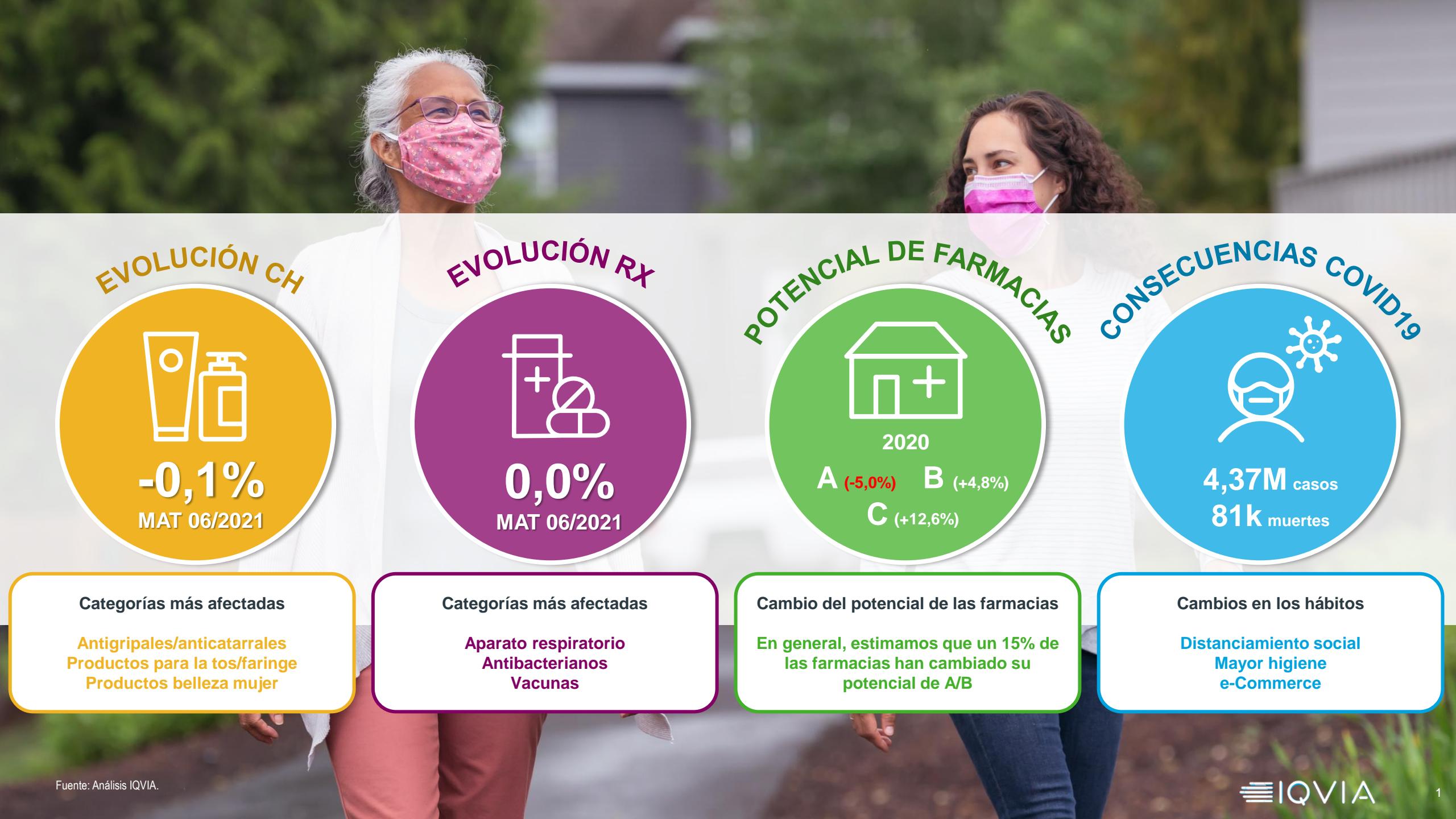




Efecto de la COVID-19 en el mercado farmacéutico

Análisis semanal y conclusiones generales
W28 (12/07 - 18/07)

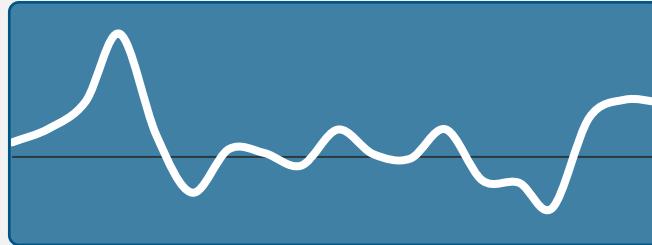


La demanda del consumidor y las tendencias de la compra de productos ha ido variando en los diferentes estadios de la pandemia



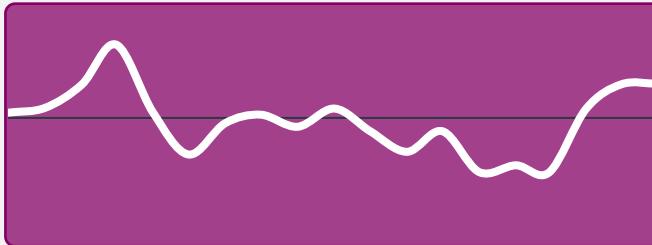
Impacto de la COVID-19 en las diferentes tipologías de las categorías de medicamentos

Evolución desde el inicio de la pandemia (perfil de crecimiento para los períodos diciembre 2019-junio 2021)



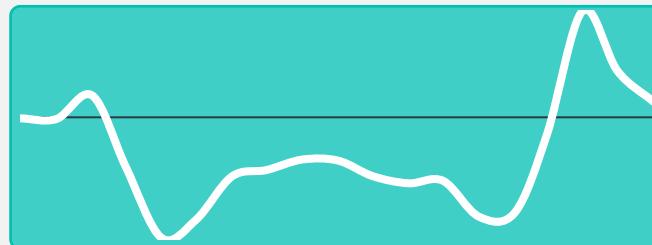
COVID – 19: analgésicos y ansiolíticos

- Pico inicial al principio de la pandemia debido al mayor uso o acopio
- Consumo recurrente e incremental durante las diferentes oleadas
- Nuevo pico asociado a la vacunación masiva y a los efectos psicológicos que deja la pandemia



CRÓNICOS: diabetes, vías respiratorias y colesterol

- Aumento inicial de las ventas por la doble dispensación al principio de la pandemia
- Regreso progresivo a la normalidad reduciendo los picos de la doble dispensación
- Tendencias negativas debidas a los decrecimientos del aparato respiratorio por el uso continuado de mascarillas



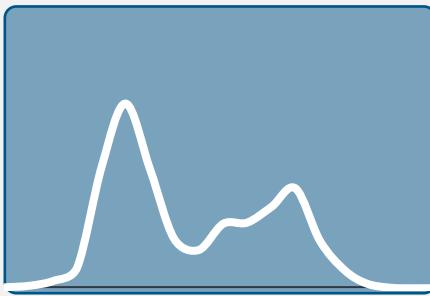
DEPENDIENTES DE CITA: salud de la mujer, antibióticos y vacunas

- Reducción del consumo desde el inicio de la pandemia por la disminución/cancelación de las citas médicas
- Pico de crecimiento desde marzo 2021 para estos mercados después de meses de tendencias negativas

Las diferentes categorías de CH que se definieron al principio de la pandemia en base a su naturaleza se han comportado de manera diferente

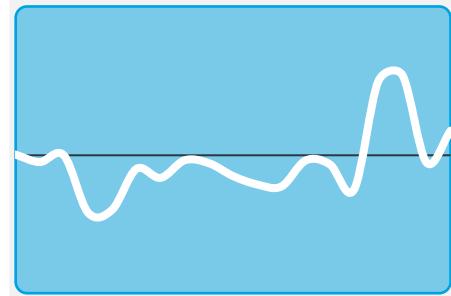
Evolución desde el inicio de la pandemia (perfil de crecimiento para los períodos diciembre 2019-junio 2021)

Categorías COVID-19



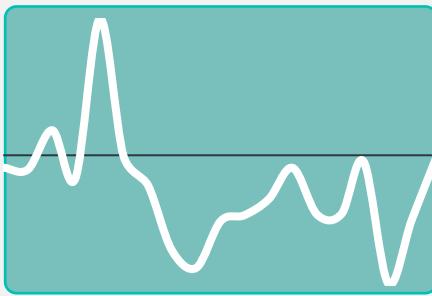
- Pico de consumo con pandemia y posteriores olas
- Consumo regular en otras fases
- **P.ej. Higiene de manos, guantes o mascarilla protectora**

Categorías al aire libre



- Pérdida abrupta de ventas debido al confinamiento inicial
- Recuperación de las ventas en la desescalada y pico de crecimiento en marzo-abril (Semana Santa)
- **P.ej. Solares, cuidado de pies**

Actividades diarias



- Pico de ventas al inicio de la pandemia debido al reemplazo de actividades diarias por alternativas en el hogar durante el confinamiento
- Vuelta al consumo regular conforme se reabren los comercios
- **P.ej. Coloración del cabello**

Cese de la vida social



- Decrecimientos desde el inicio de la pandemia en categorías directamente relacionadas con la actividad social/viajes
- Se observa una recuperación y crecimiento de estas categorías desde Semana Santa
- **P.ej. Maquillaje y productos de belleza, antidiarreicos**

