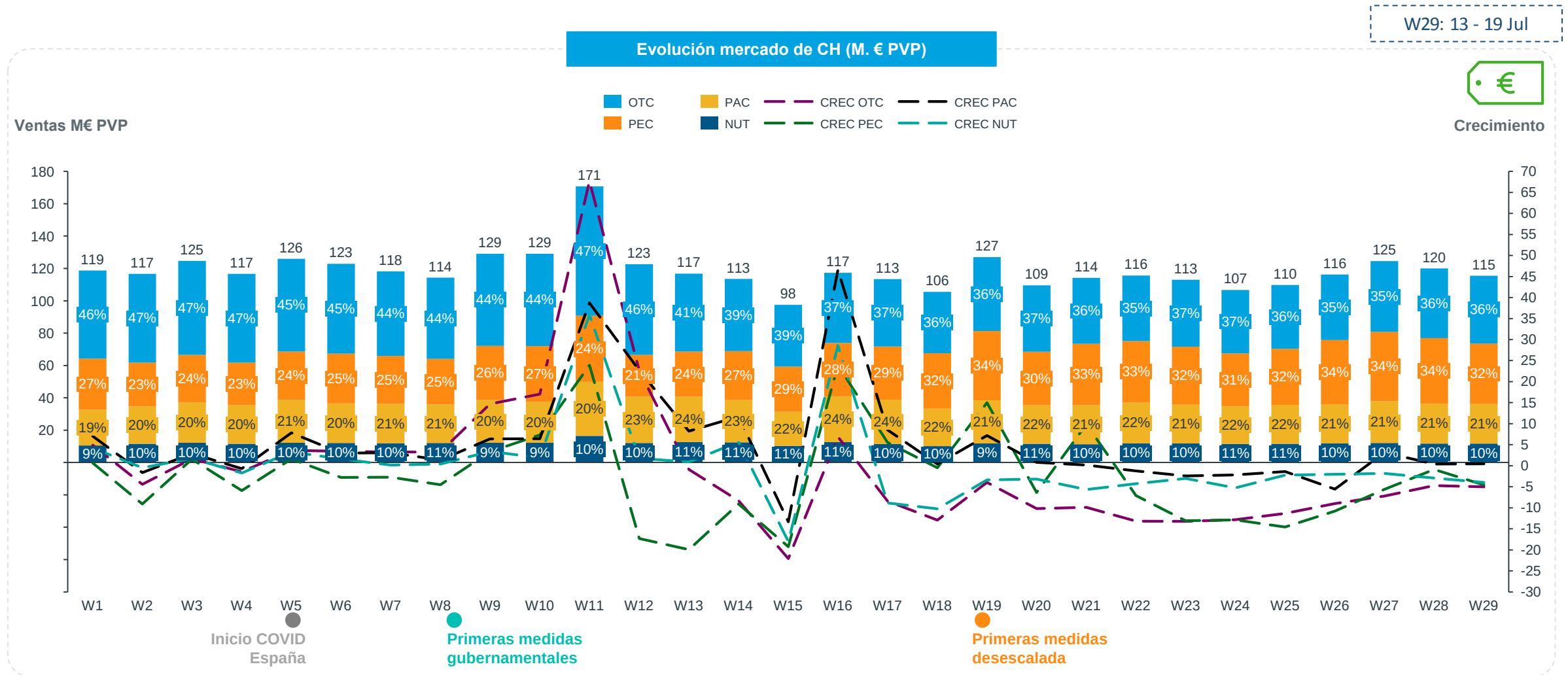


### Clases con mayor decrecimiento w29



# Mercado de Consumer Health

# El 70% del consumo del mercado de CH proviene de las categorías de OTC y PEC



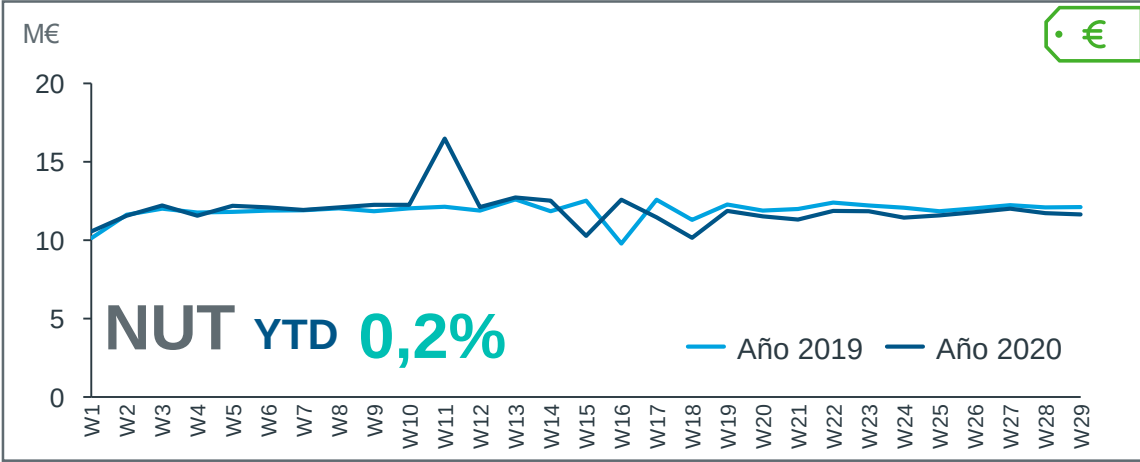
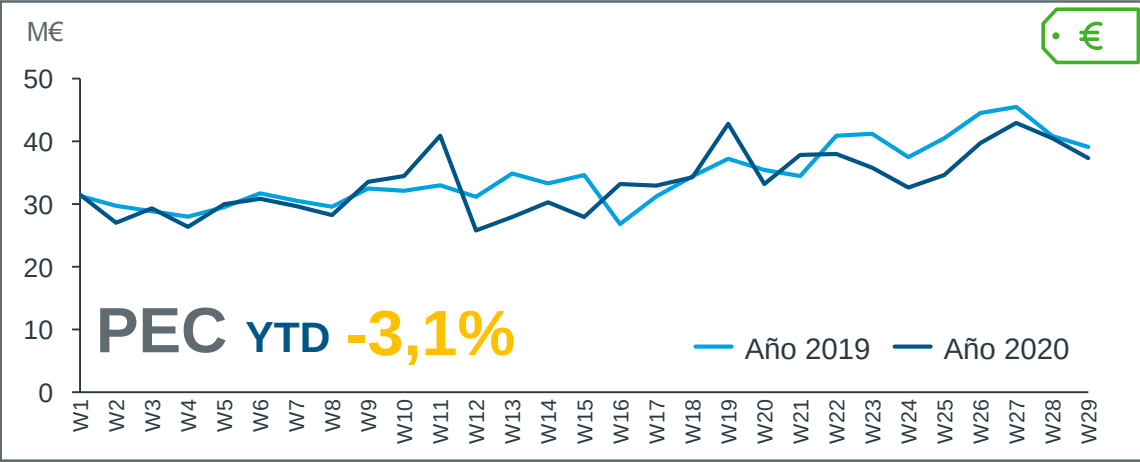
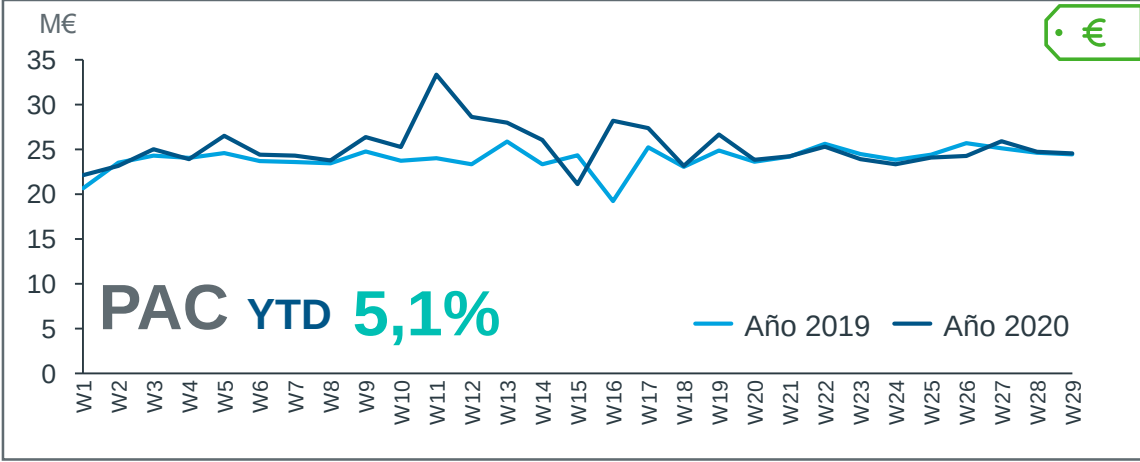
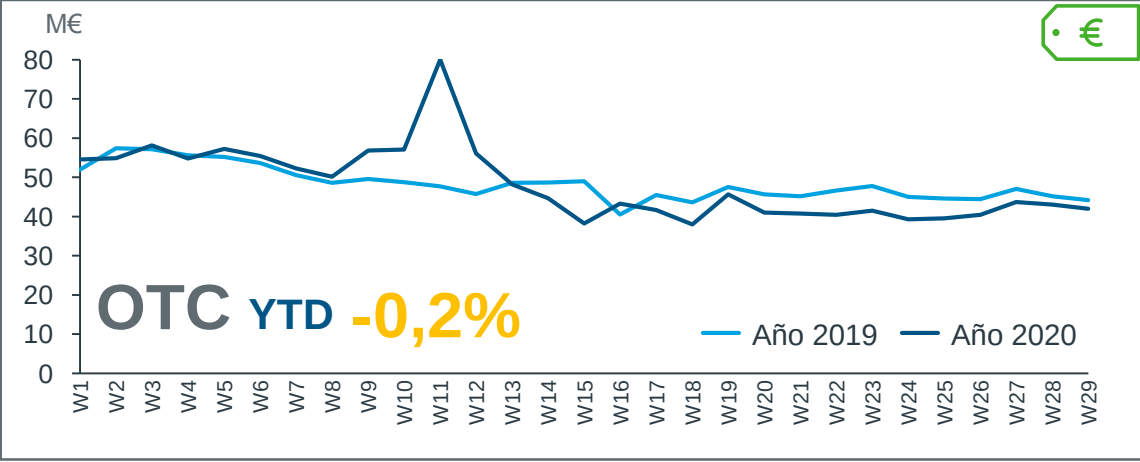
\*Excluidos geles hidroalcohólicos, mascarillas y guantes procedentes de fabricantes que no operan en España



# Evolución del mercado de Consumer Health

Evolución en M€, 2020 vs 2019

W29: 13 - 19 Jul



Semiéticos y EFPs incluidos en OTC, precio en PVP.  
Fuente: IQVIA Sell-Out (muestra 6.300 farmacias), semanal; análisis IQVIA.

