

Grupo Knobloch





# Análisis del Mercado Farmacéutico

Semana 16 (13 al 19 Abril 2020)  
Repercusiones Covid-19

# Metodología





# Puntos Clave de la Semana



Hemos rebasado las **1,000** defunciones, con una estimación según el Modelo Centinela de **≈ 86,000** casos de infección.



El mercado en Sem 16 se recupera vs. Sem 15. El periodo de Semana Santa al ser en diferentes semanas del año desvía el crecimiento vs. año anterior



El Factor económico será crucial en tiempos de pandemia, y la priorización de otros elementos vs. cuidado de la salud.



Las clases de Auto prevención siguen a la alza, Segmentos como los crónicos degenerativos empiezan a repuntar después de 4 semanas estables.



El modelo de Negocios de la Industria Farmacéutica cambia rápidamente durante y después de la Pandemia





# Panorama México al 24 de Abril

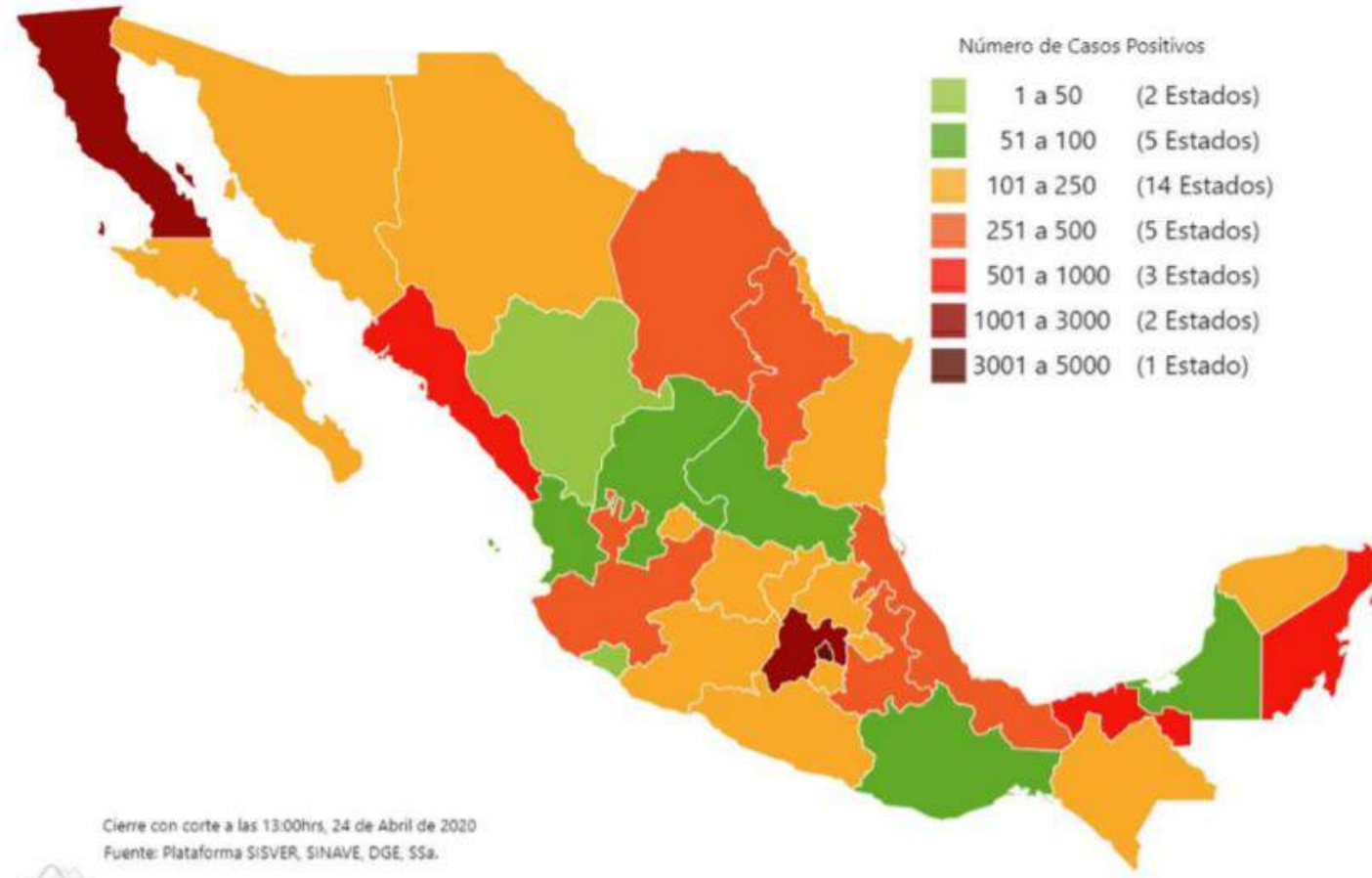


Entramos en Fase 3  
Exponencial de casos

Los estados con mas  
casos reportados son  
CDMX con **3,532** casos  
y Estado de México con  
**1,992** casos.

Seguidos de Baja  
California y Sinaloa con  
**1,156** y **690** casos  
respectivamente

Mapa de Casos Confirmados Acumulados por Entidad Federativa  
24 abr, 2020



**12,872**

Confirmados

**7,889**

Sospechosos

**41,573**

Negativos

**1,221**

Defunciones

**62,334**

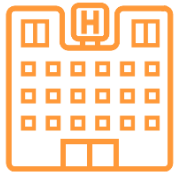
Personas  
Estudiadas



# Medidas de prevención Gobierno de México



Declaración Fase 3  
21 Abril 2020



Falta de Suministros en Hospitales y  
protección para los Médicos

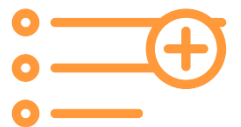


No se toman medidas de  
contención de la población por la  
fuerza.

Continúa Jornada Nacional  
“Susana Distancia” hasta 30 Mayo



Según el modelo Centinela,  
proyección total de **≈86,000**  
**casos**



Se **ESTIMA** que el fin de la pandemia  
en México acabe el 25 de Junio,  
**SOLO SI** se mitiga la propagación





# Evolución Mercado Farmacéutico del

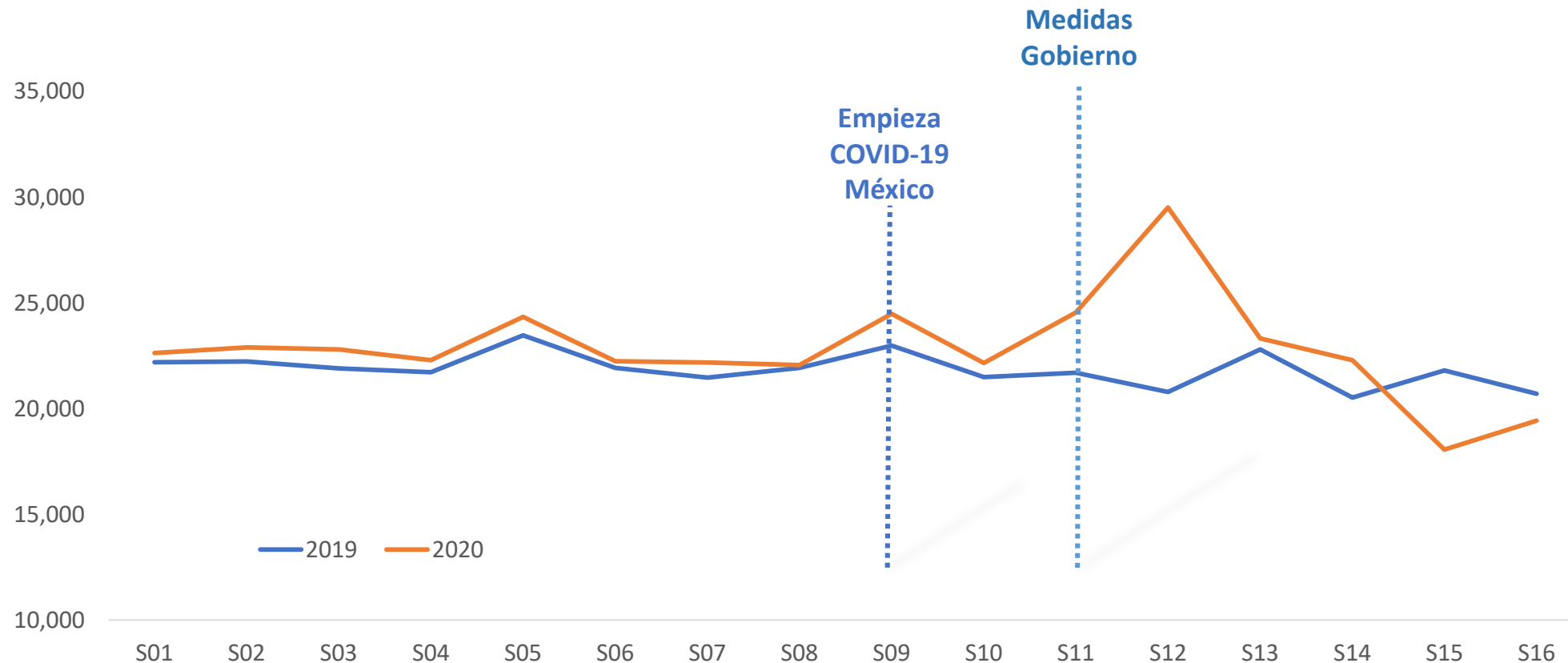
13 al 19 Abril 2020



# Mercado Total Unidades (000)

Semanas 1 -16

*El mercado durante la **semana 16** empieza a retomar su comportamiento normal después de los picos de la semana 12 y 15*



