



TENDENCIAS COFARES

LA FARMACIA EN TIEMPOS DE PANDEMIA (I)

*Análisis de la evolución de los productos sanitarios en las farmacias
en el contexto de pandemia de la Covid-19*

Julio, 2020



Análisis del periodo previo al estado de alarma

(del 1 de enero al 14 de marzo)

El primer trimestre del año 2020 ha estado marcado por la llegada de la pandemia del nuevo coronavirus 2019-nCoV -después de que las autoridades chinas confirmaran su existencia el 7 de enero- y por la posterior instauración -el 14 de marzo- del estado de alarma que obligó al confinamiento de la población. En la fase previa al estado de alarma se registró una gran demanda de mascarillas y geles hidroalcohólicos, así como un importante aumento de los medicamentos con receta.

Entre las medidas recomendadas por la Organización Mundial de la Salud (OMS) durante este periodo -para evitar la propagación del nuevo coronavirus-, se encuentra el frecuente lavado de manos con agua y jabón o con gel hidroalcohólico. A pesar de que en un primer momento el uso de mascarillas no se consideraba necesario para personas sin síntomas, éstas se convirtieron en un producto de gran demanda.



Reflejo de ello es que **aumentó la demanda de productos destinados a Covid-19** (termómetros, pulsioxímetros, mascarillas, guantes, geles, etc.) **en un 125,8 %** frente al mismo periodo del año anterior (+506.000 unidades).

Esta fase principalmente destaca también por **el incremento de la venta de medicamentos con receta**, como resultado de la prescripción a largo plazo para minimizar y evitar desplazamientos a los centros de salud.



Se registra **un crecimiento en la dispensación de medicamentos con receta** del **8,9 %** (+5,55 millones de unidades), frente al mismo periodo del año pasado.



+125,8 % productos destinados a Covid-19



+5,5 millones de unidades de medicamentos de prescripción **(+8,9 %)**

Análisis del periodo estado de alarma

y confinamiento


(del 15 de marzo al 15 de abril)

Se mantiene el crecimiento de la demanda de medicamentos bajo prescripción, aumento destacado en la demanda de productos de protección frente al coronavirus y se incrementa la preocupación por el cuidado animal con el aumento de los referentes de la categoría de veterinaria. También se registran cambios en el cuidado personal: disminuyen los solares por la baja exposición al sol, al tiempo que aumentan los complejos vitamínicos.

Durante el primer mes de confinamiento estricto tras el inicio del estado de alarma, **la demanda de mascarillas, guantes y geles hidroalcohólicos experimentó un crecimiento desorbitado**. Es durante estas semanas cuando se produce el mayor pico de demanda de este tipo de productos, que se convierten en indispensables para abordar de forma segura el día a día.

-  Los **productos destinados a Covid-19** aumentan hasta en un **420,7 %** con 590.000 unidades más con respecto a 2019.
-  En concreto, crece muy notablemente la venta de **mascarillas, guantes y geles hidroalcohólicos** que registraron un **aumento del 1.335,4 %** (+0,330 millones de unidades) en comparación con el mismo periodo del año pasado.

Sigue al mismo ritmo el crecimiento de los medicamentos bajo prescripción:

-  Se registra un **crecimiento en la dispensación de medicamentos con receta del 8,7 %** (+2,19 millones de unidades), frente al mismo periodo del año pasado.

El cuidado de las mascotas propició un importante aumento del consumo de productos asociados al mundo animal, determinado por dos factores. Por un lado, las clínicas veterinarias no trabajaron al 100 %, lo que ha llevado al auge de la farmacia como solución alternativa. A esto hay que añadir que la farmacia ha sabido responder con buen surtido, precio y rapidez en este tipo de productos. Adicionalmente, el consumo se ha visto favorecido por la dispensación telemática.



En el caso de los **productos de veterinaria**, han registrado un **incremento del 54 %**, con 9.338 unidades más vendidas, en este periodo con respecto a 2019.

Cabe destacar también el **aumento de la demanda de los suplementos vitamínicos**, al tiempo que se ha registrado un **decrecimiento de los protectores solares**. Ambos casos están determinados por el confinamiento y la mayor preocupación por el autocuidado relacionado con la falta de sol. Dentro de la categoría de vitaminas y suplementos se incluyen complejos multivitamínicos que contienen vitaminas A, B6, B12, C y D, entre otras, que actúan reforzando el sistema inmunológico.



En el caso de los **suplementos vitamínicos** el crecimiento es del **34,5 %** (+42.621 unidades).



Mientras que el **descenso de productos solares** es de un **-103,8 %** (-28.530 unidades).

Por otra parte, el decrecimiento de productos de ortopedia también se ha dejado notar durante el periodo de confinamiento. La escasa movilidad impuesta por el aislamiento entre las personas mayores ha mermado la demanda de productos de apoyo como bastones, carritos o fajas. A ello se suma que la práctica regular de ejercicio físico estuvo muy limitada durante la pandemia, lo que ha originado el consiguiente parón de consumo sobre productos para favorecer la práctica de deporte de forma segura.