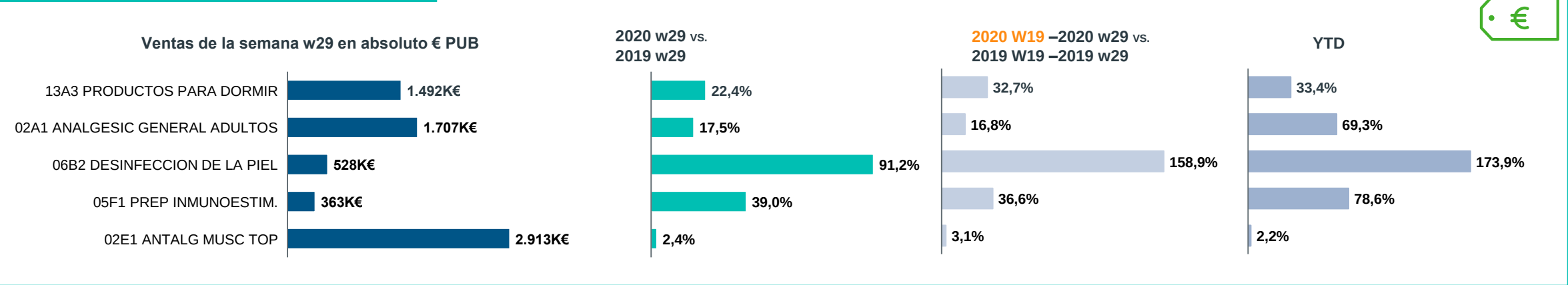


# Evolución semanal del mercado de OTC (-5,0% w29 20 vs 19)

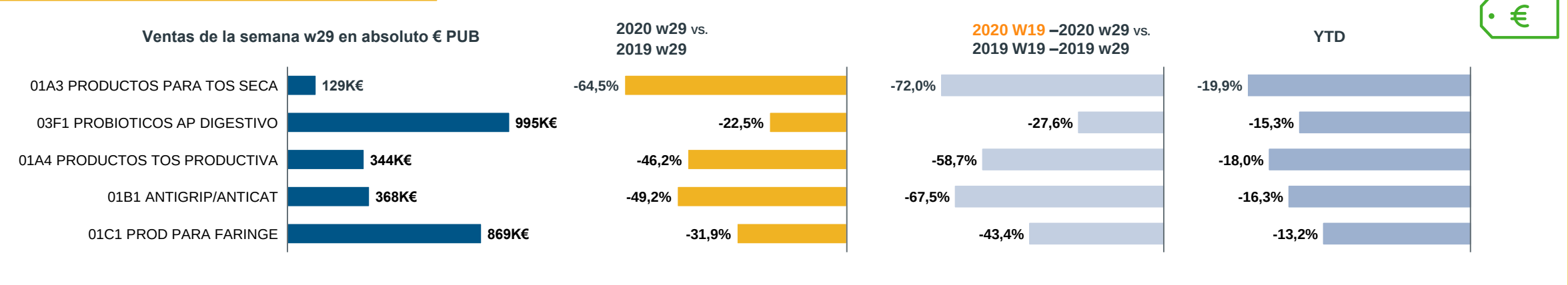
Clases con mayor y peor evolución en la semana

W29: 13 - 19 Jul

## Clases con mayor crecimiento w29



## Clases con mayor decrecimiento w29





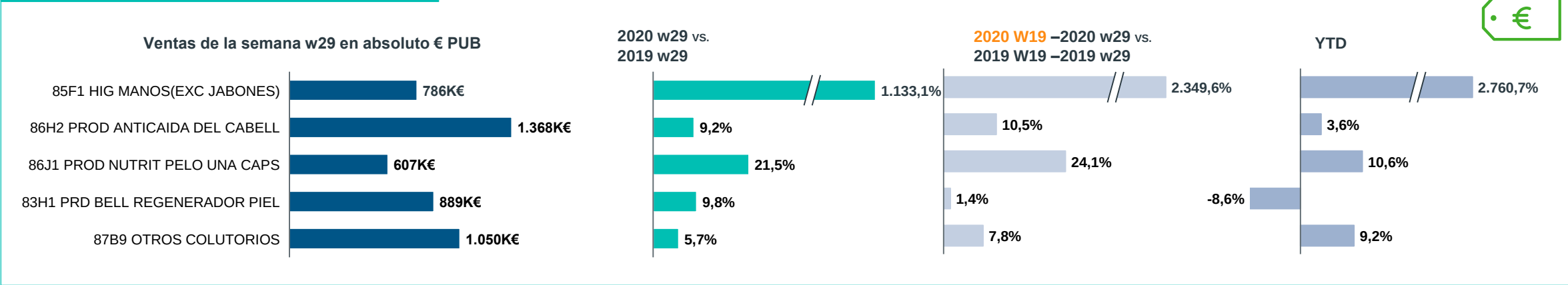


# Evolución semanal del mercado de PEC (-4,6% w29 20 vs 19)

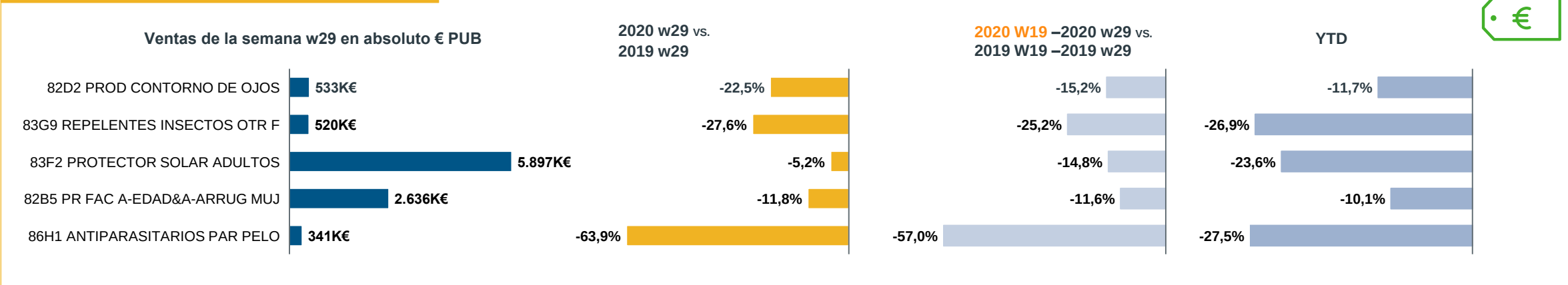
Clases con mayor y peor evolución en la semana

W29: 13 - 19 Jul

## Clases con mayor crecimiento w29



## Clases con mayor decrecimiento w29



\*Excluidos geles hidroalcohólicos, mascarillas y guantes procedentes de fabricantes que no operan en España