*La Semana 16  
presenta  
decremento del  
**-6.1%** vs. 2019.*

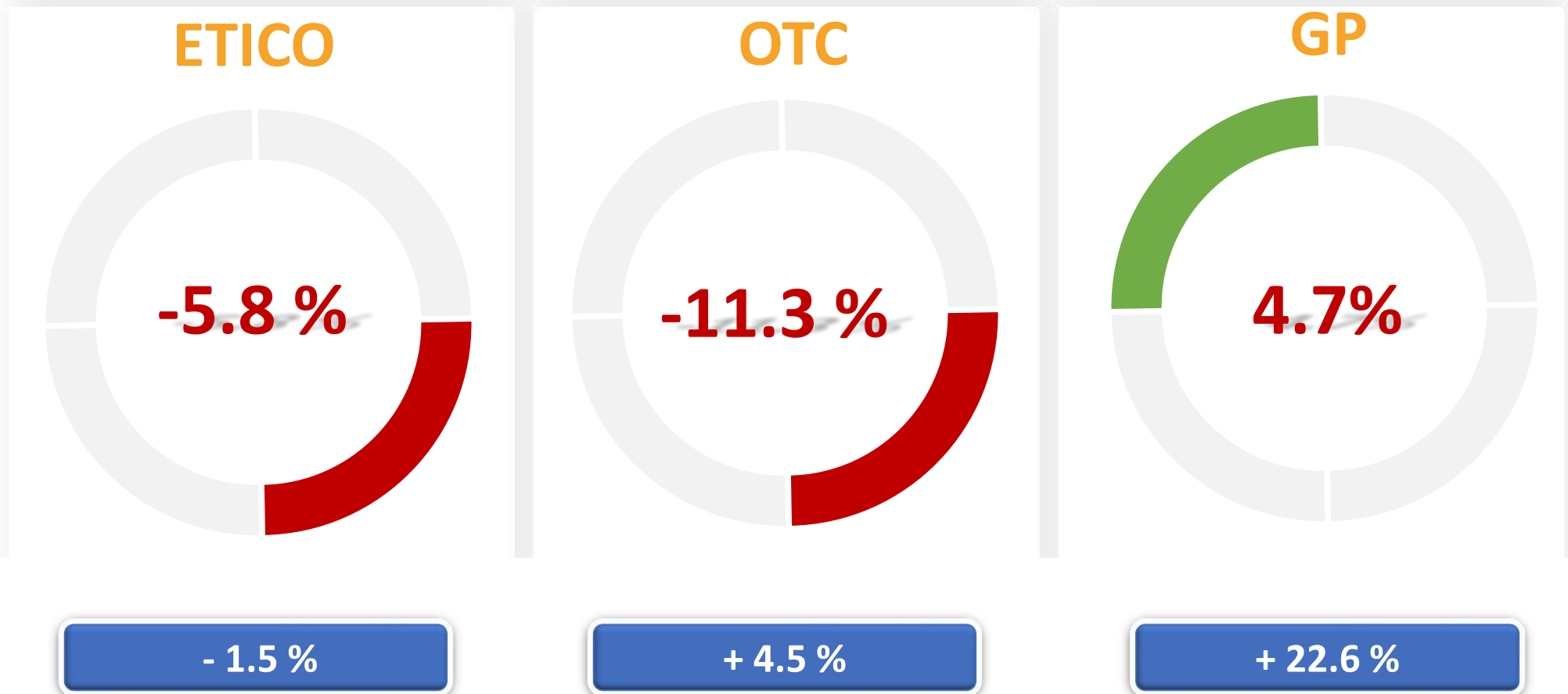




# Crecimientos Sem 16 vs. 2019 (13-19 Abr) por Géneros

Unidades (000)

*En la Semana 16, el segmento OTC es el más perjudicado, mientras que los Genéricos es el único segmento que presenta crecimiento.*



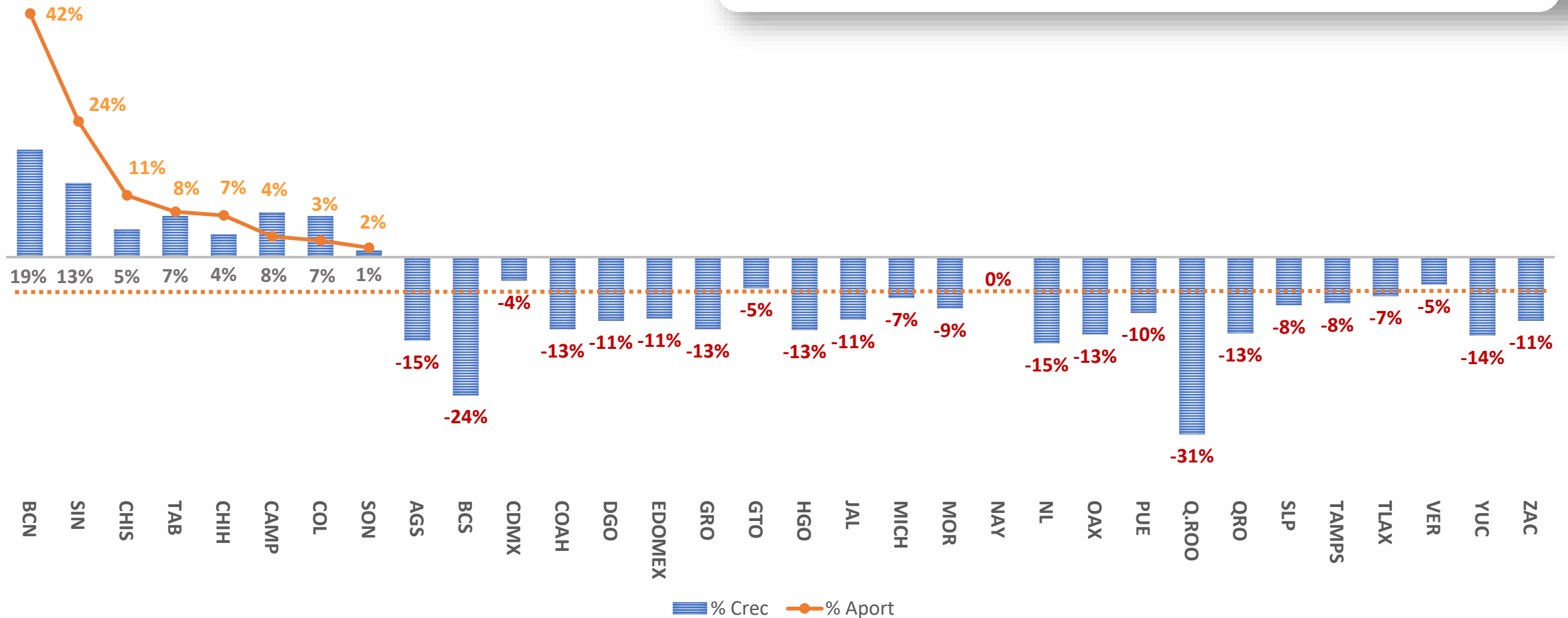


# Mercado Total Unidades (000) por Estado

% Crec. Sem 16 vs. 2019

Crec. Nacional **-6.1%**

En la semana 16 **Baja California Norte** es el que más creció y también aportó al crecimiento del mercado total. **Baja California Sur** y **Quintana Roo** son los Estados más afectados.





# Evolución Clases Terapéuticas del

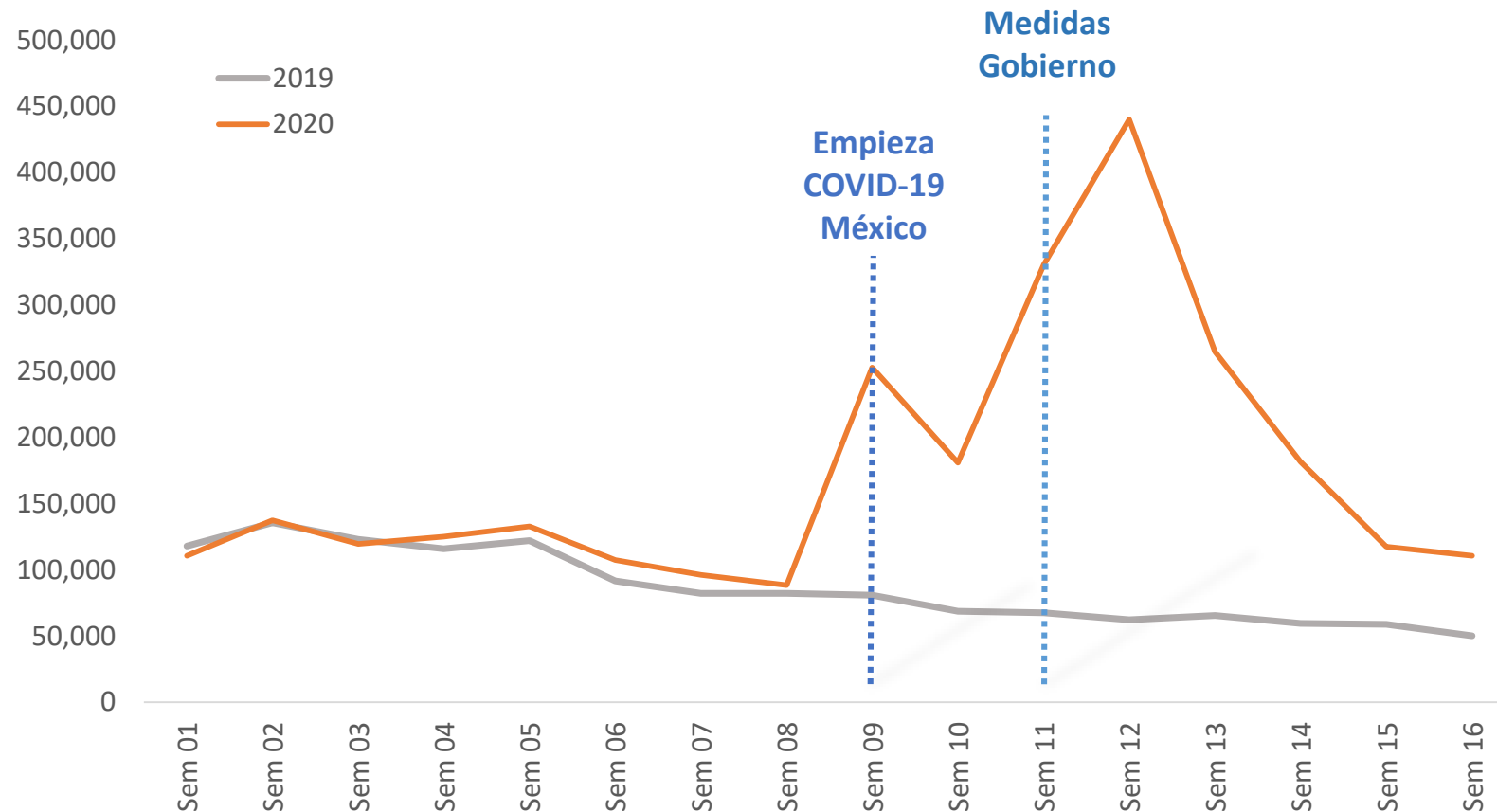
13 al 19 Abril 2020



# A11C VITAMINA A+D ASOCIACIONES SIMPLES



Unidades (000)



La clase creció vs. 2019 **266.2%** desde la entrada de COVID-19.