Necesidades básicas



- Almacenamiento en el hogar para reducir las visitas a la farmacia durante el cierre, generando un primer pico al inicio de la pandemia
- Picos de decrecimiento que indican el acopio de estos productos en casa
- **P.ej. Higiene oral**

Consideraciones importantes

Explicación de la comparativa entre períodos y etapas de la COVID-19

Año 2020: 53 semanas

Año 2021: 52 semanas

Semanal

2020	Contiene 53 semanas. W1-W53
2021	Contiene 52 semanas. W1-W52
Comparativa 2021 vs 2020	W _n 2021 vs W _(n+1) 2020 (ejemplo: W01 2021 se compara con W02 2020)

Acumulado

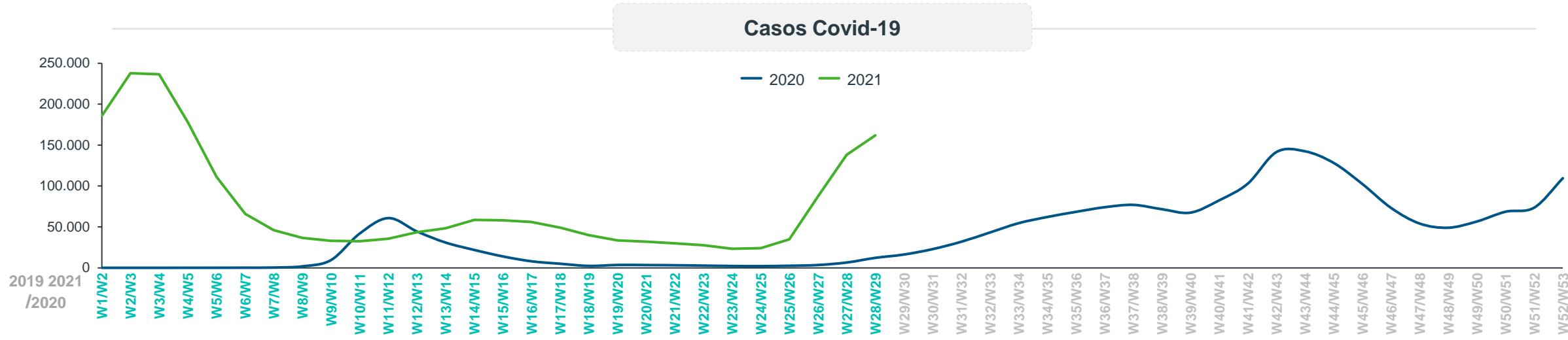
YTD 2020	Acumulado año 2020, considerando el inicio en W02
YTD 2021	Acumulado año 2021, considerando el inicio natural (W01)
Comparativa acumulados	W01-W _n 2021 vs W02-W _(n+1) 2020



Fuente: Análisis IQVIA.

En la semana 28 se alcanzan niveles de positivos COVID-19 cercanos a los últimos datos de 2020 donde se veía el impacto del verano

Aunque el 50% de la población está ya inmunizada, este repunte se debe especialmente a los nuevos contagios entre la población joven



¿Qué está ocurriendo en esta ola?
(semana actual 2021 contra semana equivalente 2020)

%PPG

Mercado tradicional (excluye geles hidroalcohólicos, mascarillas y guantes procedentes de fabricantes que no operan en España)

	TOT	RX	CH
2020	7,6%	7,2%	8,4%

Mercado actual (incluye geles hidroalcohólicos, mascarillas y guantes procedentes de fabricantes que no operan en España)

	TOT	RX	CH
2021	6,0%	7,2%	3,5%

↑

Dietas completas
Anti varicosos
Productos para dormir
Productos incontinencia
Antiacné
Antidiabéticos
Antiepilépticos
Productos para acidez/flatulencia
Vitaminas

↓

Antigripales / Anticatarrales
Productos para tos
Productos para faringe
Anti aterogénicos
Anti parkinsonianos
Leches infantiles
Antibióticos
Analgésicos
Antihistamínicos

Fuente: IQVIA Sell-Out (muestra 6.400 farmacias), dato semanal; análisis IQVIA.

Semiécticos y EFPs incluidos en CH, valores en € PVP.

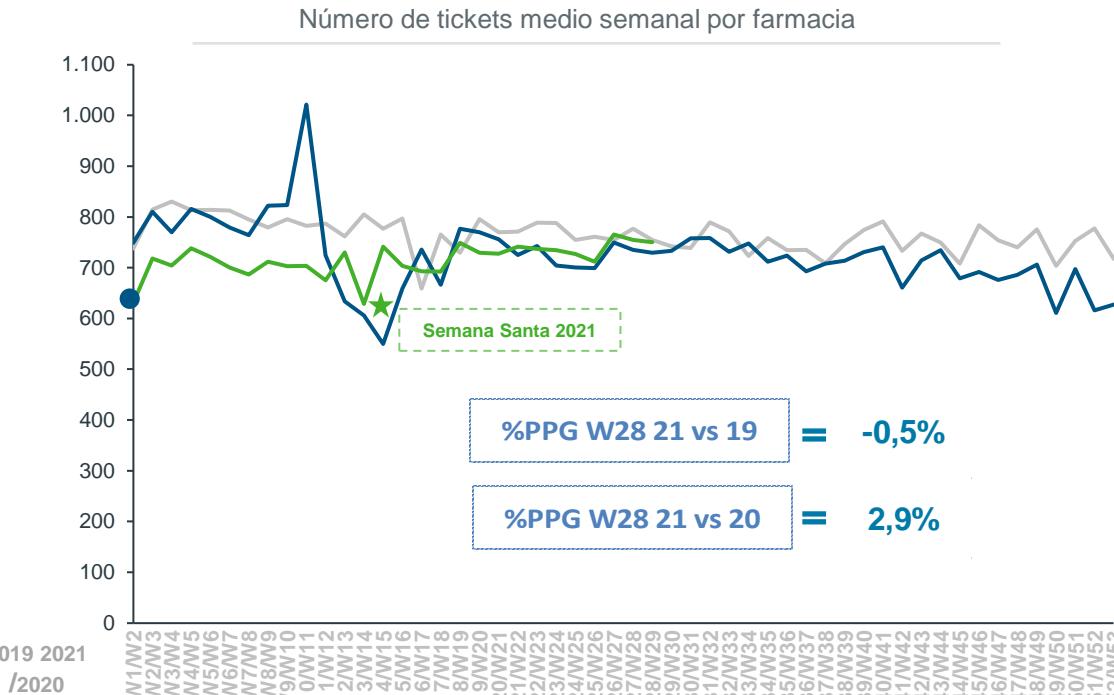
Consideración importante: comparativa entre semanas siendo Wn 2021 vs W(n+1) 2020

La actividad total en la farmacia muestra un peor comportamiento en el número de tickets respecto a la semana anterior

Durante la última semana se ha alcanzando una media de 750 tickets por farmacia, un -0,6%, y un valor medio por ticket que crece un 2,8% respecto a la semana equivalente en 2020

Tráfico en la farmacia

— 2019 — 2020 — 2021 ● w53/2020



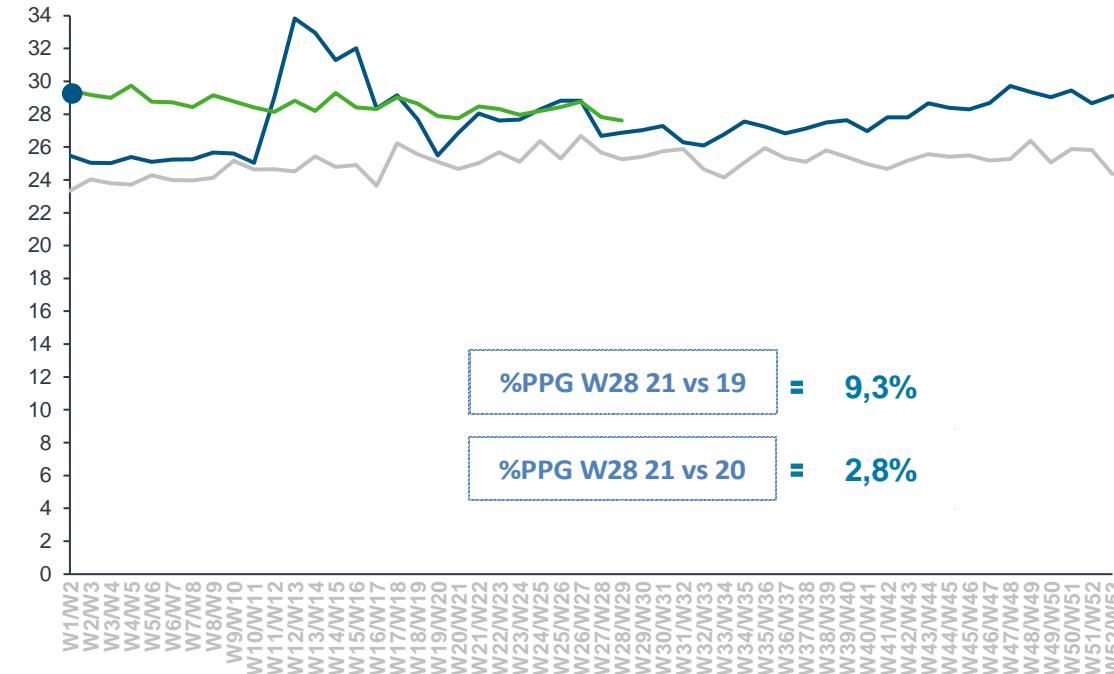
Fuente: IQVIA Sell-Out (muestra 6.400 farmacias), dato semanal; análisis IQVIA.