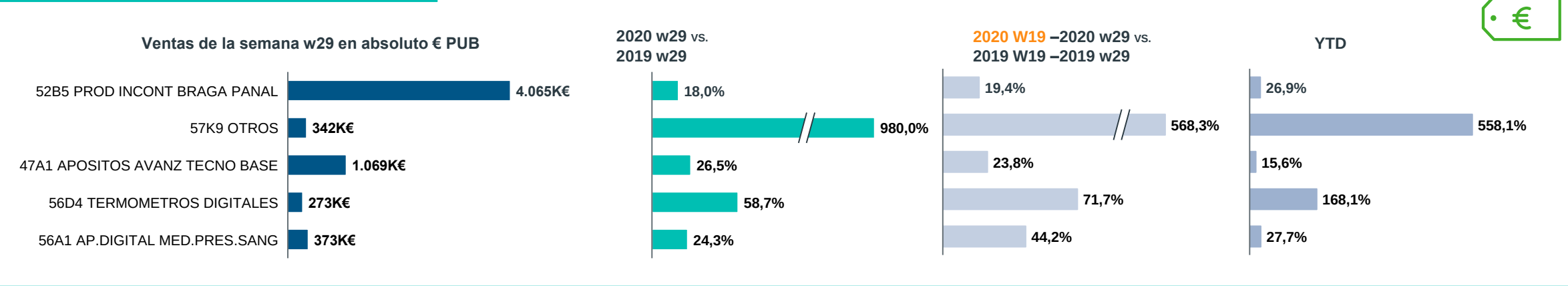


# Evolución semanal del mercado de PAC (+0,5% w29 20 vs 19)

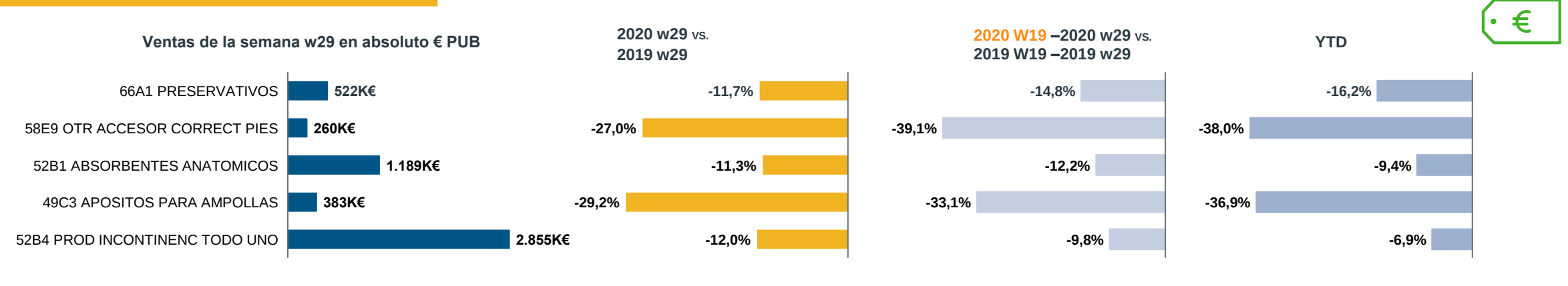
Clases con mayor y peor evolución en la semana

W29: 13 - 19 Jul

## Clases con mayor crecimiento w29



## Clases con mayor decrecimiento w29



\*Excluidos geles hidroalcohólicos, mascarillas y guantes procedentes de fabricantes que no operan en España

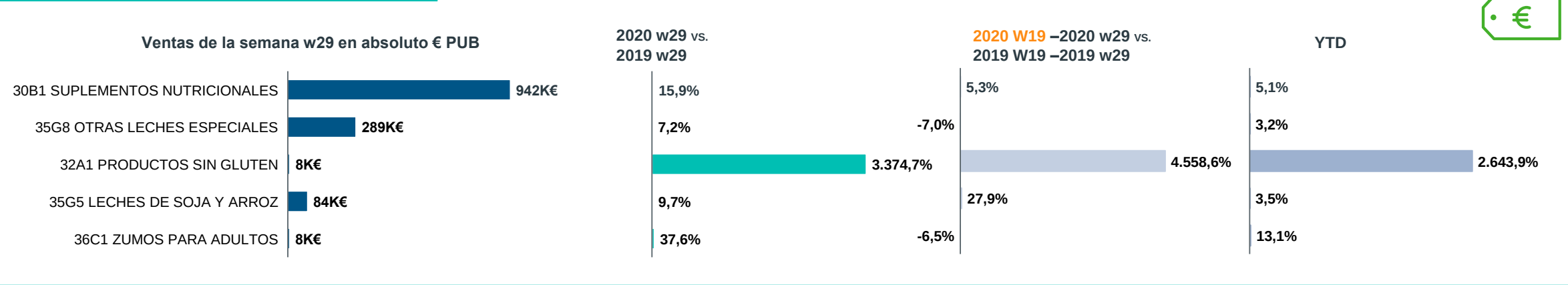


# Evolución semanal del mercado de NUT (-4,0% w29 20 vs 19)

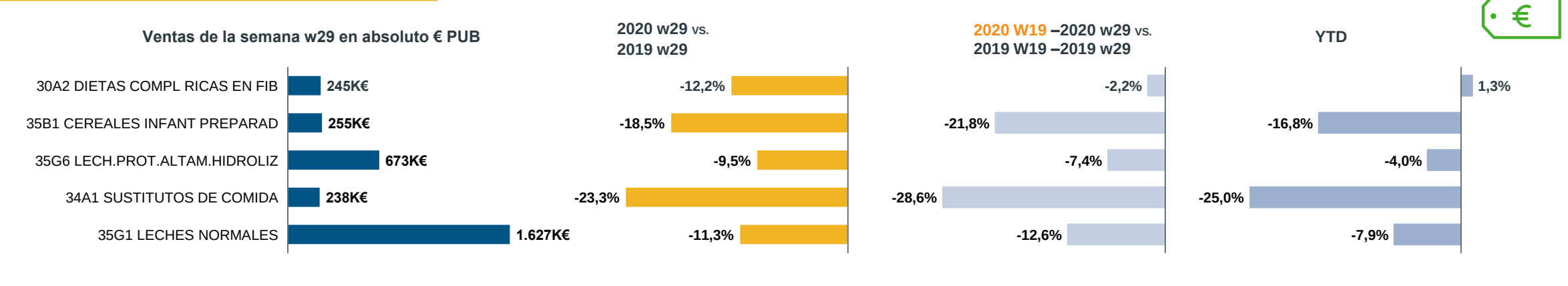
Clases con mayor y peor evolución en la semana

W29: 13 - 19 Jul

## Clases con mayor crecimiento w29



## Clases con mayor decrecimiento w29

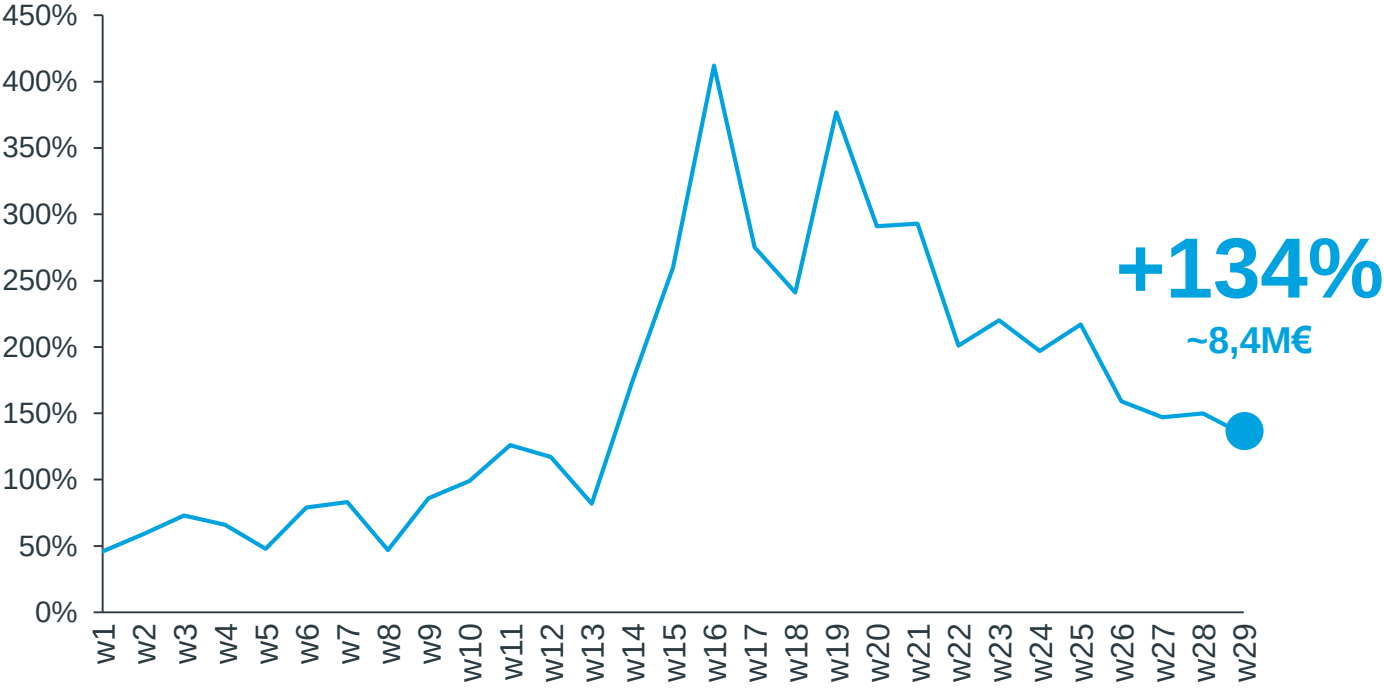


# Mercado Online



# Evolución semanal de la farmacia online en periodo Covid-19

Crecimiento semanal de las ventas del canal online de farmacias (%€)



Venta 2019 total - ~187M€  
Venta 2020 hasta w29 - ~257M€

Primeras medidas  
desescalada

Top categorías

| Acumulado COVID-19 (w06-w18)                  |                                    | +156% |
|-----------------------------------------------|------------------------------------|-------|
| 57 AYUDAS MEDICO-QUIRURGICAS<br>(+14.623%)    | 05 TONIC/OTR ESTIM<br>(+358%)      |       |
| 79 OTROS PROD CUIDADO PACIENTE<br>(+5.289%)   | 85 HIGIENE PERSONAL<br>(+241%)     |       |
| 56 TESTS Y APARATOS MEDICION<br>(+590%)       | 01 APARATO RESPIRATORIO<br>(+213%) |       |
| 54 DES. NIÑOS/PR ENURES INFANTILES<br>(+362%) | 03 DIGESTIVOS Y OTROS<br>(+160%)   |       |