La clase ha aumentado su promedio semanal en **104.9%** desde la entrada de la contingencia

Productos que contienen **Vitamina C** son los que han influido en el crecimiento de la clase

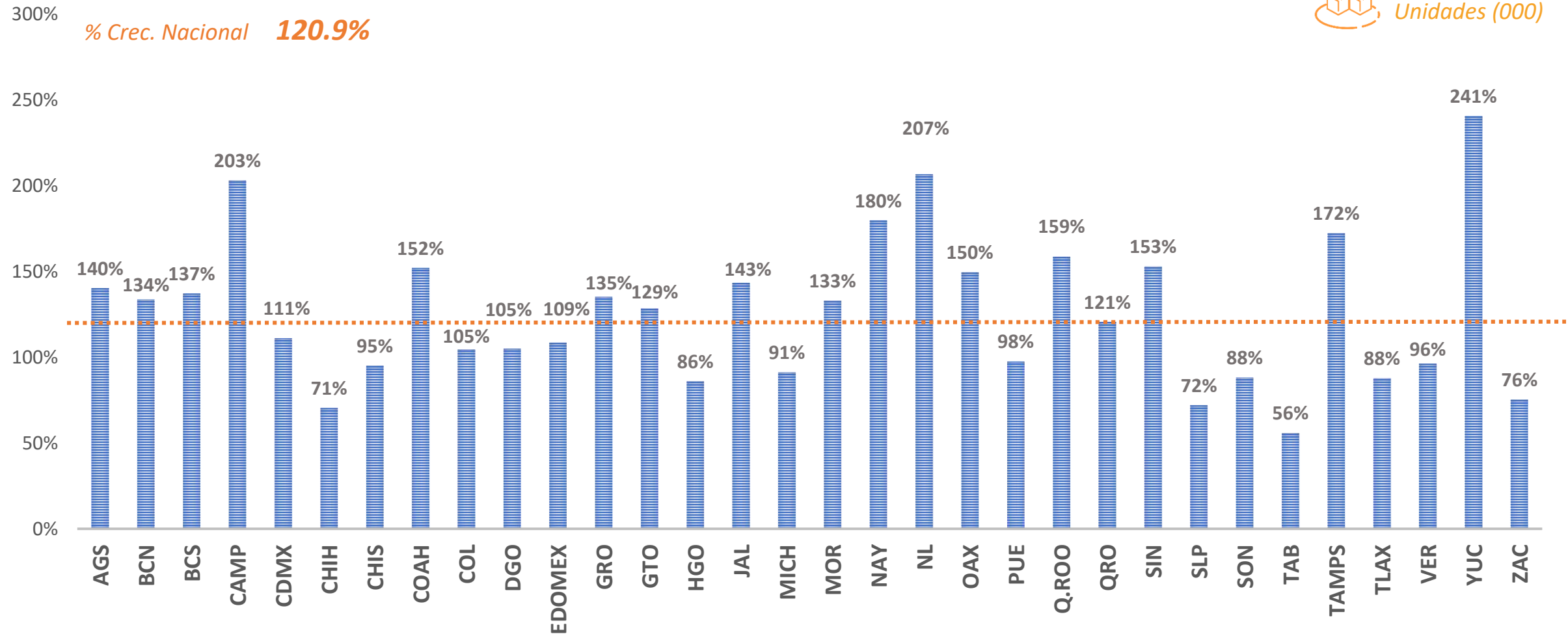
La clase contribuye al **4.9%** del crecimiento total del mercado



# A11C Vitamina A+D por Estado

% Crec. Sem 16 vs. 2019

 Unidades (000)

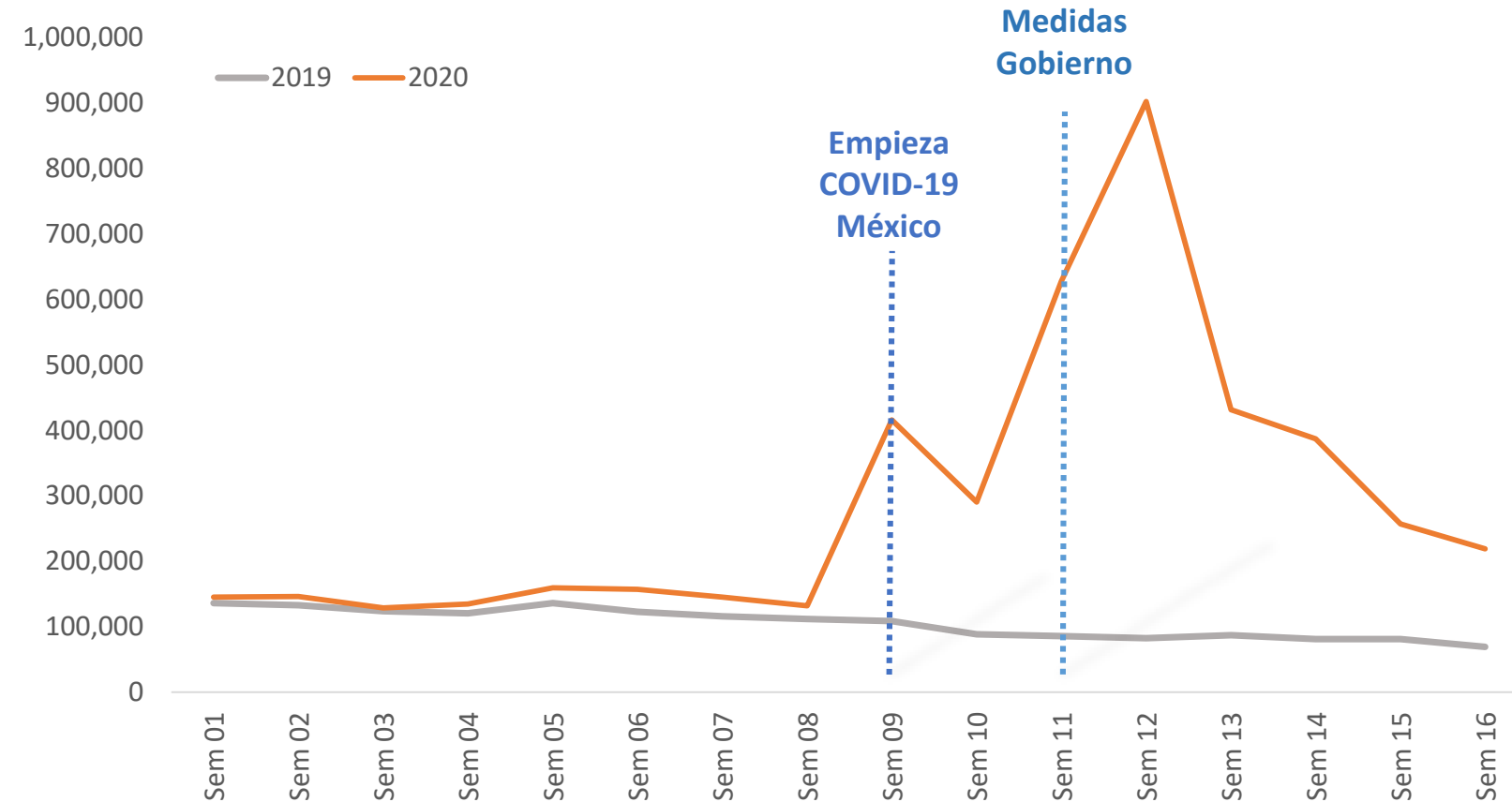




# A11G VITAMINA C ASOCIACIONES MINERALES



Unidades (000)



La clase creció vs. 2019 **417.0%** desde la entrada de COVID-19.

La clase ha aumentado su promedio semanal en **207.3%** desde la entrada de la contingencia

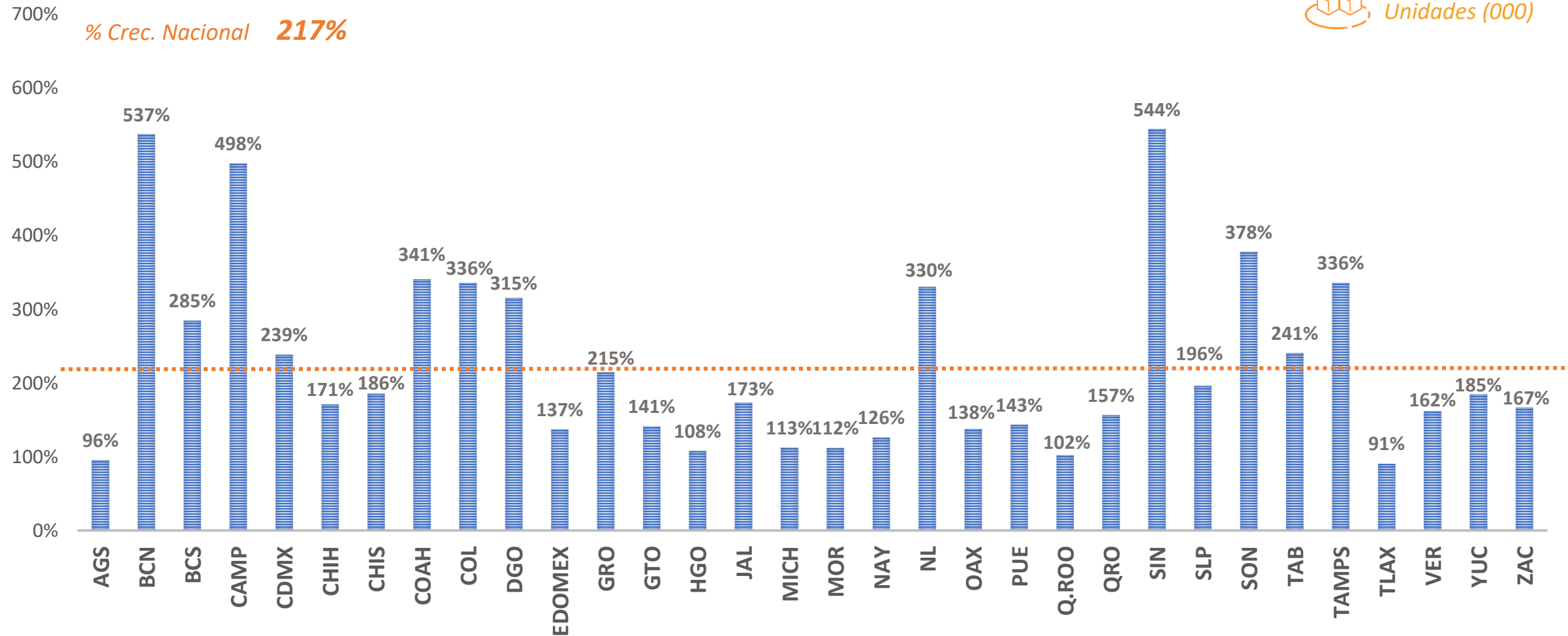
El consumidor muestra un comportamiento de auto prevención con la compra de estos productos.