Semiéticos y EFPs incluidos en CH, valores en € PVP.

Nota: Flujo en la farmacia y gasto medio total de todos los tickets vendidos semanalmente. Incluidos geles hidroalcohólicos, mascarillas y guantes procedentes de fabricantes que no operan en España.

Consideración importante: comparativa entre semanas siendo Wn 2021 vs W(n+1) 2020

Precio medio por ticket (€ PVP)



Considerando el mercado tradicional, el mercado crece (+7,6%) en la w28 frente a la semana equivalente del 2020 así como en el YTD (+1,6%)

Mercado tradicional (excluye geles hidroalcohólicos, mascarillas y guantes procedentes de fabricantes que no operan en España)

Mercado actual (incluye geles hidroalcohólicos, mascarillas y guantes procedentes de fabricantes que no operan en España)

Total tradicional

-0,2% 7,6% 1,6%

actual

4,0% 6,0% 0,5%

RX

0,7% 7,2% 3,6%

CH tradicional

-2,3% 8,4% -3,3%

actual

11,8% 3,5% -6,1%

2020
Vs
2019

W28
2021
Vs. 2020

YTD

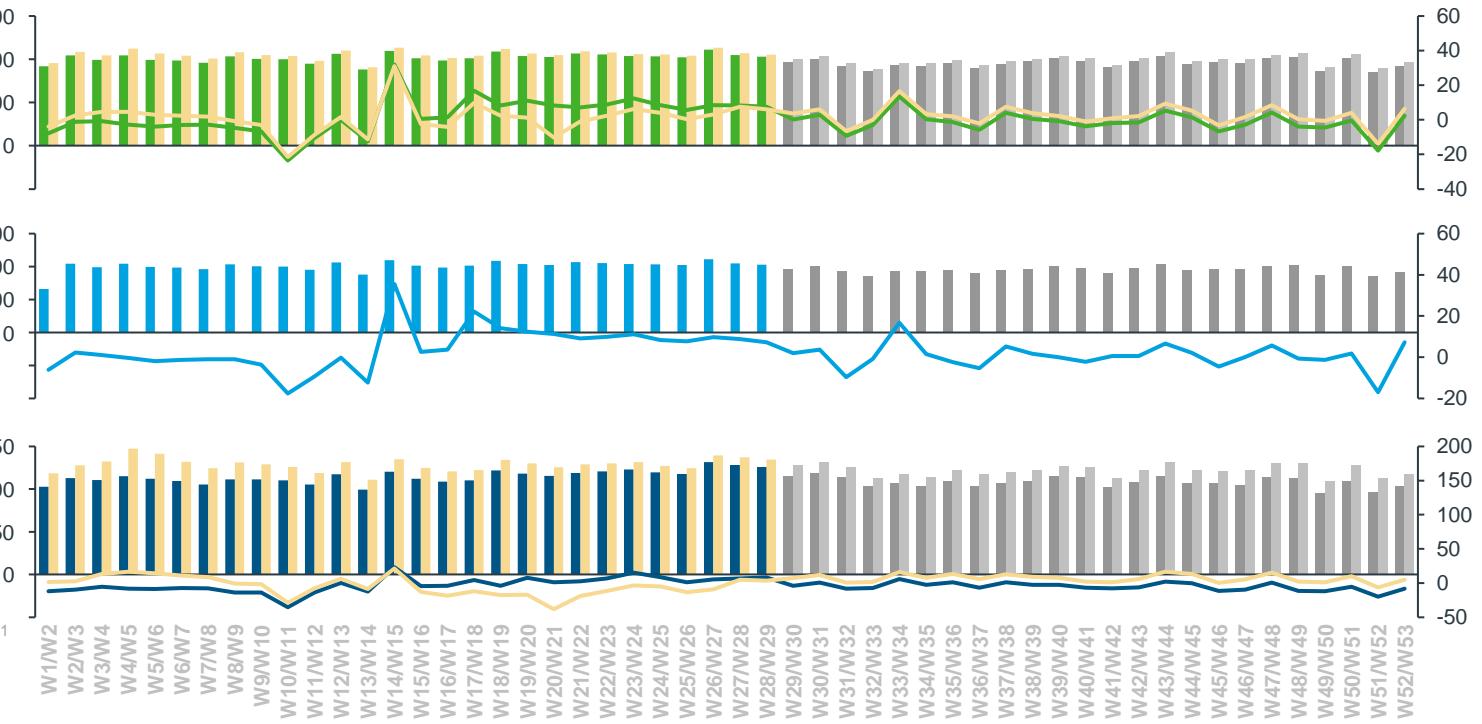
Evolución del mercado total en farmacia (M. € PVP)

Total 71,8% 28,2%

RX

CH

Ventas en 2021 (mercado tradicional)
Ventas en 2021 (mercado actual)
Ventas en 2020 (mercado tradicional)
Ventas en 2020 (mercado actual)
Crecimiento respecto al periodo previo



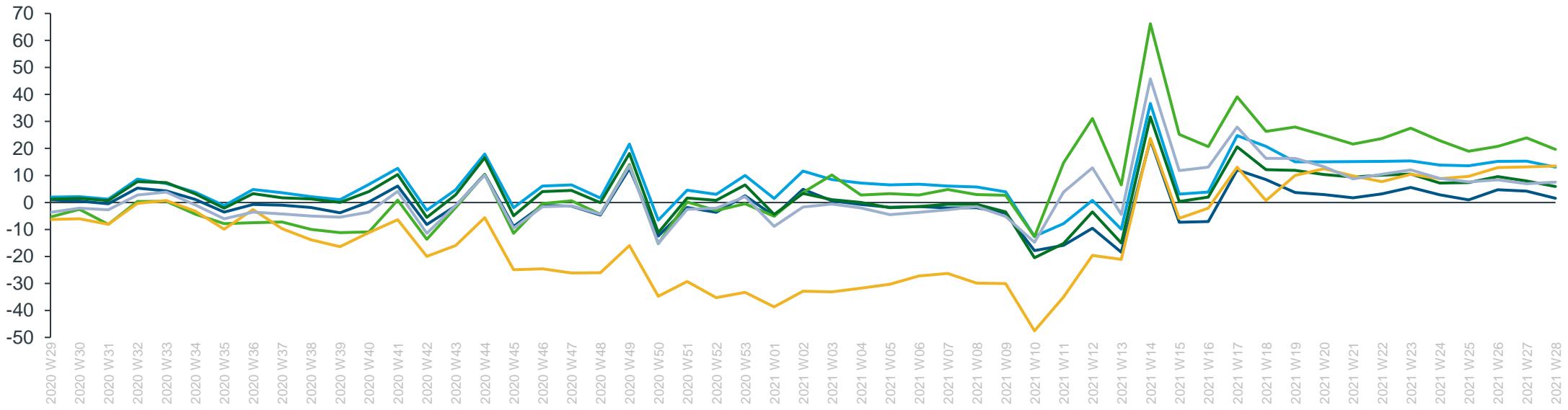
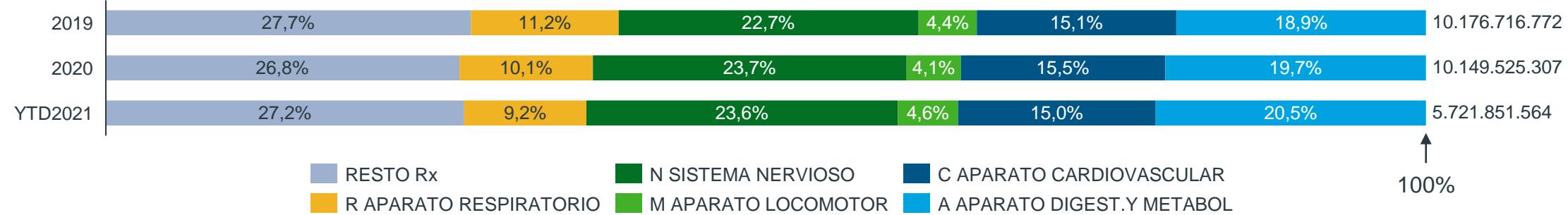
Fuente: IQVIA Sell-Out (muestra 6.400 farmacias), dato semanal; análisis IQVIA.

Semiécticos y EFPs incluidos en CH, valores en € PVP.

Consideración importante: comparativa entre semanas siendo Wn 2021 vs W(n+1) 2020

El mercado de medicamentos muestra una evolución positiva tanto en la w28 (+8,3%) como para el periodo YTD (+2,7%)

Evolución del mercado total en farmacia (M. € PVL)



Fuente: IQVIA Sell-Out (muestra 6.400 farmacias), dato semanal; análisis IQVIA.