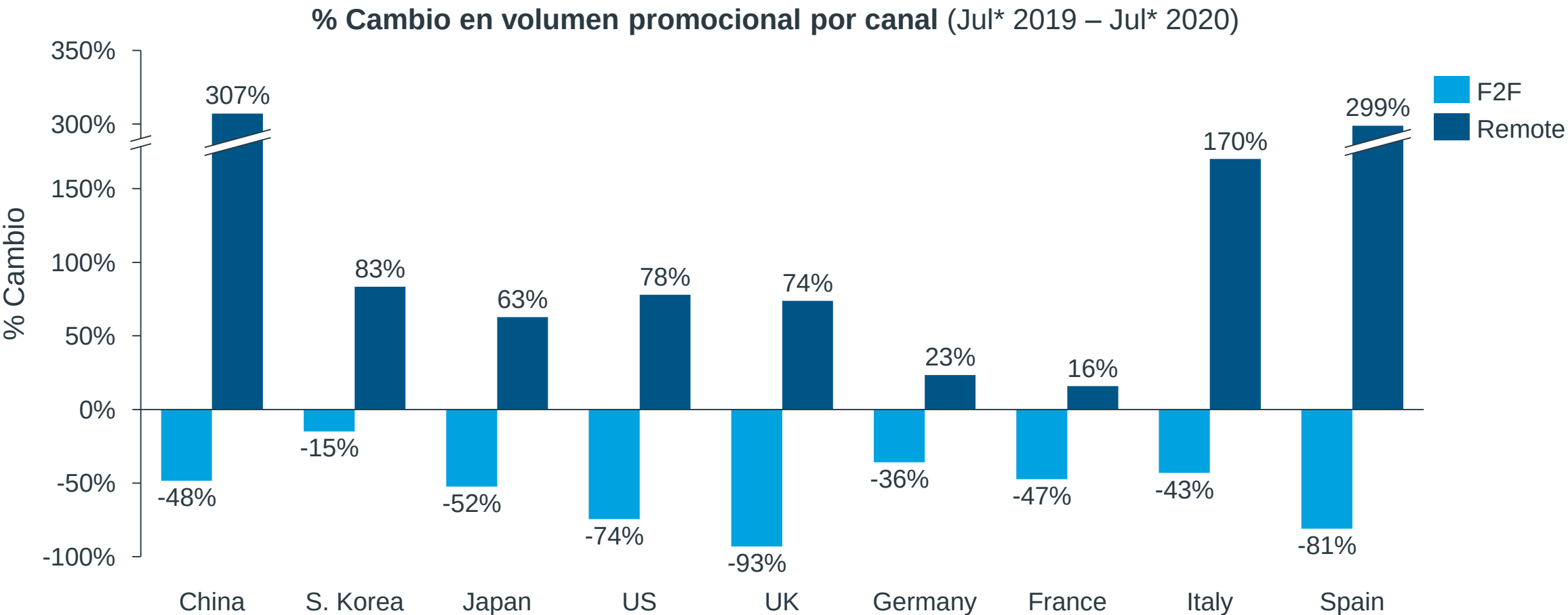
| Acumulado DESESCALADA (w19-w29)           |                                                        | +216% |
|-------------------------------------------|--------------------------------------------------------|-------|
| 57 AYUDAS MEDICO-QUIRURGICAS<br>(+8.759%) | 54 DES. NIÑOS/PR ENURES INFANTILES<br>(+241%)          |       |
| 79 OTROS PROD CUIDADO PACIENTE<br>(+581%) | 85 HIGIENE PERSONAL (+228%)                            |       |
| 56 TESTS Y APARATOS MEDICION<br>(+472%)   | 93 ACCESORIOS HIGIENE & CUIDADO ORAL(+222%)            |       |
| 94 ACCESORIOS BEBES<br>(+372%)            | 13 PR RELAJANTES SUEÑO EQUILIBRIO EMOCIONAL<br>(+199%) |       |

Fuente: Datos eRetail Audit IQVIA y Convert Group (datos en valores). Análisis IQVIA y Convert Group.

# Canales promocionales

# China, Italia y España han desarrollado una potencial migración al contacto remoto efectivo con los profesionales sanitarios

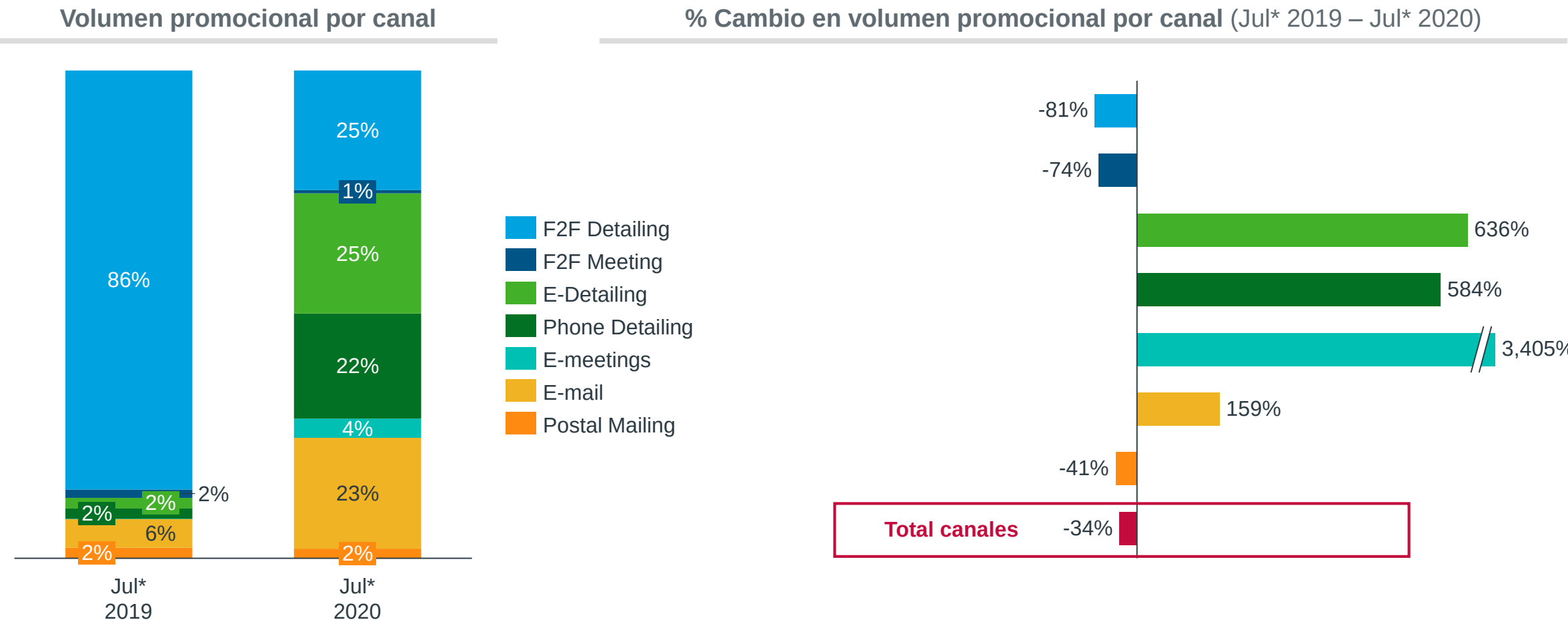
*España destaca en el TOP 5 UE en incremento en contactos remotos*



\*Periodo de 30 días hasta el 20/07  
Fuente: IQVIA European Thought Leadership; ChannelDynamics 20/07/2020; "F2F" incluye visita y meetings, "Remote" incluye visita telefónica, e-detailing, promoción postal y e-meetings

# La visita presencial vuelve a tener cierta relevancia, pero la nueva situación la empareja con los contactos remotos

El contacto F2F ha cambiado respecto al nivel habitual en 2019



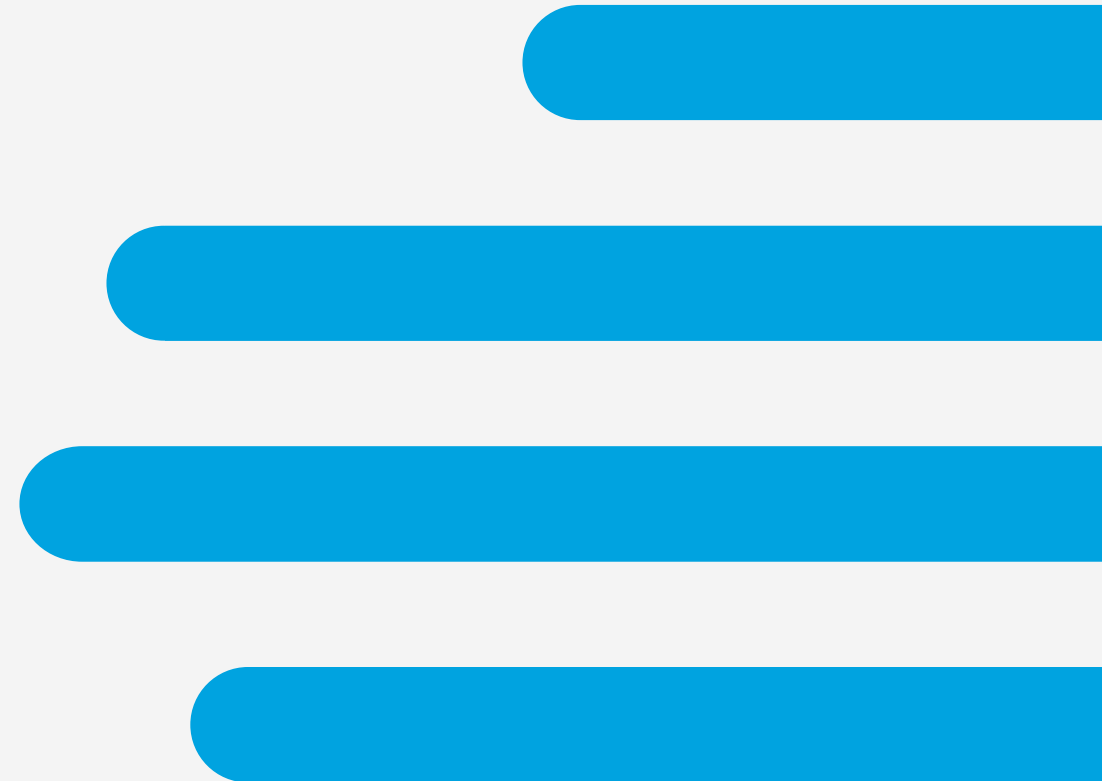
\*Periodo de 30 días hasta 20/07  
Fuente: IQVIA European Thought Leadership; ChannelDynamics 20/07//2020. Resultados de los panel ChannelDynamics de 2,500 HCPs