# A11G VITAMINA C por Estado

% Crec. Sem 16 vs. 2019

 Unidades (000)

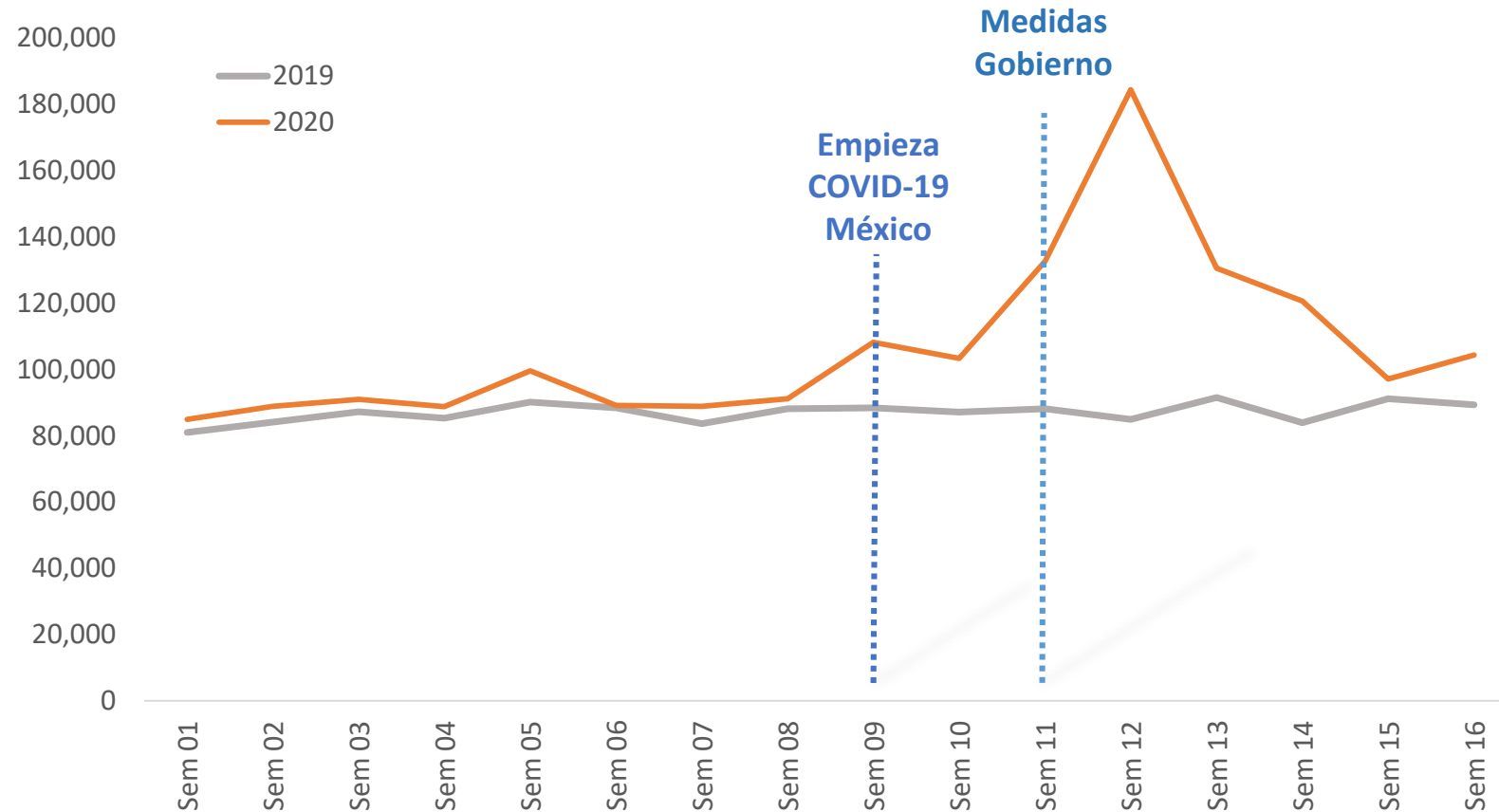




# D08A ANTISEPTICOS Y DESINFECTANTES



Unidades (000)



La clase creció vs. 2019 **39.3%** desde la entrada de COVID-19.

La clase ha aumentado su promedio semanal en **35.8%** desde la entrada de la contingencia

Esta clase contiene productos llamados “SES” (Soluciones Electrolizadas de Superoxidación), que tienen grado de Virucidas.

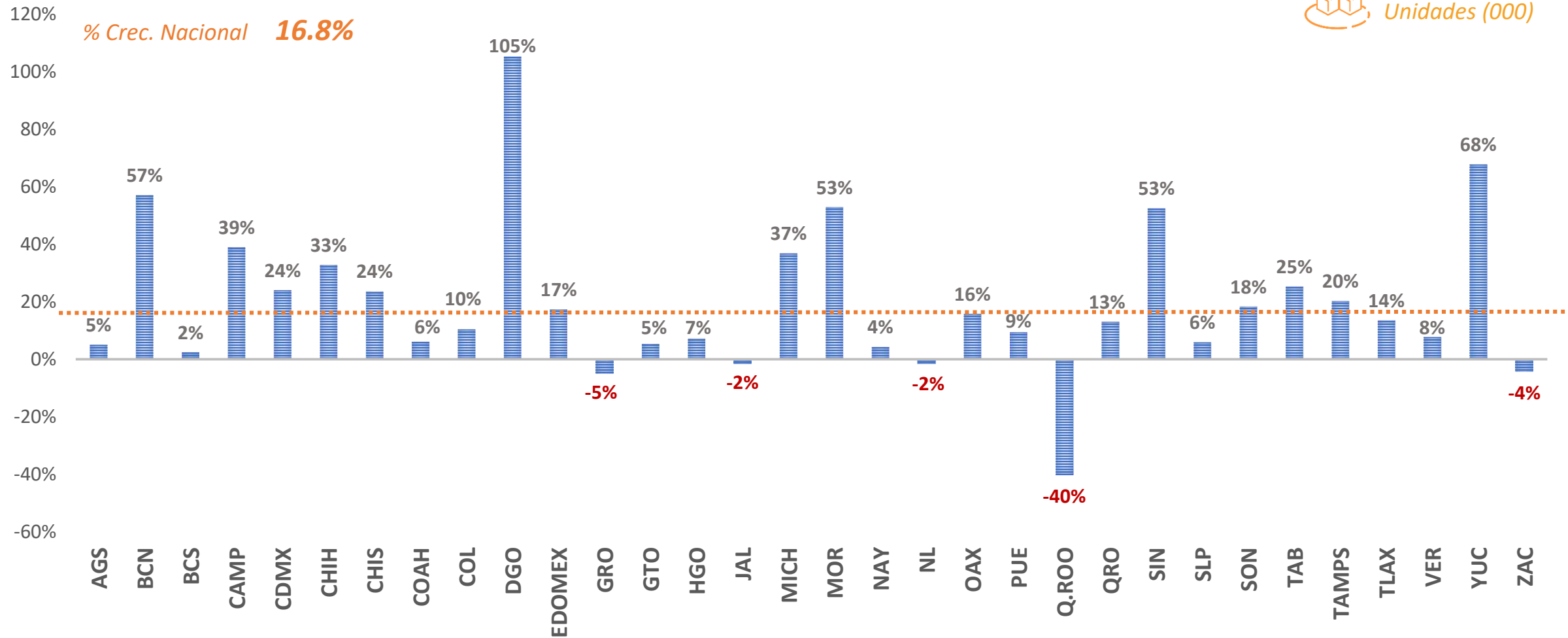




# D08A ANTISEPTICOS por Estado

% Crec. Sem 16 vs. 2019

 Unidades (000)