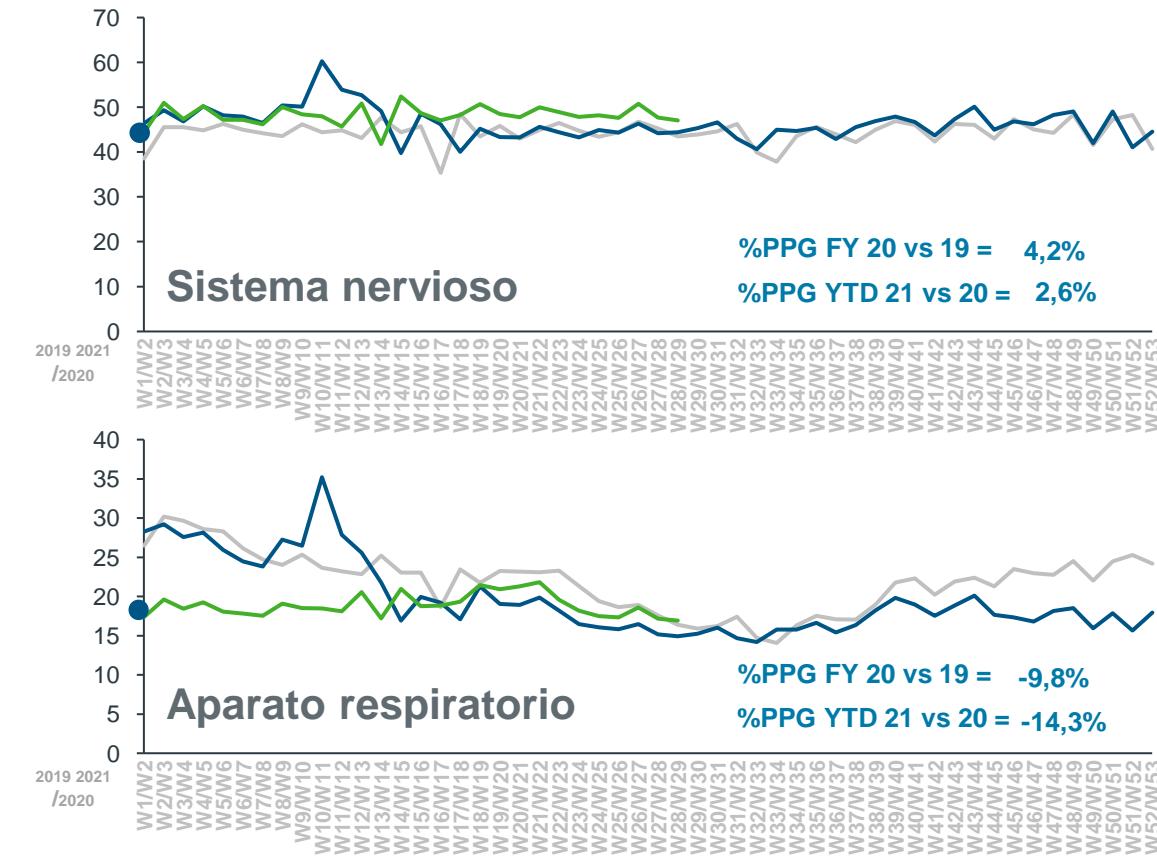
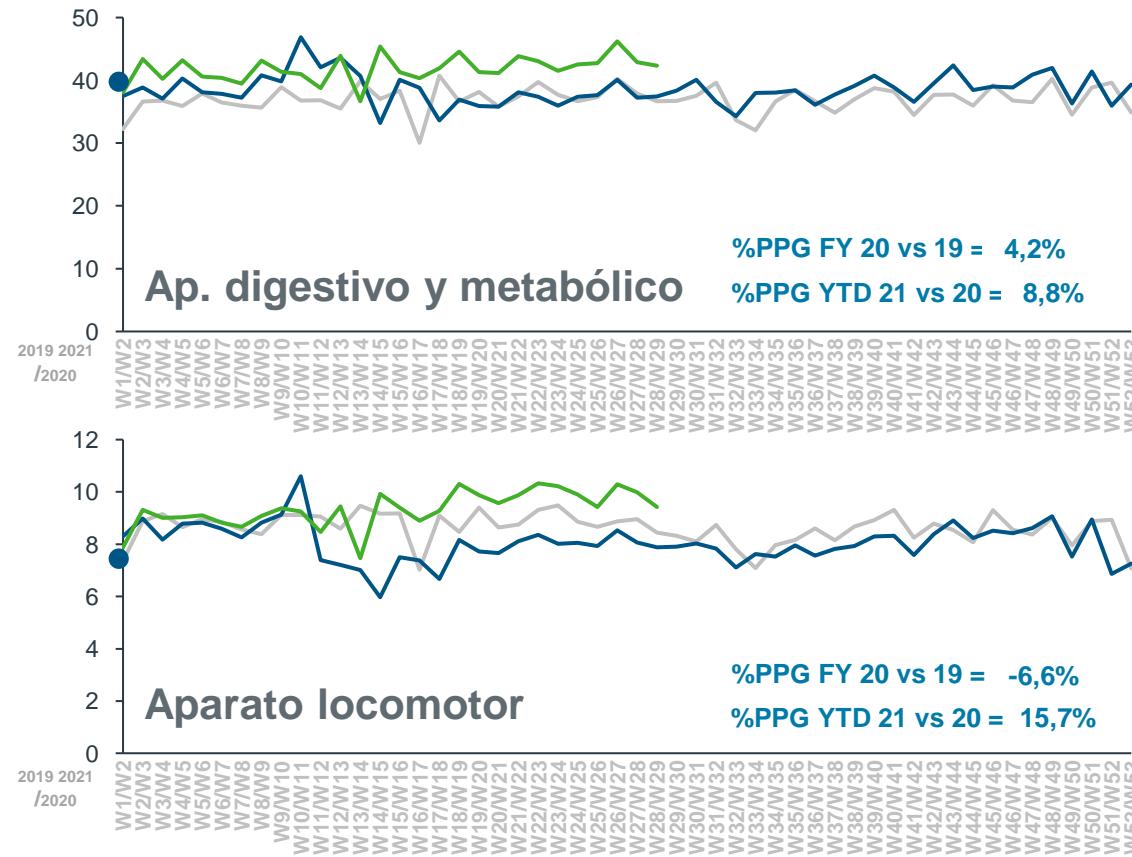
Semiéticos y EPPs incluidos en el mercado de medicamentos, precio en PVL

Nota: Flujo en la farmacia y gasto medio total de todos los tickets vendidos semanalmente. Incluidos geles hidroalcohólicos, mascarillas y guantes procedentes de fabricantes que no operan en España.

Consideración importante: comparativa entre semanas siendo Wn 2021 vs W(n+1) 2020

Evolución del mercado de medicamentos

Evolución de las principales clases del mercado prescripción (M. € PVL)