\*Periodo de 30 días hasta el 20/07



**2020 hasta hoy**

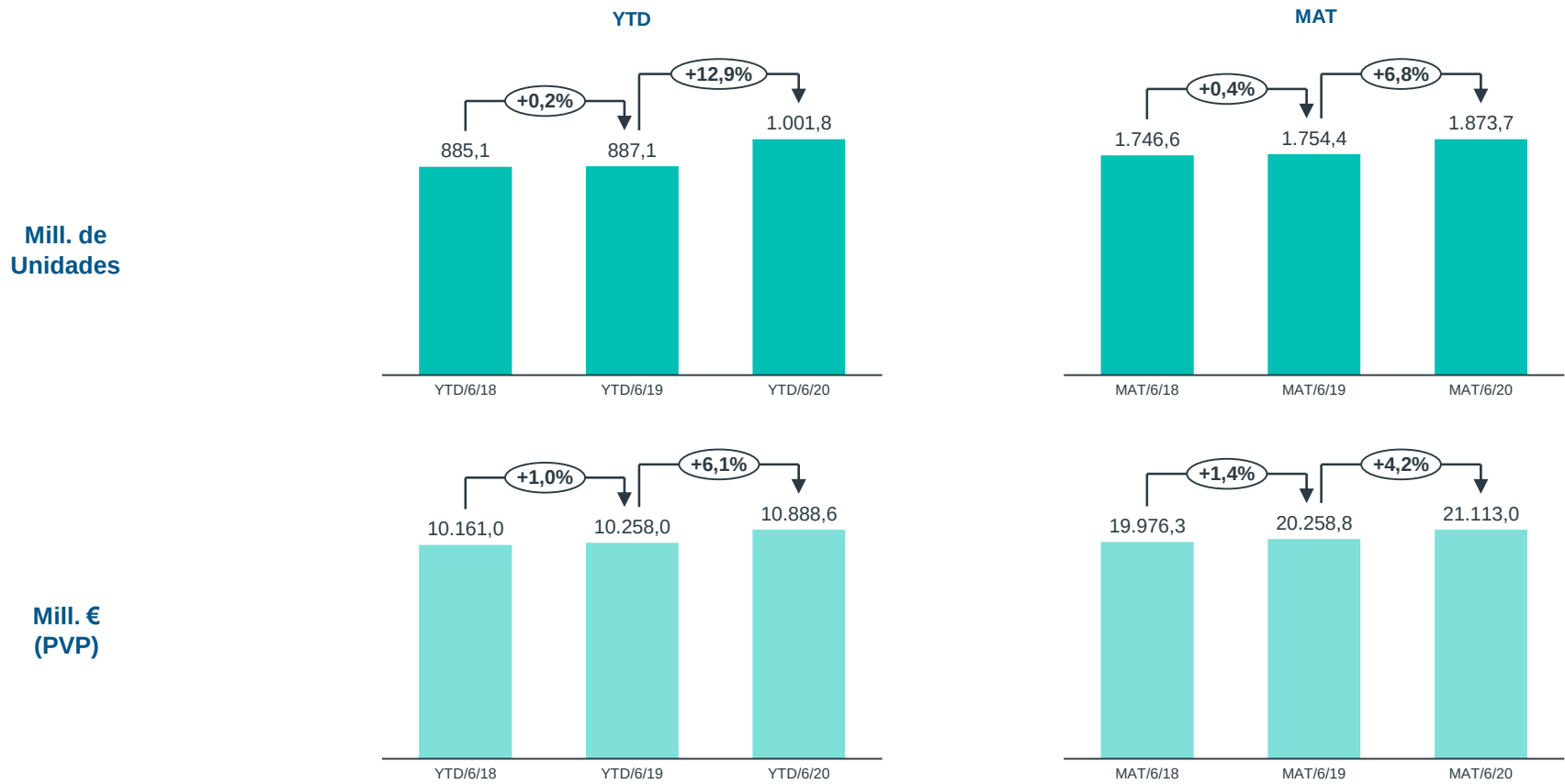
# Evolución general del mercado



# El mercado farmacéutico\* presenta un crecimiento del +4,2% en valores y del +6,8% en unidades en el MAT06/2020

\*Incluidos geles hidroalcohólicos, mascarillas y guantes procedentes de fabricantes que no operan en España

Total mercado farmacéutico

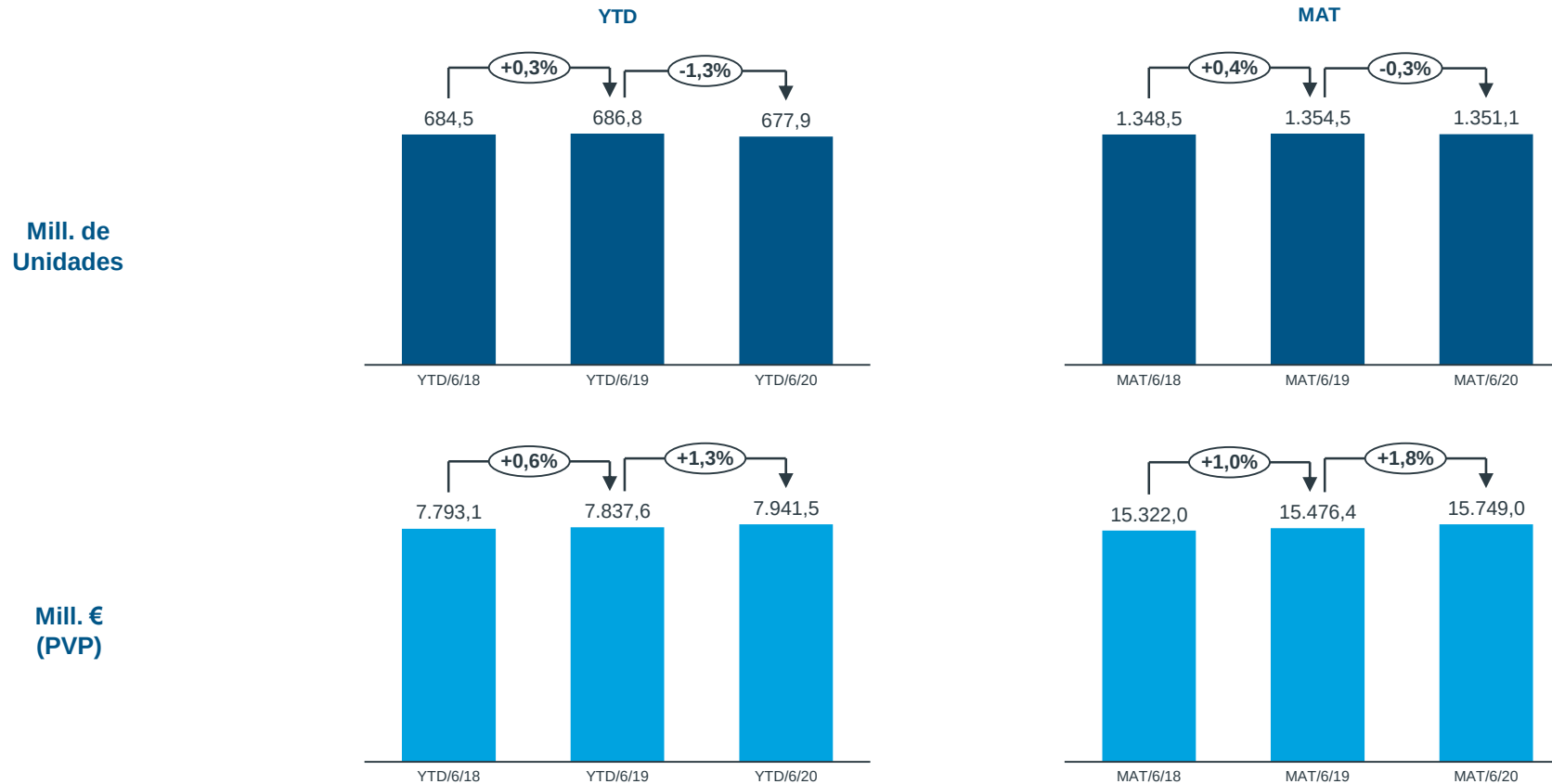


# El mercado de medicamentos muestra una evolución positiva en valores para los últimos 12 meses y el acumulado del año

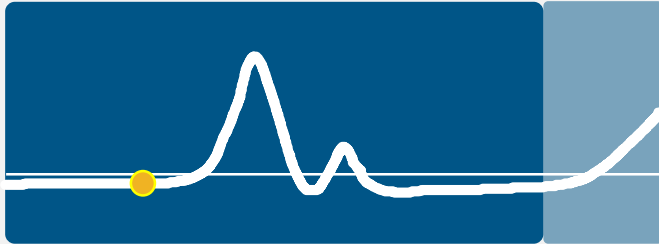


\*Excluidos geles hidroalcohólicos, mascarillas y guantes procedentes de fabricantes que no operan en España