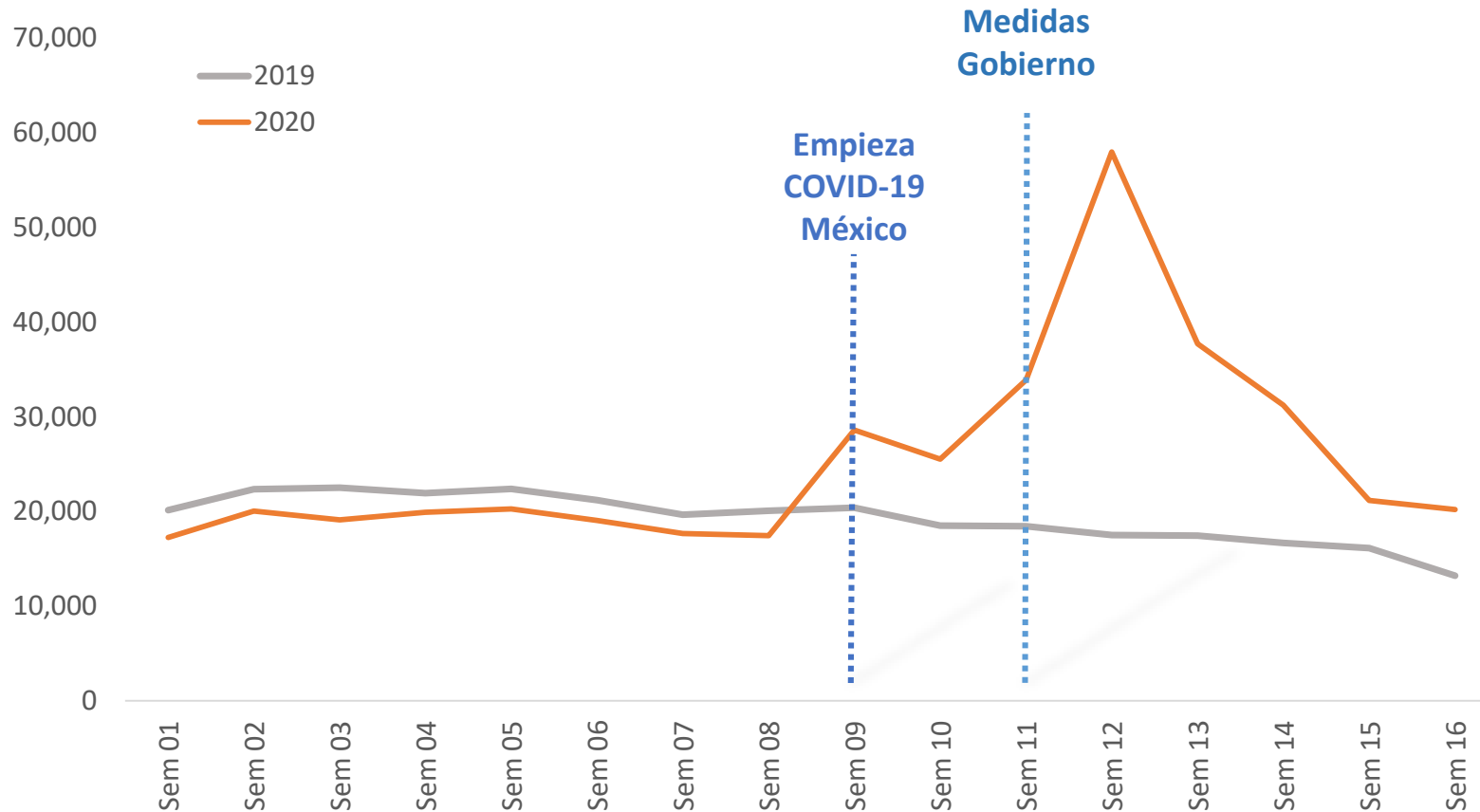




# J07X OTRAS VACUNAS



Unidades (000)



La clase creció vs. 2019 **85.3%** desde la entrada de COVID-19.

La clase ha aumentado su promedio semanal en **70%** desde la entrada de la contingencia

Productos como Broncho Vaxom, Ismigen o Pulmonar-Om son los que aportan al crecimiento de esta clase. Su efecto de fortalecer al sistema inmunológico hacen que se vuelvan productos necesarios durante la pandemia.

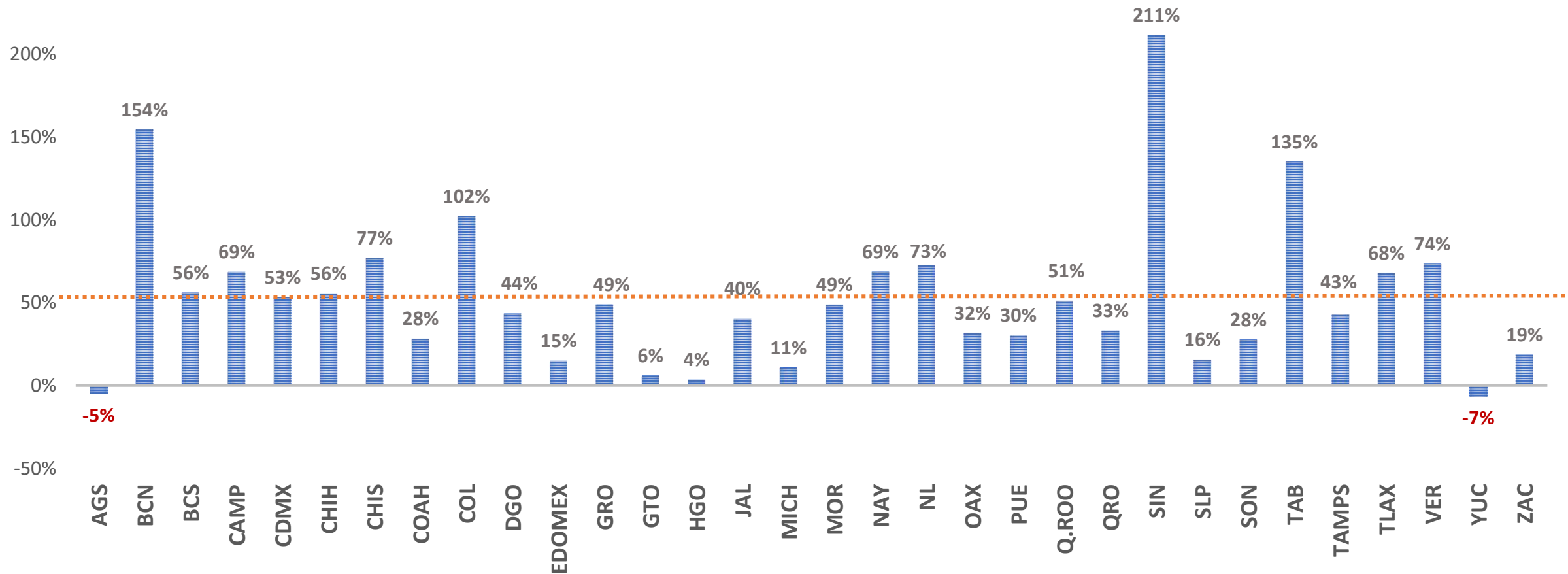


# J07X OTRAS VACUNAS POR ESTADO

% Crec. Sem 16 vs. 2019

 Unidades (000)

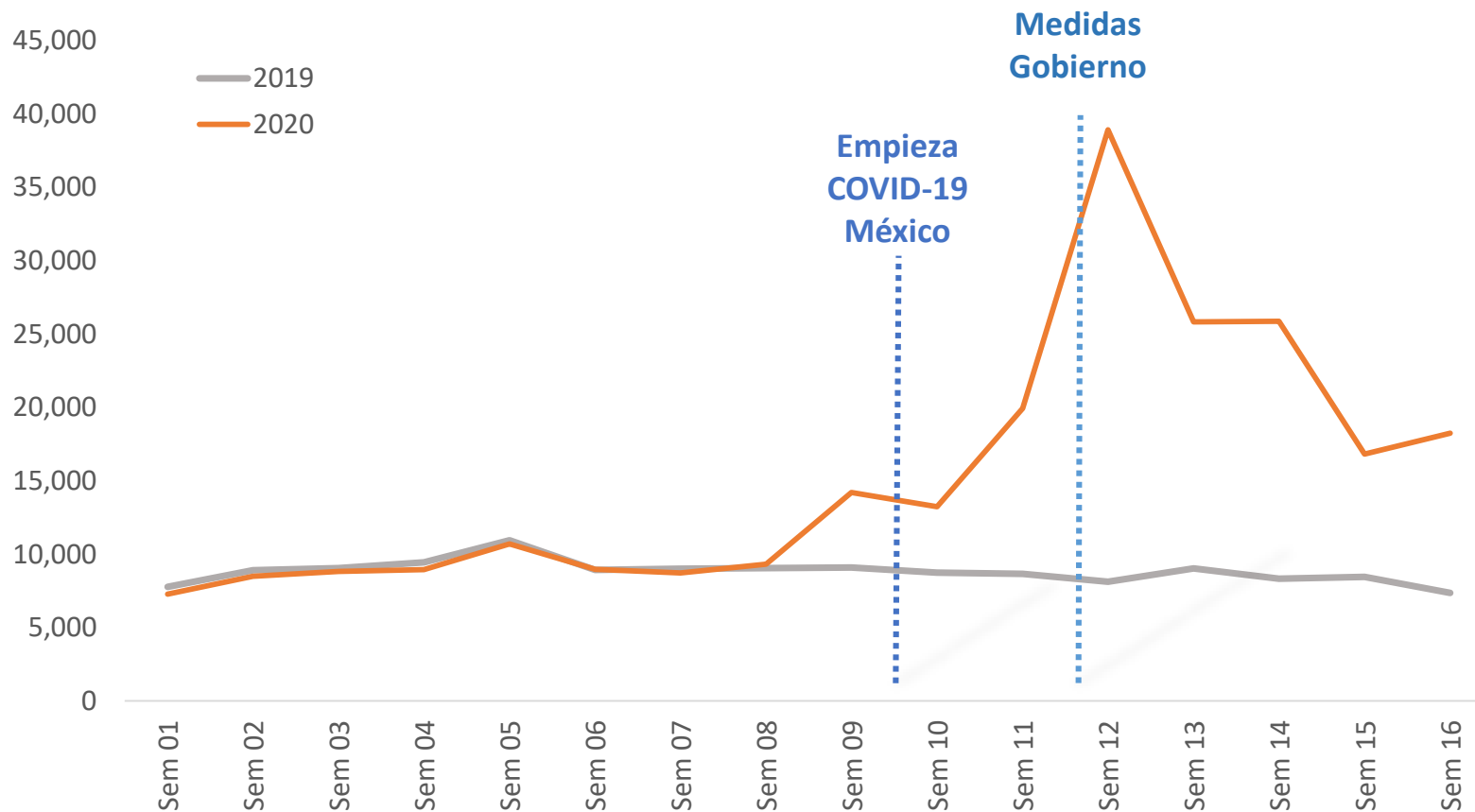
% Crec. Nacional **52.8%**





# L03A AGENTES INMUNOESTIMULANTES

 Unidades (000)



La clase creció vs. 2019 **155.3%** desde la entrada de COVID-19.