Los **productos de ortopedia** descienden en un **-53,4 %** durante este periodo con respecto al año anterior (-74.756 unidades).



Se dispara un **1.335,4 %** la venta de **mascarillas, guantes y geles hidroalcohólicos**



Caen un **-103,8 %** los **productos solares** y aumentan un **34,5 %** los **suplementos vitamínicos**



Los productos de veterinaria aumentan un **54 %**



Los productos de ortopedia decrecen un **-53,4 %** por la escasa movilidad

Análisis del periodo confinamiento e inicio

de las fases de desescalada

(del 16 de abril al 30 de mayo)

La venta de medicamentos con receta disminuye por el sobreabastecimiento anterior. Los productos de salud animal siguen creciendo. La demanda de productos de ortopedia sigue en negativo aunque se reduce la disminución con las primeras salidas al exterior. Los vitamínicos crecen en menor medida al tiempo que los protectores solares reducen su disminución. Notable decrecimiento de los productos infantiles típicamente demandados en esta época como los productos antiparasitarios para pelo.

En este periodo, en el que se mantiene el confinamiento y comienza la desescalada hacia la nueva normalidad, se registra un **decrecimiento de la dispensación de medicamentos con receta** a causa del sobreabastecimiento de las semanas anteriores:



La demanda de medicamentos de prescripción decrece en un **-7,5 %** (-2,75 millones de unidades) respecto al mismo periodo del año previo.



La disminución se acentúa en País Vasco (-12,7 % con -234.000 unidades) y Comunidad Valenciana (-18,6 % con -867.000 unidades), donde se permitió en marzo la compra de medicamentos con una antelación de 90 días.

La preocupación por el cuidado animal sigue creciendo, incluso en mayor medida que en el periodo más estricto de confinamiento:



Los productos de veterinaria continúan creciendo y la farmacia se establece como centro de referencia, aumentando un **82,3 %** (+21.351 unidades) en comparación con 2019.

El inicio de las fases de la desescalada y la progresiva salida al exterior para pasear o practicar deporte se ha dejado notar en los productos de ortopedia que, sin bien mantienen una demanda negativa, reducen el descenso:



Siguen la misma tendencia negativa **los productos de ortopedia, aunque en menor grado: -30,1 %** (-62.341 unidades) con respecto al mismo periodo en 2019.

La progresiva salida al exterior de parte de la población española también se ha reflejado en la demanda de vitamínicos y protectores solares. De modo que, siguiendo una relación inversa, la demanda de vitamínicos sigue creciendo aunque en mucha menor medida mientras los productos solares reducen notablemente su descenso.



A pesar de que la **venta de vitamínicos sigue aumentando**, el crecimiento se atenúa limitándose a un **6,92 %** (9.315 unidades más).



De forma inversa, la demanda de **productos solares se mantiene en términos negativos aunque en mucho menor grado** que en la fase previa de confinamiento estricto, **con un -27,18 %** (-20.064 unidades) con respecto a 2019.

Por último, el cierre de los colegios y centros educativos también se ha traducido en un cambio en la demanda de productos infantiles típicamente asociados a este periodo:



Los **productos antiparasitarios para pelo (piojos)** son habitualmente muy vendidos en estas fechas, y este año han presentado **una disminución del -51,12 %** con respecto a 2019 (-17.185 unidades).



-7,5% medicamentos con receta por sobreabastecimiento anterior



Reduce caída **(-27,18 %)** productos solares y reducen aumento **(6,92 %)** los suplementos vitamínicos por inicio desescalada



Los productos de veterinaria aumentan un **82,3 %**



Los productos de ortopedia reducen caída **(-30,1 %)** por inicio movilidad



-51,12 % productos antiparasitarios para pelo (piojos)

Comentario

“En poco tiempo hemos incorporado a nuestro día a día productos de protección prácticamente desconocidos entre la población hasta la irrupción de la Covid-19. La mascarilla forma parte del paisaje cotidiano. En este sentido, debemos afrontar el futuro con tranquilidad pues contamos con reservas suficientes para abastecer a la población a través de la farmacia, el punto de acceso a productos sanitariamente garantizados”.

Luz Lewin, directora técnica y de calidad de Cofares

Sobre Cofares

Cofares es el distribuidor de fármacos y productos de salud de 1 de cada 2 farmacias en España, movilizándolo 60 toneladas de producto al año, a través de 1.500 rutas desplegadas en toda la geografía española. Con una cuota de mercado superior al 28 %, es líder de la distribución farmacéutica y su actividad alcanza también la red hospitalaria. Cuenta con una de las plataformas logísticas más robustas de Europa, donde se custodian productos de alta sensibilidad y el material necesario para las principales campañas de inmunización a nivel nacional.