## Mercado de Medicamentos

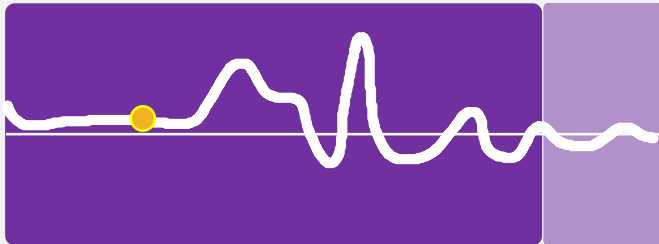


# La COVID ha afectado de diferente manera a los productos éticos



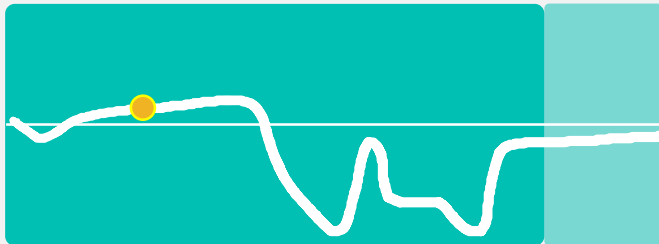
## COVID - 19

- Productos relacionados con la situación COVID (analgésicos, hidroxicloroquina o ansiolíticos)
- Un alto incremento en ventas debido a su mayor uso o acopio en las casas
- Las ventas disminuirán después de la pandemia por la vuelta a la normalidad o por tener stock en casa
- Posible pico si se produce una nueva ola de pandemia



## CRÓNICOS

- Productos para enfermedades crónicas (diabetes, vías respiratorias y colesterol)
- Aumento de las ventas debido a la doble dispensación (almacenamiento en el hogar)
- Regreso progresivo a la normalidad reduciendo los picos de doble dispensación
- La repetición potencial del comportamiento es una nueva ola de pandemia



## DEPENDIENTES DE CITA

- Productos relacionados con tratamientos no crónicos que dependen de la cita con el médico (salud de la mujer, antibióticos y tratamientos que pueden posponerse como las vacunas)
- Reducción de ventas debido a la reducción y cancelación de citas médicas
- Vuelta a la normalidad cuando las citas médicas se restablecen regularmente

● Inicio de la Pandemia en España

# Con la nueva normalidad es importante tener en cuenta también cambios en el mercado de prescripción



## Promoción

## Dinámicas de prescripción

## Visita dependiente

## Subastas Andalucía

### Adaptarse

Nuevas maneras de contactar a médicos y farmacias  
Alto valor añadido  
Visita remota (e-detailing)

### Comportamiento del mercado

Doble dispensaciones y adelantamiento de recogida de medicamentos durante el periodo COVID para evitar el colapso en el sistema

### Cambios en el mercado

Especial relevancia para patologías crónicas y asintomáticas (chequeos y visitas de seguimiento y rutina)

### Oportunidad de mercado

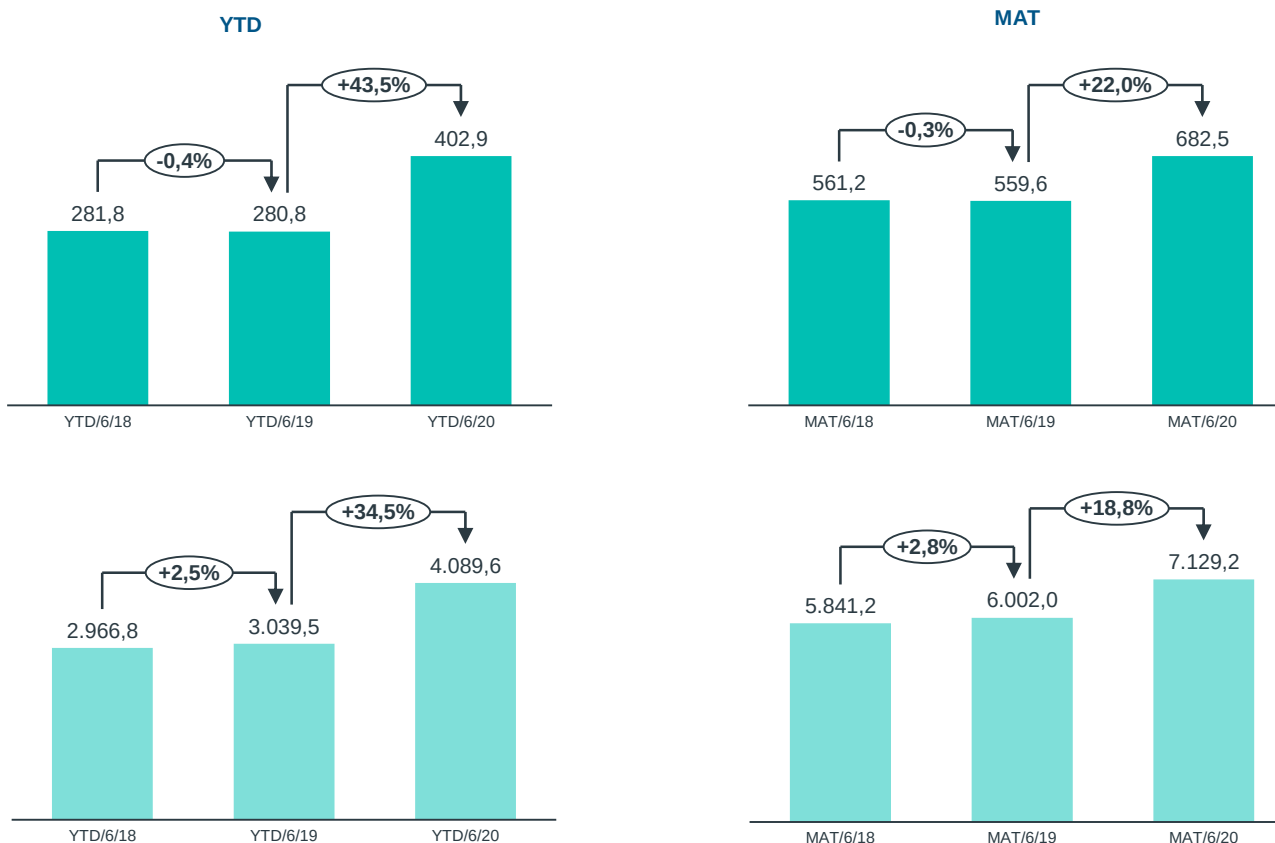
Oportunidad de ~ 50% de las ofertas actuales en Andalucía  
Necesidad de producción y distribución de productos así como actividad comercial



# En el acumulado del año, Consumer Health\* crece tanto en volumen (+22,0%) como en valores (+18,8%)

\*Incluidos geles hidroalcohólicos, mascarillas y guantes procedentes de fabricantes que no operan en España

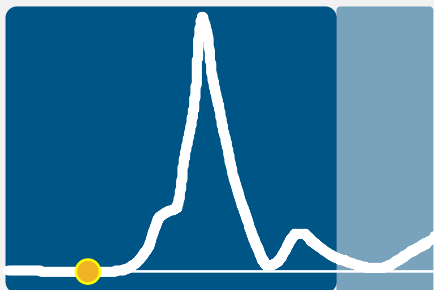
## Mercado de Consumer Health





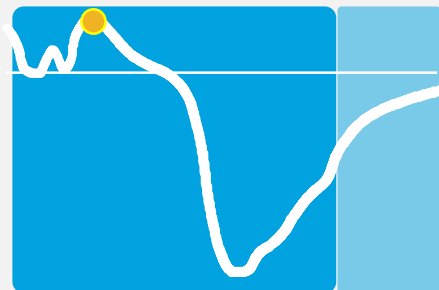
# Las categorías de CH dependiendo de su naturaleza evolucionarán de acuerdo con cuatro patrones diferentes

## Categorías COVID-19



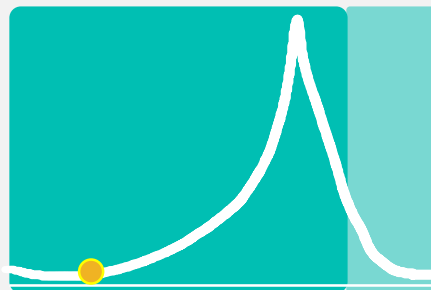
- Pico de consumo con pandemia y posibles olas futuras
- Consumo regular en otras fases
- P.ej. Higiene de manos, guantes o mascarilla protectora

## Categorías al aire libre



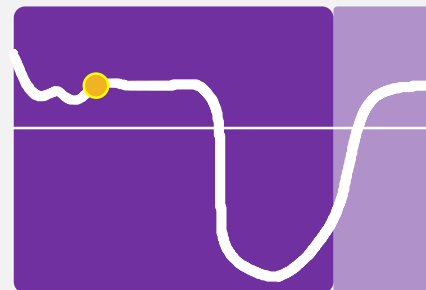
- Pérdida abrupta de ventas debido al confinamiento
- Aumento de las ventas desde la fase de desescalada
- P.ej. La protección solar o el cuidado de los pies han perdido parte de su estacionalidad