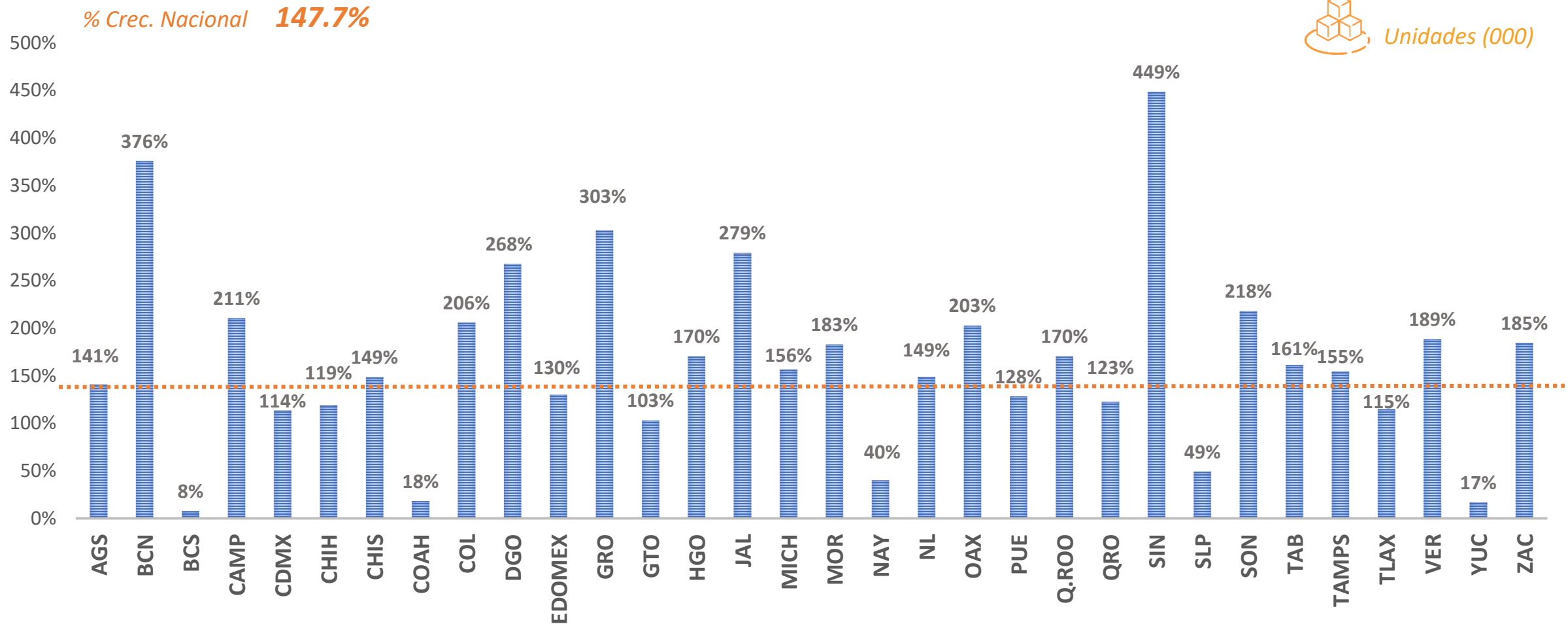
La clase ha aumentado su promedio semanal en **142.9%** desde la entrada de la contingencia

Si bien no hay productos de esta clase en ensayos clínicos para **COVID-19**, esta clase muestra el mismo comportamiento que en la pandemia **AH1N1**



# L03A AGENTES INMUNOESTIMULANTES por Estado

% Crec. Sem 16 vs. 2019

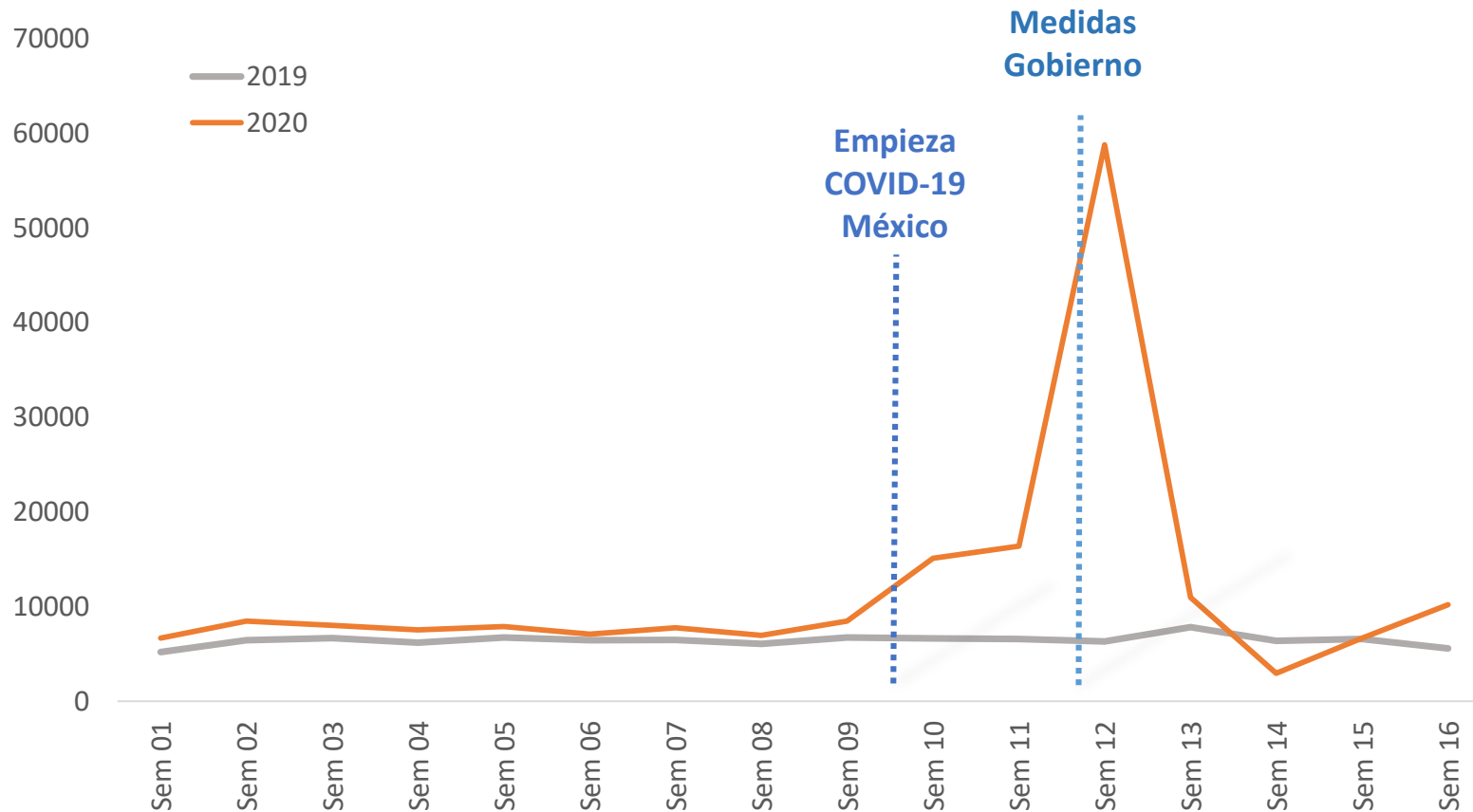




# M01C AGENTES ANTIRREUMATICOS ESPECIFICOS



Unidades (000)



El 31 Marzo, el gobierno de México anunció ensayos clínicos con **Tocilizumab** (Roactempra) e **Hidroxiclороquina** para COVID-19

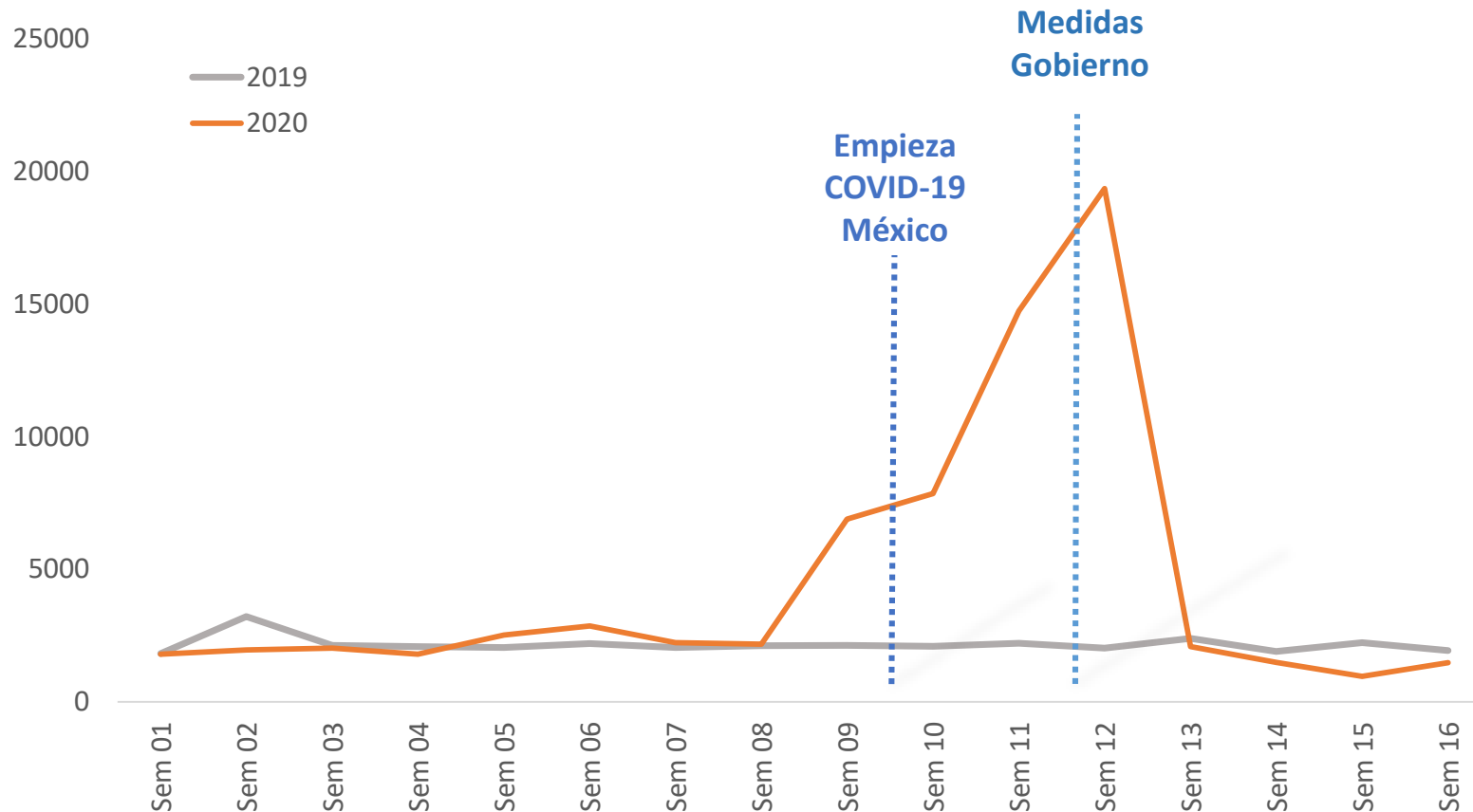
El 7 de Abril, **Sanofi** puso en marcha el programa “Entregando Salud” para garantizar abasto de Hidroxiclороquina **SOLO** a pacientes con Lupus, Artritis RM o Malaria.