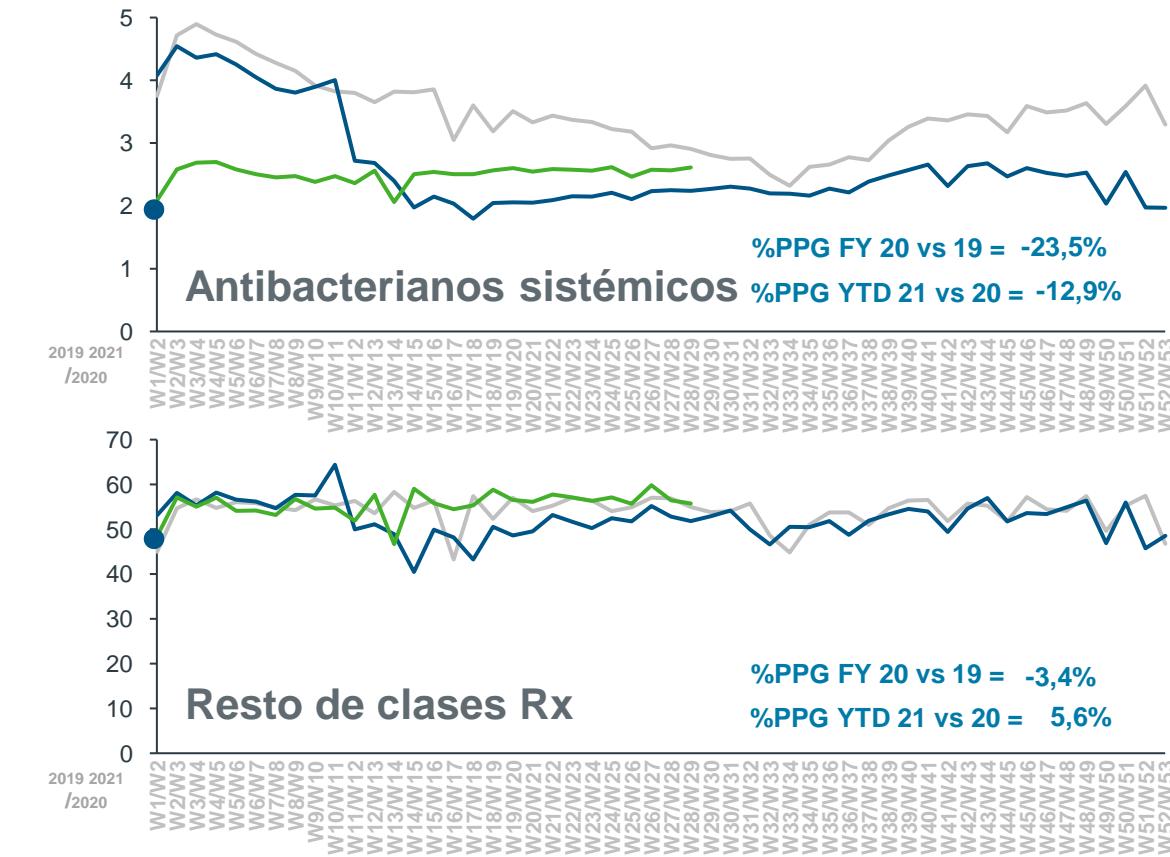
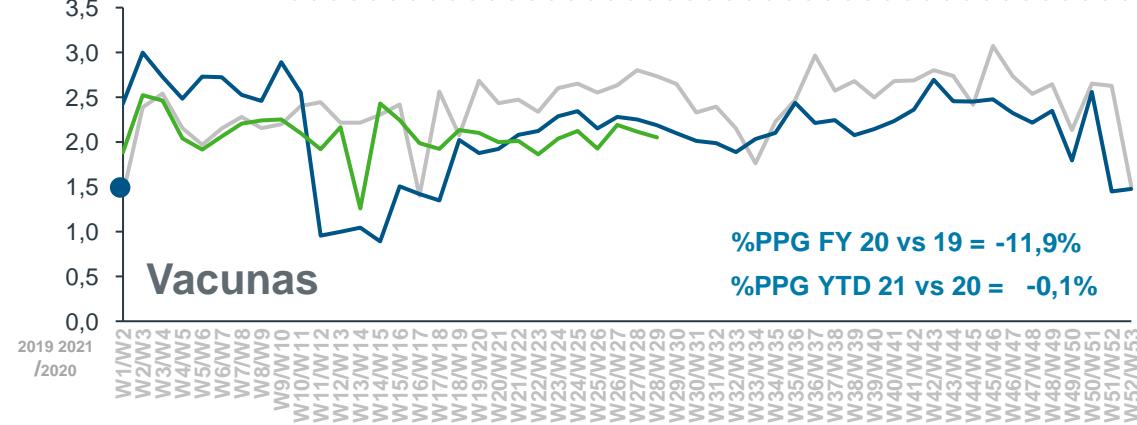
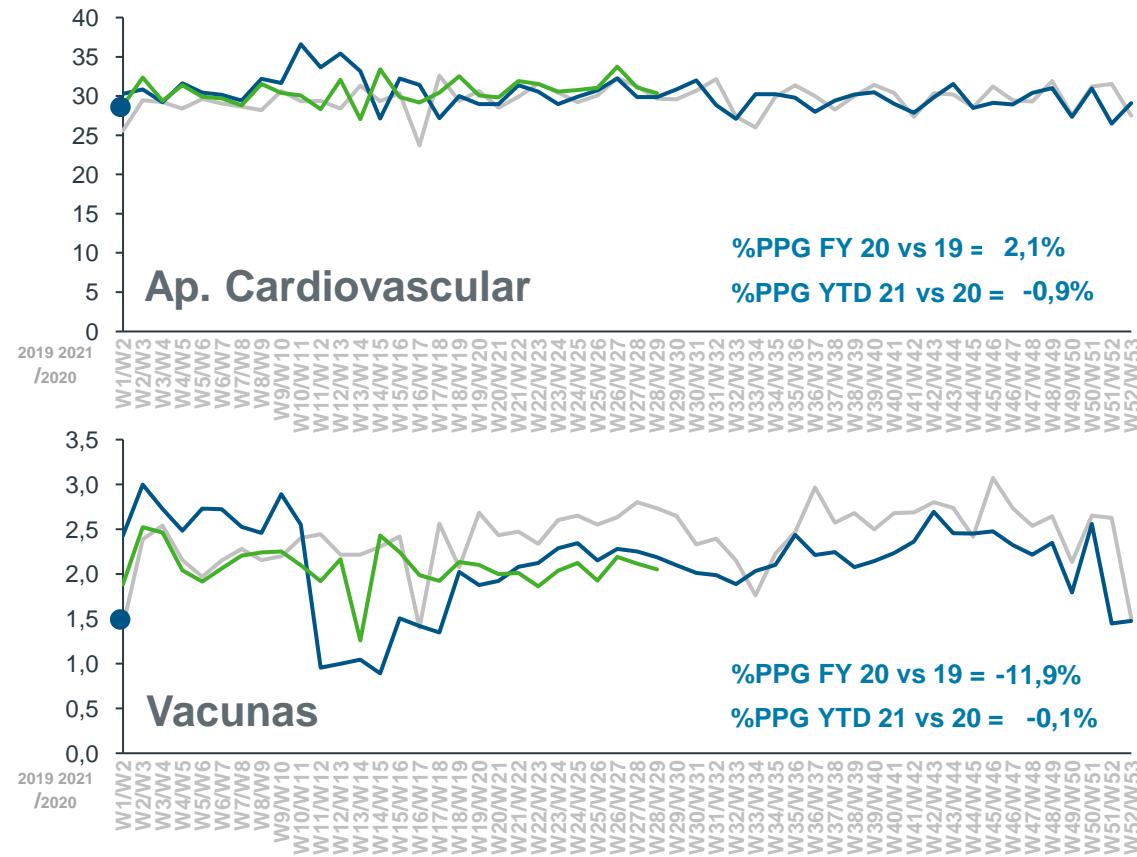
Fuente: IQVIA Sell-Out (muestra 6.400 farmacias), dato semanal; análisis IQVIA.

Semiécticos y EFPs incluidos en el mercado de medicamentos, precio en PVL.

Consideración importante: comparativa entre semanas siendo Wn 2021 vs W(n+1) 2020

Evolución del mercado de medicamentos

Evolución de las principales clases del mercado prescripción (M. € PVL)



Fuente: IQVIA Sell-Out (muestra 6.400 farmacias), dato semanal; análisis IQVIA.

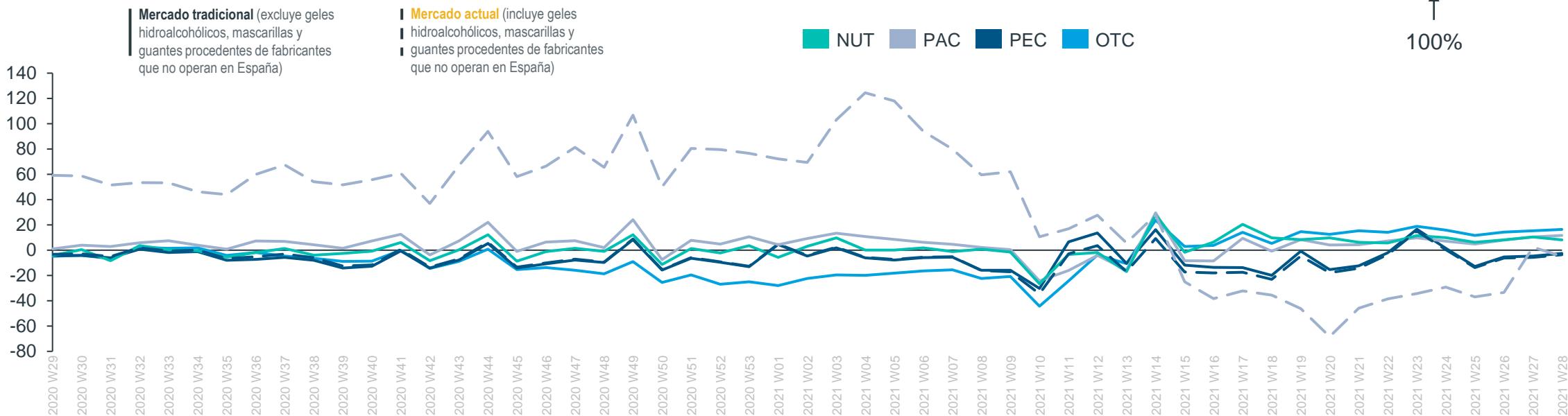
Semióticos y EFPs incluidos en el mercado de medicamentos, precio en PVL.

Consideración importante: comparativa entre semanas siendo Wn 2021 vs W(n+1) 2020

El mercado tradicional de CH muestra una evolución positiva en la w28 (+8,4%) pero decrece en el YTD (-3,3%)

Evolución del mercado total en farmacia (M. € PVP)

	NUT	PAC	PEC	OTC	
2019 (tradicional)	10,1%	20,4%	28,4%	41,2%	6.059.144.485
2020 (tradicional)	10,2%	22,0%	27,6%	40,1%	5.921.968.016
2020 (actual)	8,9%	31,3%	24,7%	35,0%	6.776.212.673
YTD 2021 (tradicional)	10,6%	22,7%	27,3%	39,5%	3.214.105.002
YTD 2021 (actual)	9,4%	31,2%	24,3%	35,1%	3.616.685.140



Fuente: IQVIA Sell-Out (muestra 6.400 farmacias), dato semanal; análisis IQVIA.

Semióticos y EFPs incluidos en el mercado de OTC, precio en PVP

Nota: Flujo en la farmacia y gasto medio total de todos los tickets vendidos semanalmente. Incluidos geles hidroalcohólicos, mascarillas y guantes procedentes de fabricantes que no operan en España.