## Actividades diarias



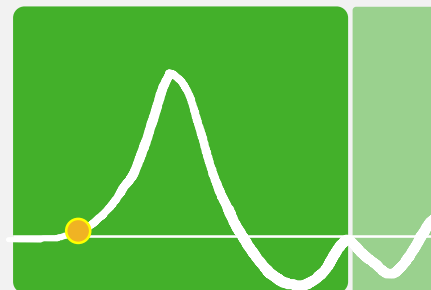
- Reemplazo de actividades diarias por alternativas en el hogar
- Consumo regular esperado cuando se reabran las actividades
- P.ej. Coloración del cabello

## Cese de la vida social



- Vinculado directamente con la actividad social y el contacto y los viajes, muy afectados por el confinamiento
- Pico post-desescalada por desabastecimiento en casa
- P.ej. Maquillaje, antidiarreico

## Necesidades básicas



- Almacenamiento en el hogar para reducir las visitas a la farmacia durante el cierre, generando un pico
- Disminución debido a sobre stock en las casas
- P.ej. Cuidado bucal

● Pandemic start in Spain



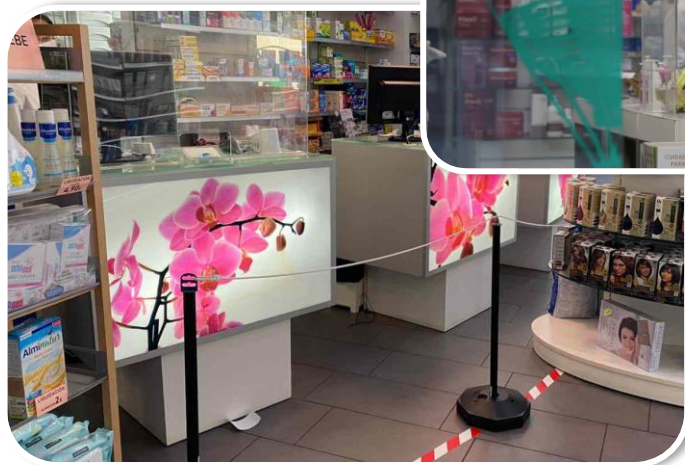
# El consumidor ha pasado por diferentes fases a medida que ha ido evolucionando la pandemia



# Cambios en la farmacia

# ¿Cómo la pandemia del COVID-19 ha cambiado las farmacias?

*Las farmacias se han adaptado a la situación aplicando diferentes medidas en el punto de venta*

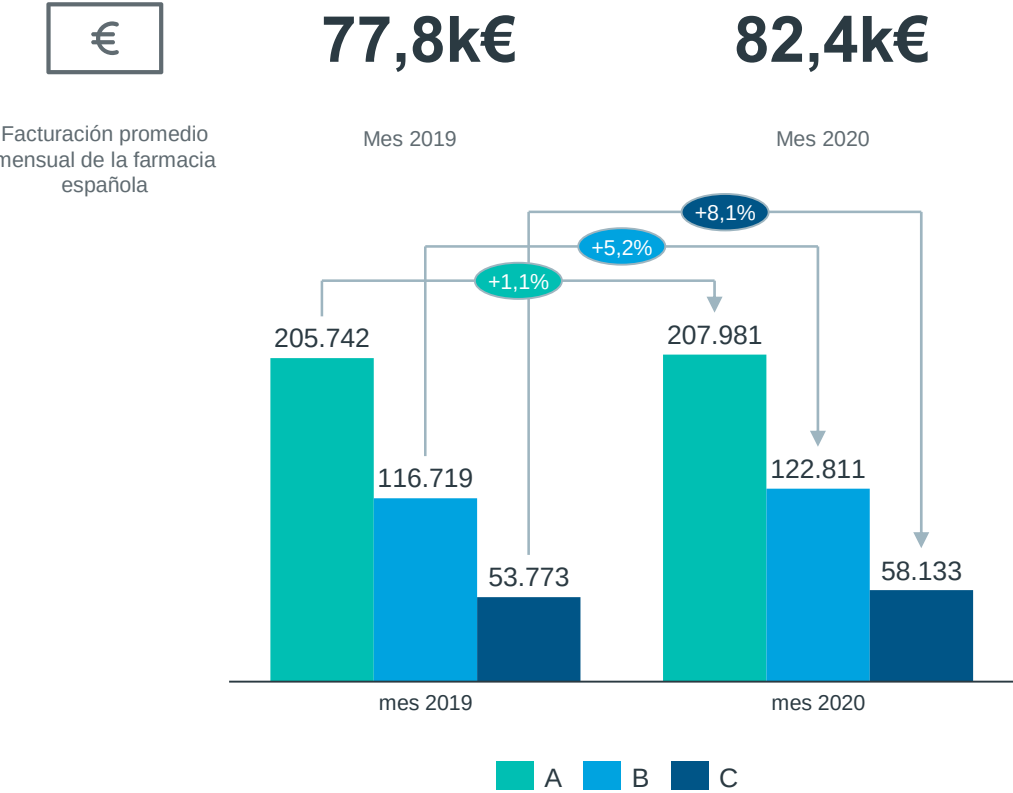


## Medidas adoptadas

- Solo un paciente a la vez, cola fuera de la farmacia
- Señales en el suelo para mantener la distancia
- Desinfección después de cada paciente.
- Reducción de los servicios disponibles (presión arterial, peso...)
- Pantallas, guantes y máscaras para los farmacéuticos.
- Pantallas de metacrilato
- Solución hidroalcohólica en la entrada.
- Distancia entre el farmacéutico y el paciente.
- Desinfección de todo el material (UVA), lavado de batas a diario
- Cambio de zapatos al acceder a la farmacia (farmacéuticos)
- Método de pago: tarjeta de crédito altamente preferida



# La facturación promedio mensual de la farmacia española ha aumentado +5,8%

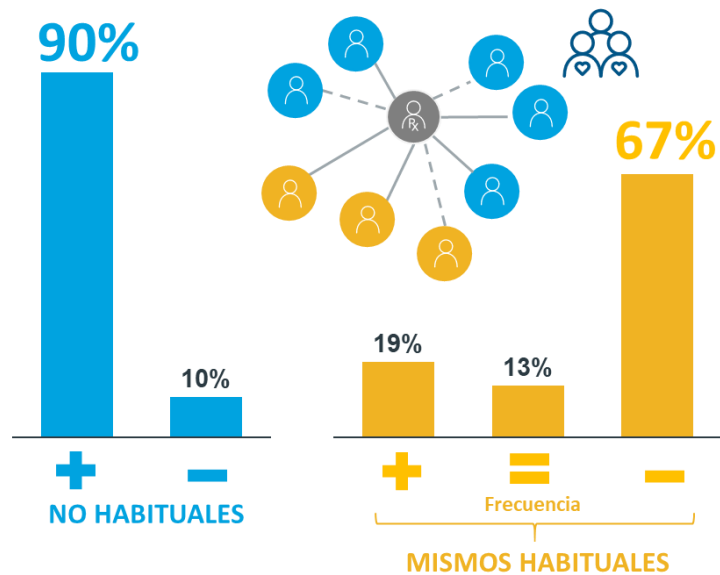


Farmacias A, B, C con % de saturación 20%, 30% y 50% respectivamente  
Fuente: Análisis IQVIA, dato input Sell Out. Periodo de datos enero 2019-junio2020

# En el acumulado YTD, las farmacias que más han aumentado su facturación vs 2019 son las farmacias de tipo C

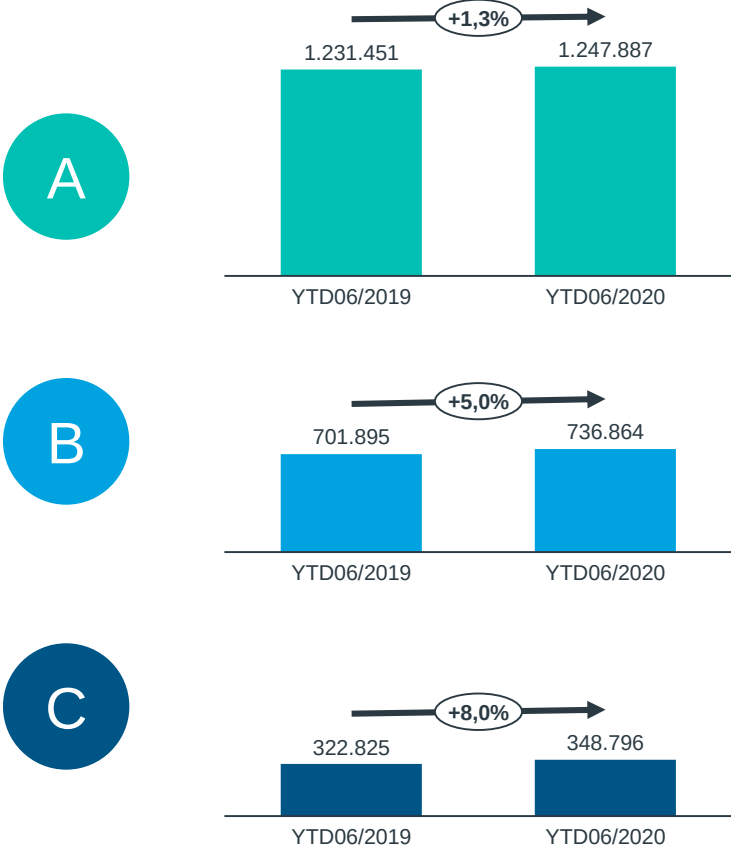
Encuestas a farmacias y cambios en la facturación

¿Las farmacias han notado cambios en su clientela?