El 15 de abril, **Bloomberg** anunció que los ensayos clínicos muestran que la hidroxiclороquina **NO** ayuda a eliminar el virus y traen más efectos secundarios a los pacientes con COVID-19.



# P01D ANTIPALUDICOS

 Unidades (000)



La clase ha aumentado en **224.5%** desde la entrada de la contingencia

El 31 Marzo, el gobierno de México anunció ensayos clínicos con **Cloroquina** para **COVID-19**

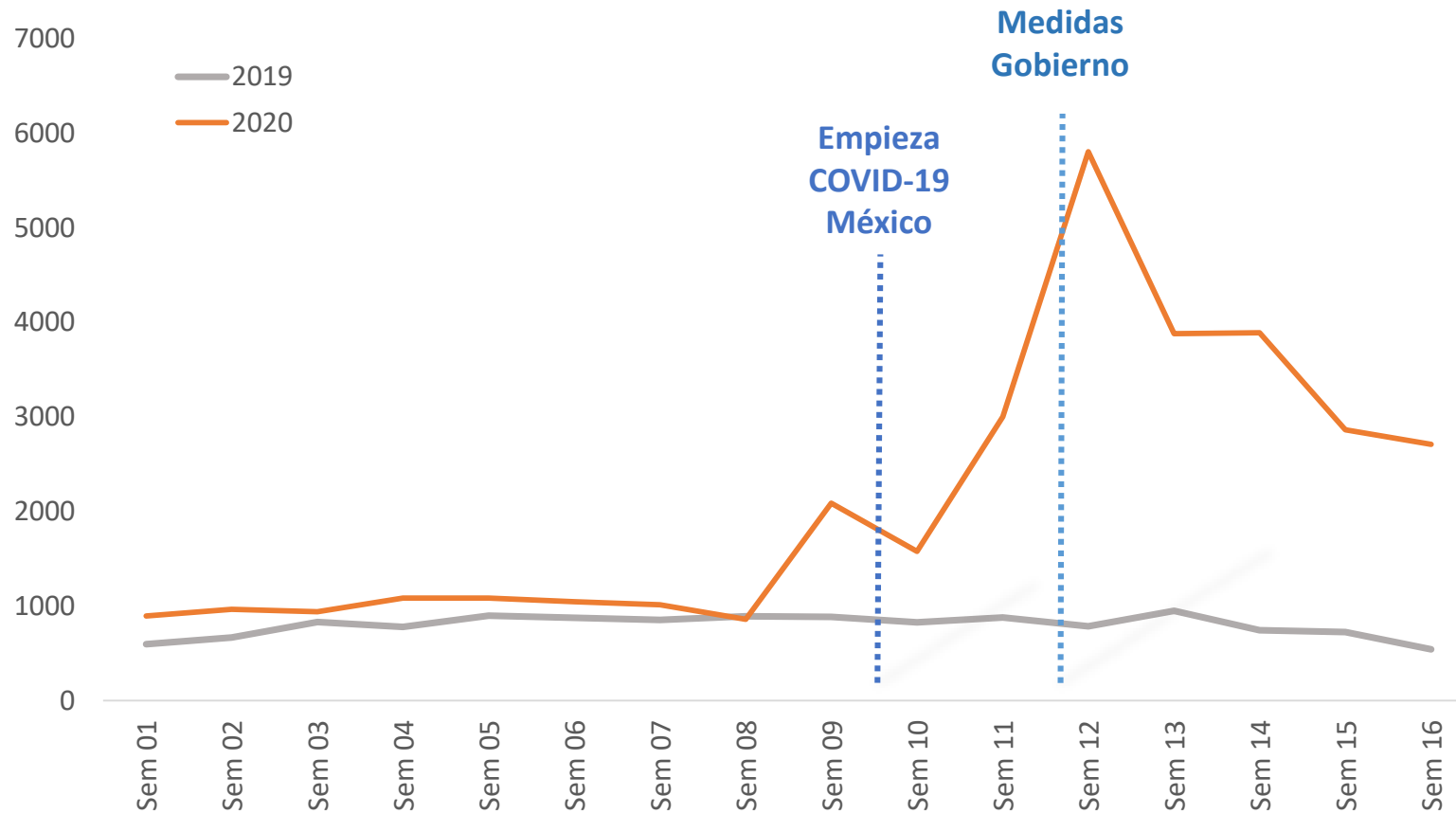
Al igual que la Hidroxicloroquina, este medicamento entrará en desabasto. Sanofi indicó solo distribución especial, mientras que las otras empresas productoras no han pronunciado acciones específicas en México.



# R07X PRODUCTOS SISTEMA RESPIRATORIO



Unidades (000)



La clase ha aumentado en **306.7%** desde la entrada de la contingencia

En Pakistan, están haciendo pruebas con el producto **ANAFERON** para evitar que el virus se replique.

Si bien estos productos están siendo estudiados en otras partes del mundo, el acceso a la información ha hecho que se puedan utilizar en México y ver su eficacia.

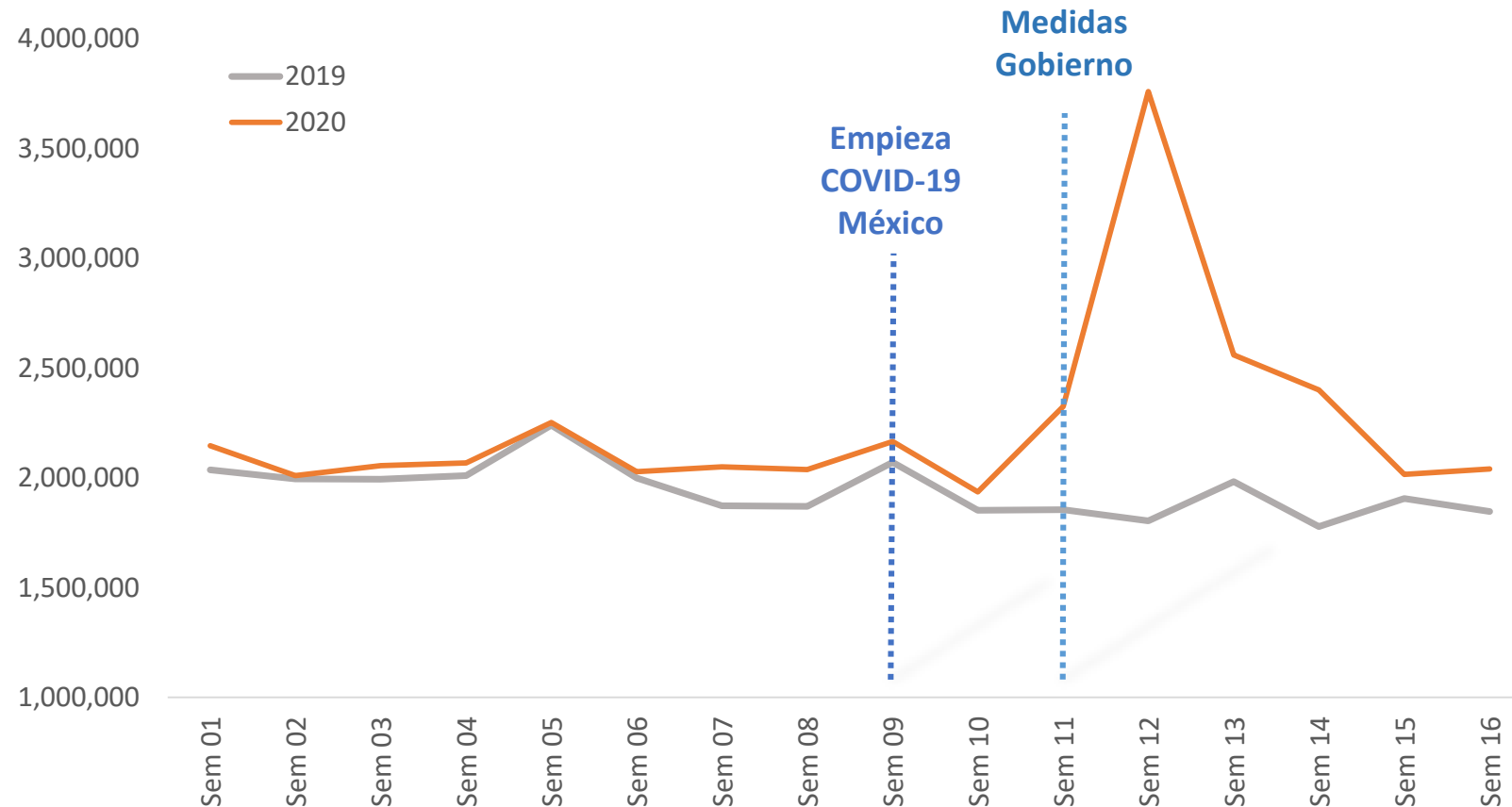




# N02B ANALGÉSICOS NO NARCÓTICOS Y ANTIPIRÉTICOS



Unidades (000)