Consideración importante: comparativa entre semanas siendo Wn 2021 vs W(n+1) 2020

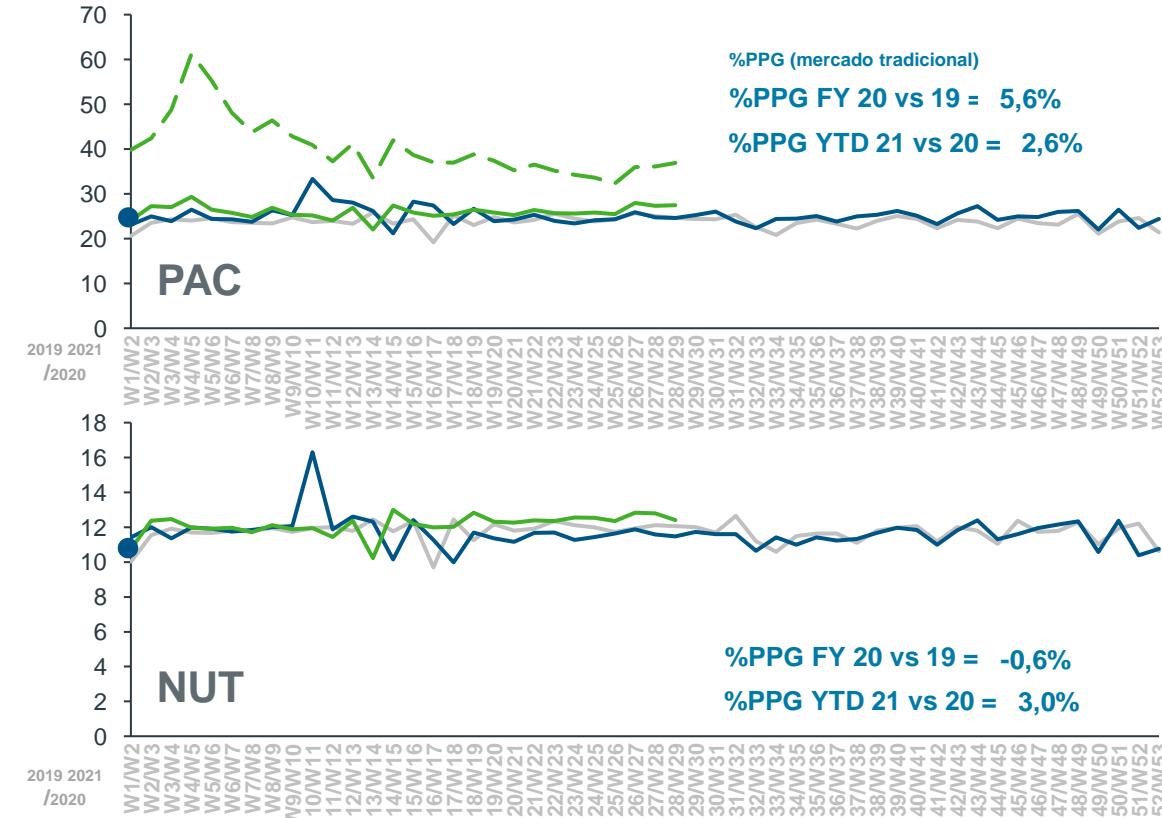
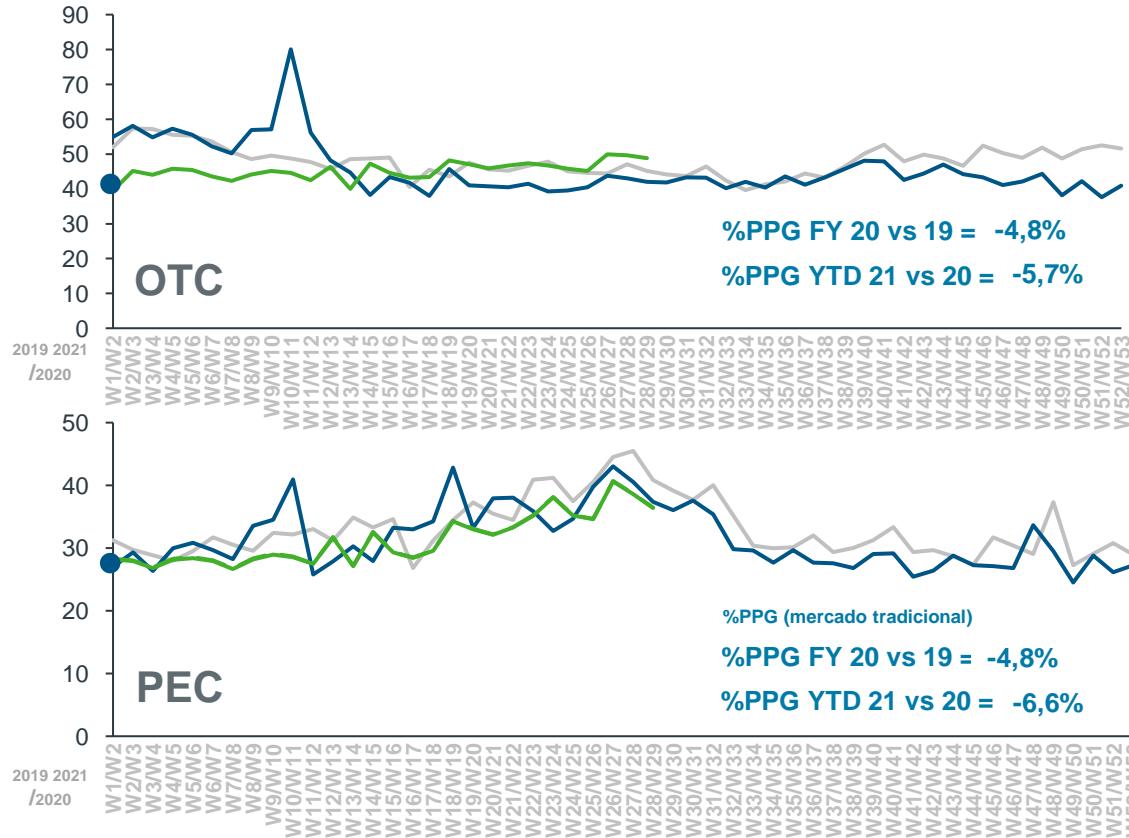
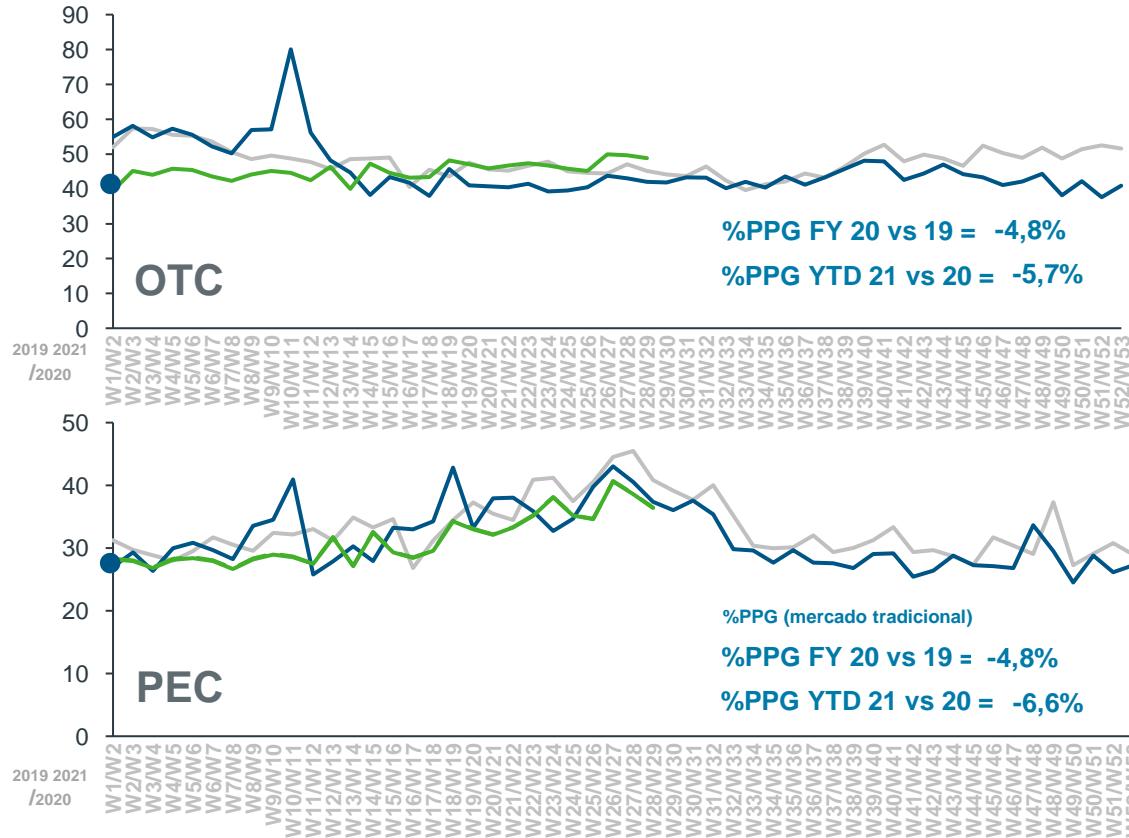
Evolución del mercado de Consumer Health

Evolución de los principales segmentos del mercado de autocuidado (M. € PVP)

Mercado tradicional (excluye geles hidroalcohólicos, mascarillas y guantes procedentes de fabricantes que no operan en España)

Mercado actual (incluye geles hidroalcohólicos, mascarillas y guantes procedentes de fabricantes que no operan en España)

— Año 2019 — Año 2020 — Año 2021 — Año 2021 (actual) ● W53/2020 (tradicional)



Fuente: IQVIA Sell-Out (muestra 6.400 farmacias), dato semanal; análisis IQVIA.

Semiécticos y EFPs incluidos en el mercado de OTC, precio en PVP.