La **situación anómala** de estar confinados ha hecho que **cambie**mos nuestra **farmacia habitual** por la farmacia más cercana al domicilio. Esto ha contribuido a **cambios en la facturación de farmacias** que, por ejemplo, se encuentran en una zona residencial.

Cambios en la facturación por tipo de farmacia.  
Periodo YTD06/2020 vs YTD06/2019



Farmacias A, B, C con % de caturación 20%, 30% y 50% respectivamente  
Fuente: Análisis IQVIA, dato input Sell Out. Periodo de datos enero 2019-junio2020. 508 entrevistas a farmacéuticos; Semana 19 2020

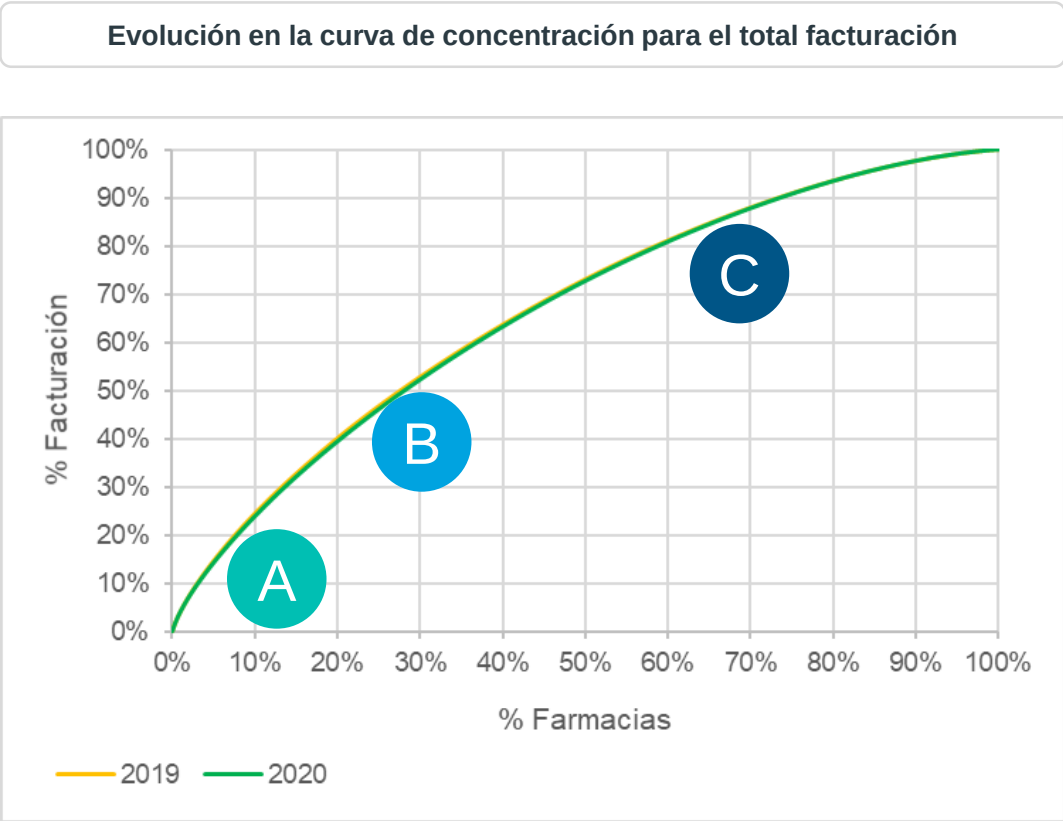


# ¿Qué ha pasado con las farmacias costeras y de interior?

*En el periodo marzo-junio 2020 se observa mejor evolución para las farmacias de interior que para las costeras, aunque ambas evolucionan positivamente*



# Aunque la curva de concentración de facturación no ha variado mucho, un 7% de las farmacias ha cambiado su potencial A, B, C



Cambios en el potencial de la farmacia por decil

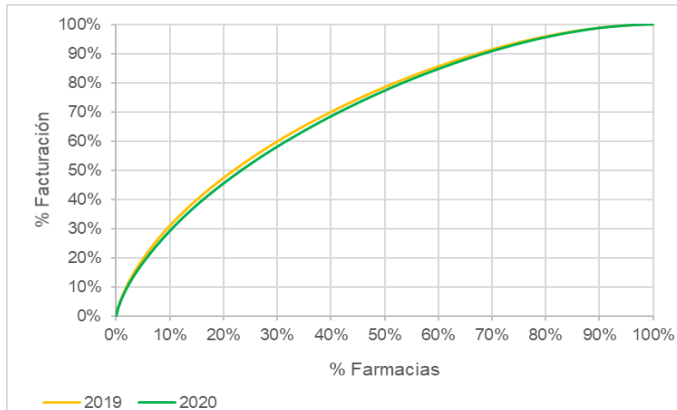
|                |     | Decil YTD06/2020 |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
|----------------|-----|------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
|                |     | d01              | d02 | d03 | d04 | d05 | d06 | d07 | d08 | d09 | d10 |
| Decil año 2019 | d01 | 89%              | 10% | 1%  | 0%  | 0%  | 0%  | 0%  | 0%  | 0%  | 0%  |
|                | d02 | 9%               | 70% | 17% | 2%  | 0%  | 1%  | 0%  | 0%  | 0%  | 0%  |
|                | d03 | 1%               | 18% | 59% | 19% | 2%  | 0%  | 0%  | 0%  | 0%  | 0%  |
|                | d04 | 0%               | 1%  | 21% | 56% | 19% | 1%  | 1%  | 0%  | 0%  | 0%  |
|                | d05 | 0%               | 0%  | 2%  | 17% | 57% | 20% | 2%  | 1%  | 0%  | 0%  |
|                | d06 | 0%               | 0%  | 0%  | 5%  | 18% | 56% | 18% | 2%  | 0%  | 0%  |
|                | d07 | 0%               | 0%  | 0%  | 0%  | 3%  | 19% | 59% | 17% | 1%  | 0%  |
|                | d08 | 0%               | 0%  | 0%  | 0%  | 0%  | 2%  | 19% | 65% | 14% | 0%  |
|                | d09 | 0%               | 0%  | 0%  | 0%  | 0%  | 0%  | 1%  | 13% | 77% | 9%  |
|                | d10 | 0%               | 0%  | 0%  | 0%  | 0%  | 0%  | 0%  | 1%  | 8%  | 91% |

Mismo decil YTD06/2020 vs año 2019 +/-1: 91,9%-99,3%

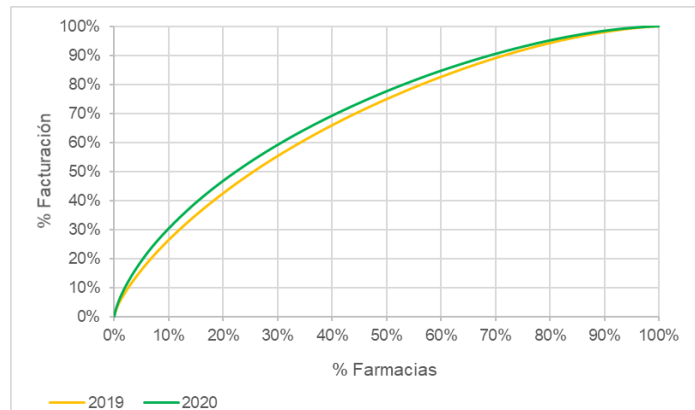
# Observamos ligeros cambios en las curvas de concentración de PEC y de PAC

*Estos dos segmentos contienen productos COVID (geles en PEC y mascarillas/guantes en PAC)*

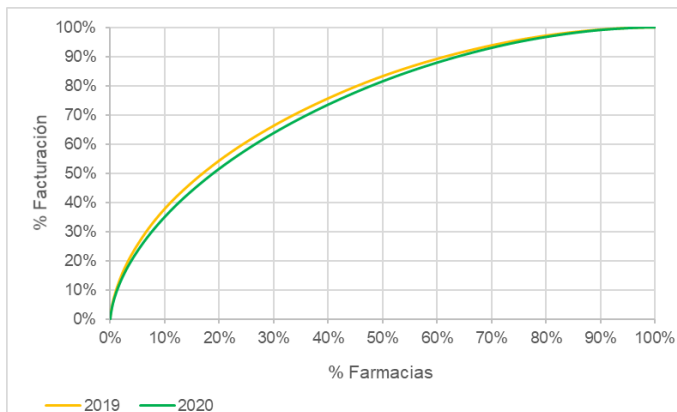
OTC



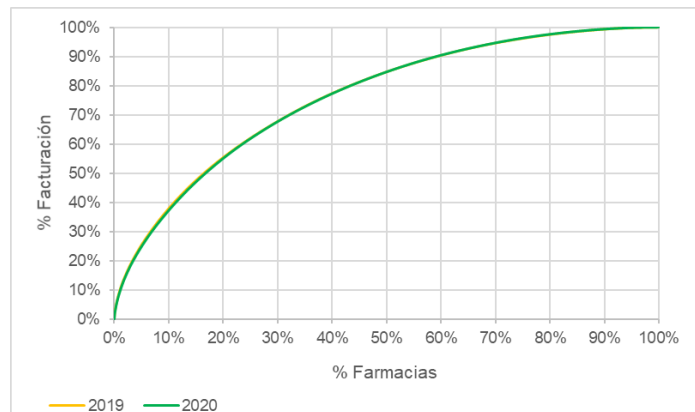
PAC



PEC



NUT





# Análisis del mercado farmacéutico

## Semana 29 (w29) – Del 6 – 12 de Julio 2020

*El efecto del COVID-19*