Consideración importante: comparativa entre semanas siendo Wn 2021 vs W(n+1) 2020

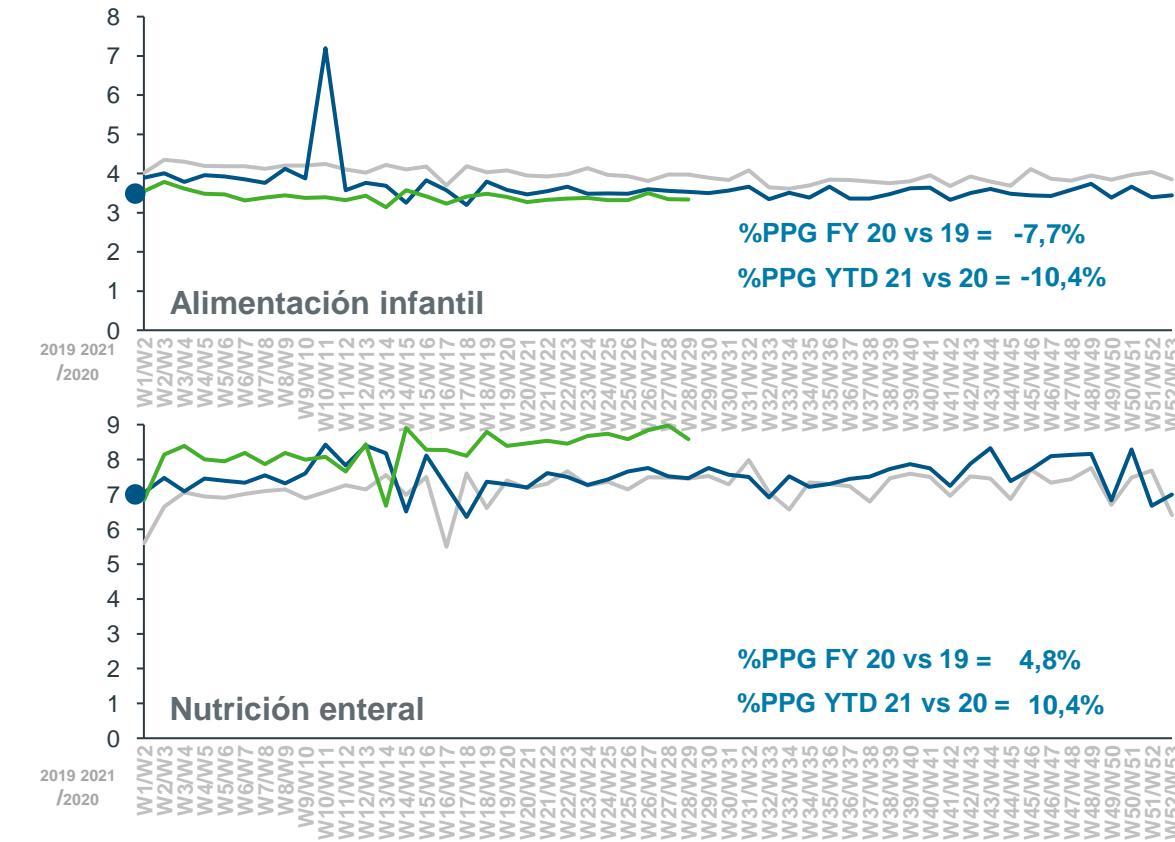
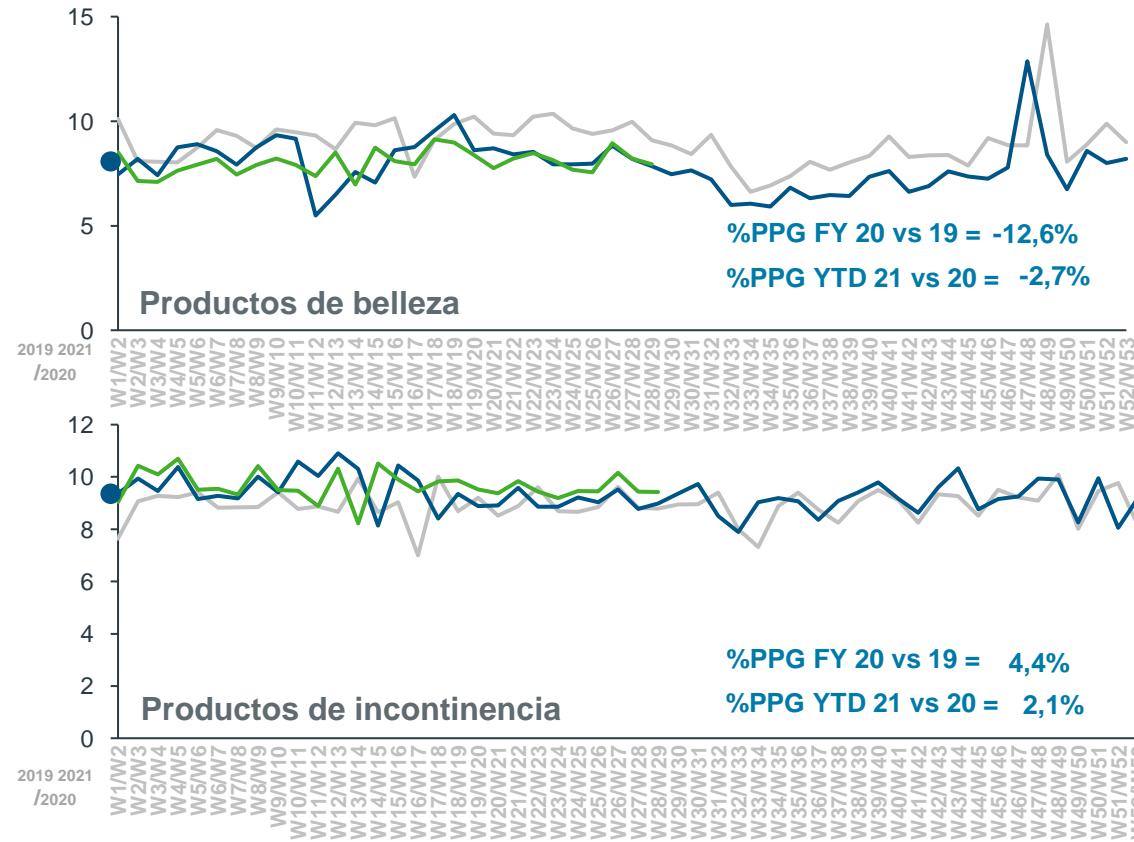
Tendencia de categorías con gran peso en el mercado de Consumer Health

Clases importantes dentro del mercado de autocuidado (M. € PVP)

Mercado tradicional (excluye geles hidroalcohólicos, mascarillas y guantes procedentes de fabricantes que no operan en España)

Mercado actual (incluye geles hidroalcohólicos, mascarillas y guantes procedentes de fabricantes que no operan en España)

— Año 2019 — Año 2020 — Año 2021 ● w532020



Fuente: IQVIA Sell-Out (muestra 6.400 farmacias), dato semanal; análisis IQVIA.

Semiécticos y EFPs incluidos en el mercado de OTC, precio en PVP.

Consideración importante: comparativa entre semanas siendo Wn 2021 vs W(n+1) 2020

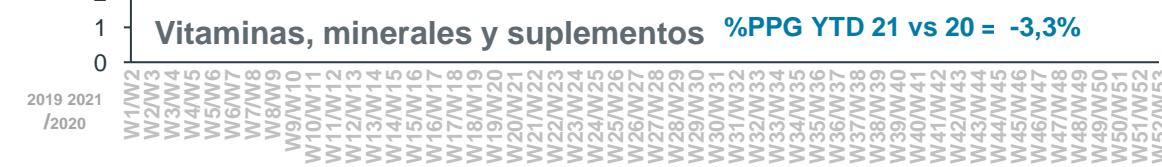
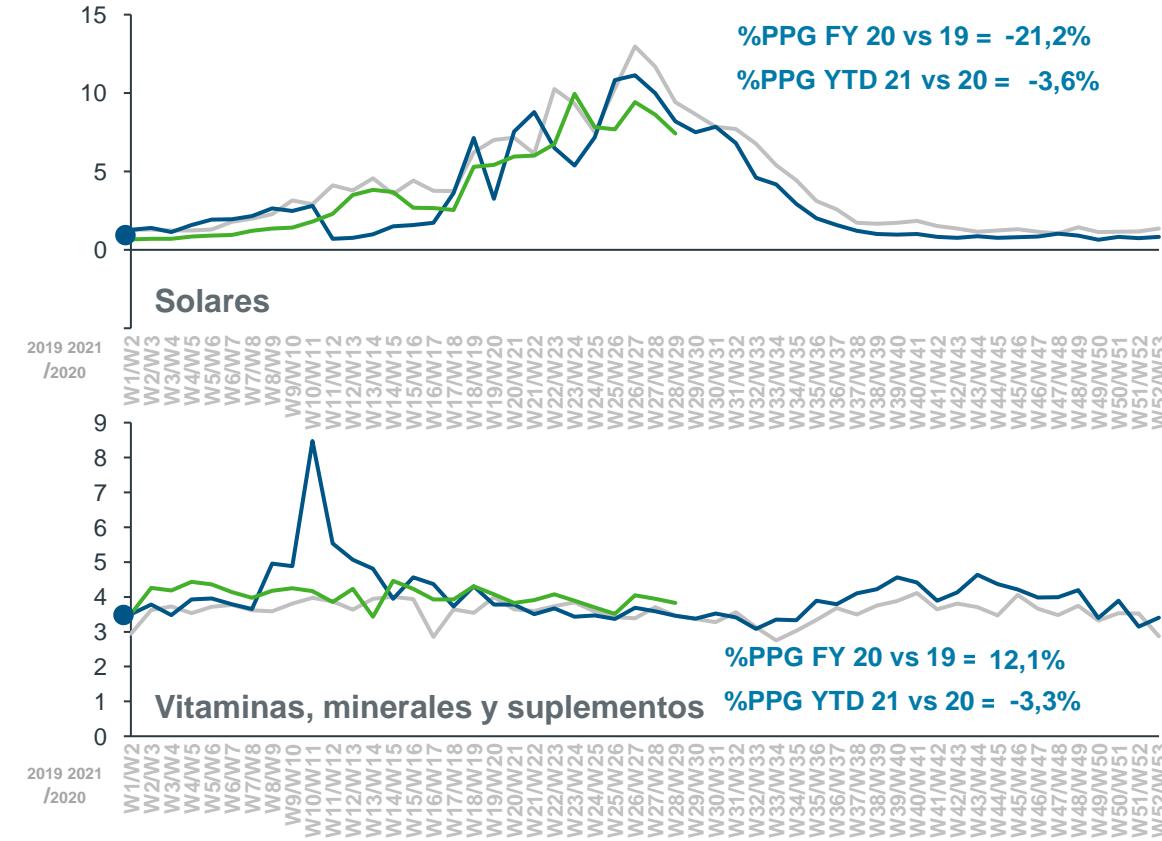
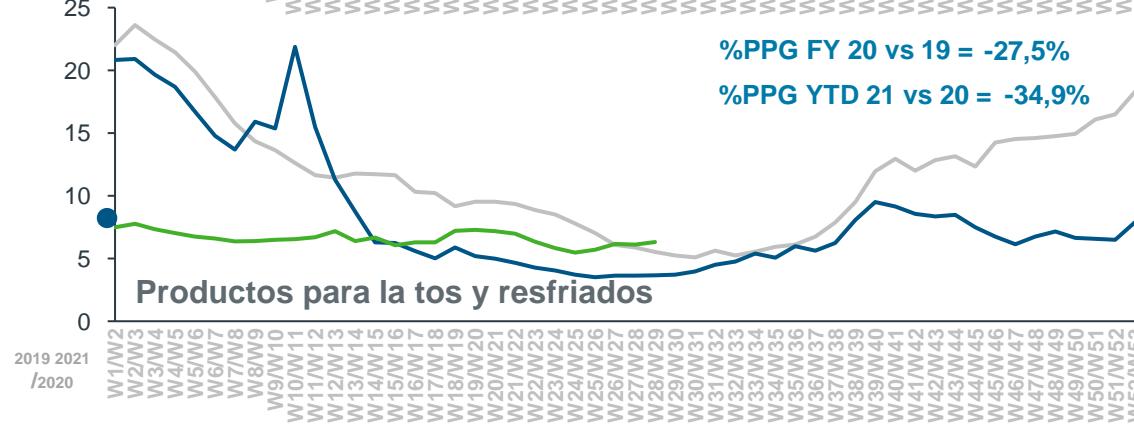
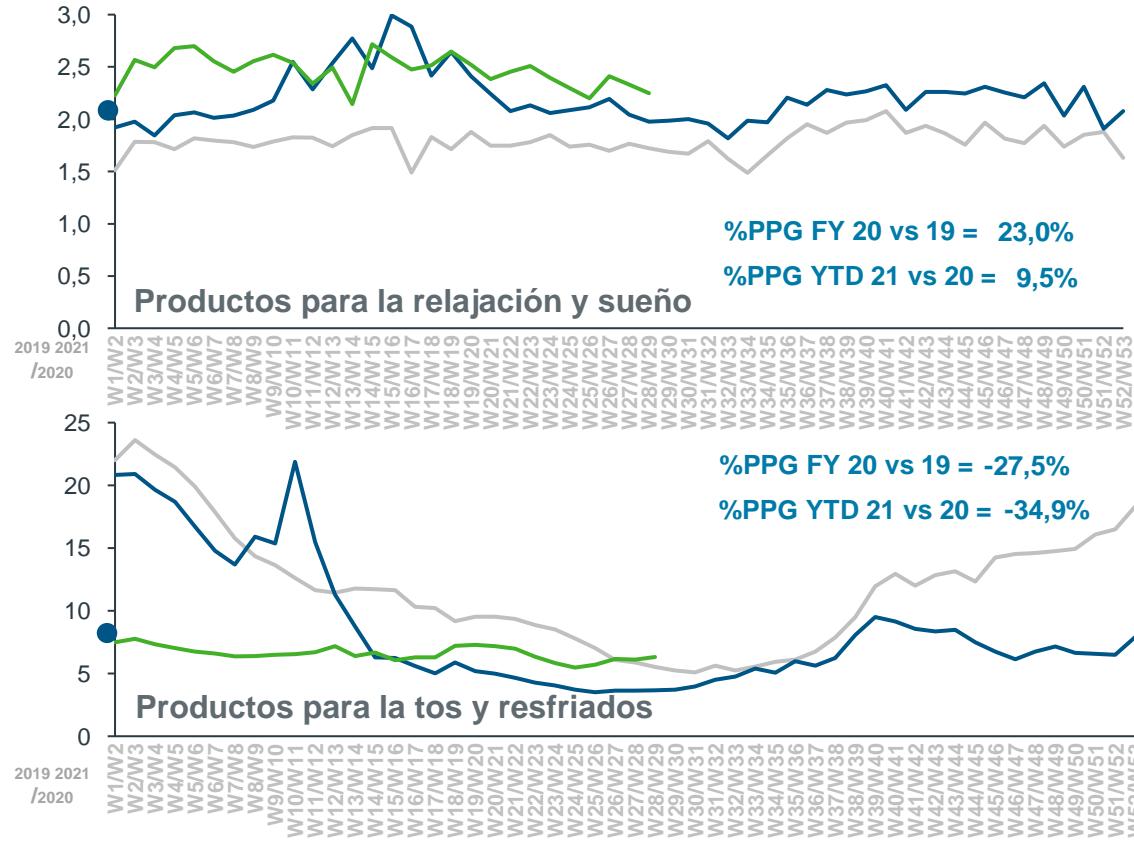
Tendencia de categorías con gran peso en el mercado de Consumer Health

Clases importantes dentro del mercado de autocuidado (M. € PVP)

Mercado tradicional (excluye geles hidroalcohólicos, mascarillas y guantes procedentes de fabricantes que no operan en España)

Mercado actual (incluye geles hidroalcohólicos, mascarillas y guantes procedentes de fabricantes que no operan en España)

— Año 2019 — Año 2020 — Año 2021 ● w532020

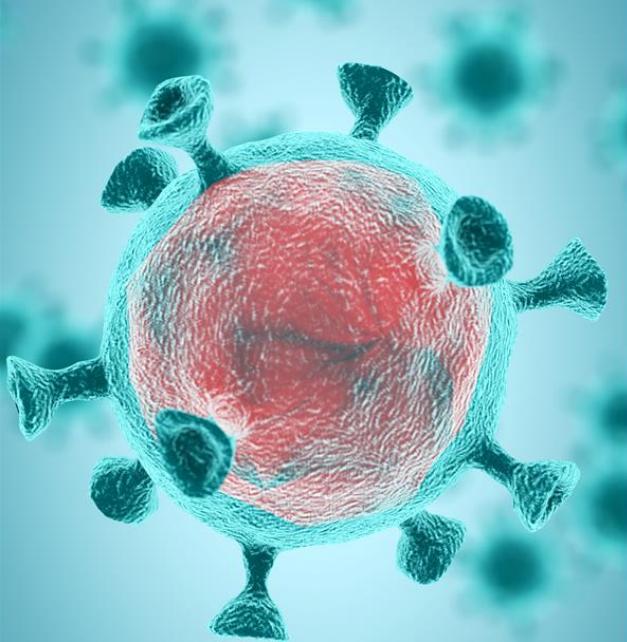


Fuente: IQVIA Sell-Out (muestra 6.400 farmacias), dato semanal; análisis IQVIA.

Semiécticos y EFPs incluidos en el mercado de OTC, precio en PVP.

Consideración importante: comparativa entre semanas siendo Wn 2021 vs W(n+1) 2020

En clave de futuro



CRISIS

La pandemia ha desencadenado una **crisis social y económica** con impacto directo en el **sector salud y el consumidor**.

Adicionalmente, el sistema sanitario, ya tensionado, se enfrenta al **reto de recuperar los vacíos** que la situación pandémica le ha generado, así como los propios de la **adaptación a la nueva normalidad**.

NUEVOS HÁBITOS DE CONSUMO

La pandemia ha cambiado nuestra interacción y hábitos de consumo tanto con la **farmacia física** como con el **canal online**. El reto de las primeras es **potenciar la atracción y fidelización del comprador** así como **re-dinamizar el punto de venta**. Por su parte, se prevé que el mercado **online** siga con **tendencias crecientes**.

CAMBIO DE CATEGORÍAS

Las **categorías** que han liderado el mercado farmacéutico durante los últimos meses son **diferentes** a las que lo hacían antes de la pandemia. La **recuperación** de antiguas **dinámicas** generará, a su vez, cambio de tendencia de algunas categorías. El reto de la farmacia es entender **cuáles y en qué momento serán más relevantes**.

HACIA LA NUEVA NORMALIDAD

Pese a la incertidumbre que sigue existiendo, es esperable que frente a la relajación de las restricciones, el aumento de vacunados y el deseo por volver a la nueva normalidad, favorezcan la **recuperación de algunas actividades cotidianas**. Algunos ejemplos pueden ser las **categorías relacionadas con las actividades de exterior** o el **“kit de viajero”**.



Efecto de la COVID-19 en el mercado farmacéutico

Análisis semanal y conclusiones generales
W28 (12/07 - 18/07)