La clase ha aumentado en **27.2% VS. 2019** desde la entrada de la contingencia

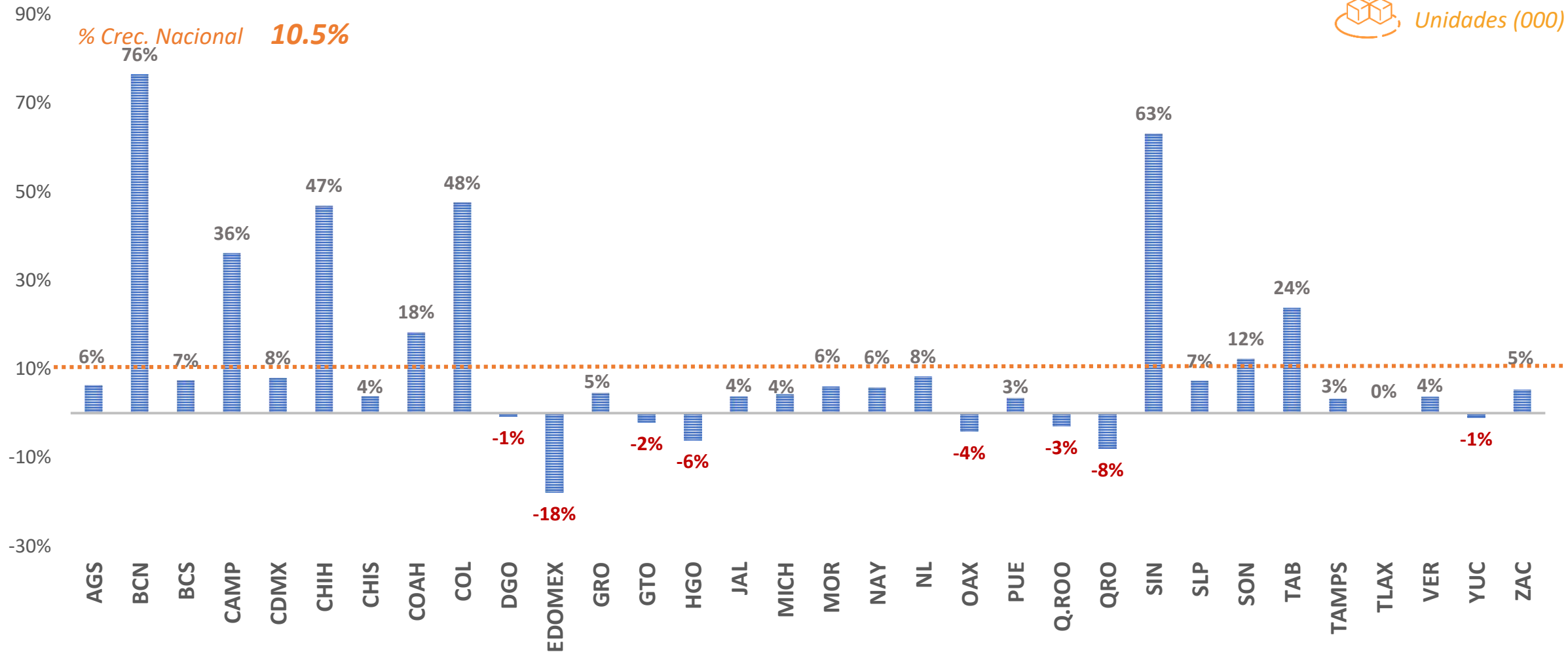
En esta Clase se incluye el **Paracetamol** y demás analgésicos que son los que se usan para tratar síntomas del COVID-19, por lo que observamos que su comportamiento sigue estando por arriba de sus ventas del año pasado.



# N02B ANALGÉSICOS por Estado

% Crec. Sem 16 vs. 2019

 Unidades (000)

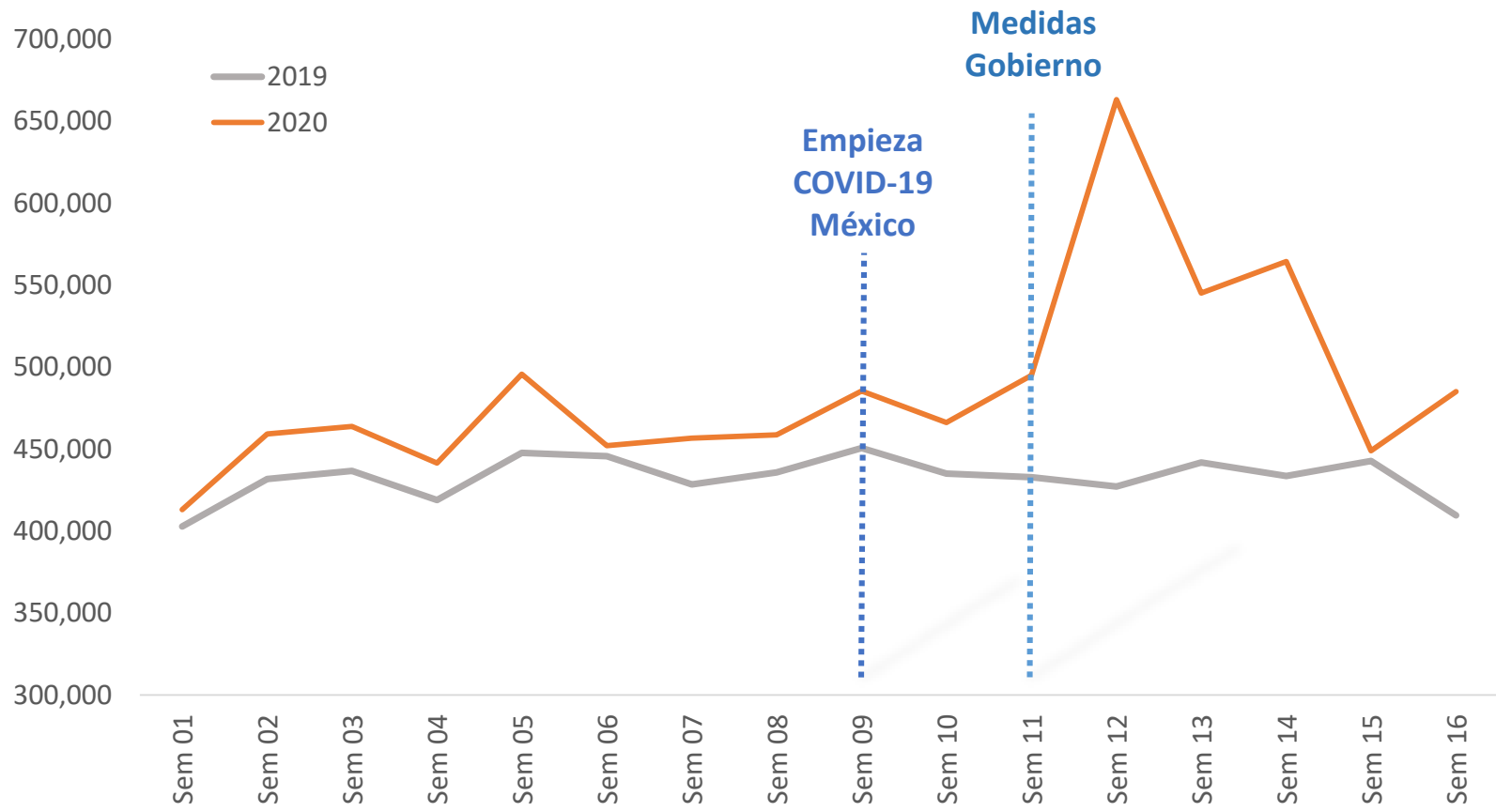




# CRÓNICOS DEGENERATIVOS - ANTIDIABÉTICOS



Unidades (000)



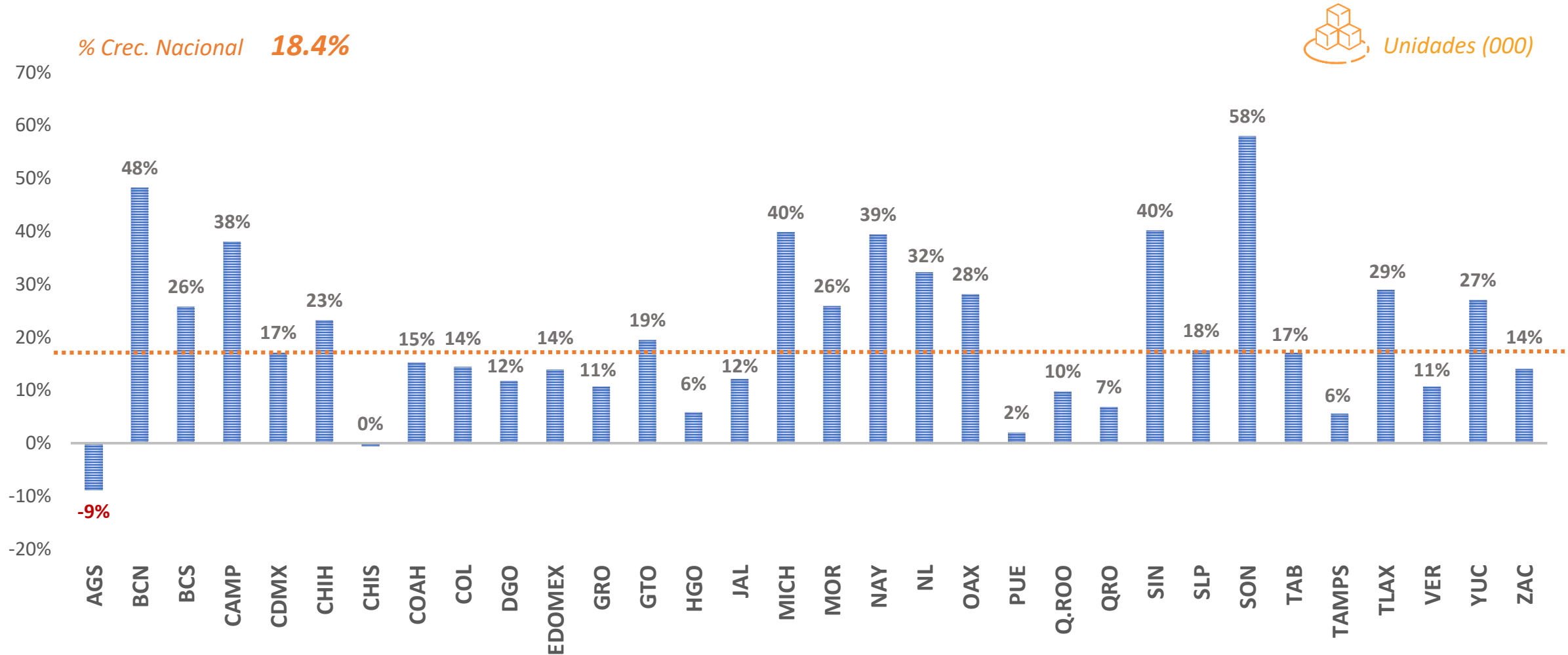
La clase ha aumentado en **19.6%** desde la entrada de la contingencia

Después de 4 semanas desde las compras de pánico generadas por la **Fase 2**, este segmento empieza a repuntar, gracias a la compra periódica de estos productos.



# ANTIDIABÉTICOS por Estado

% Crec. Sem 16 vs. 2019

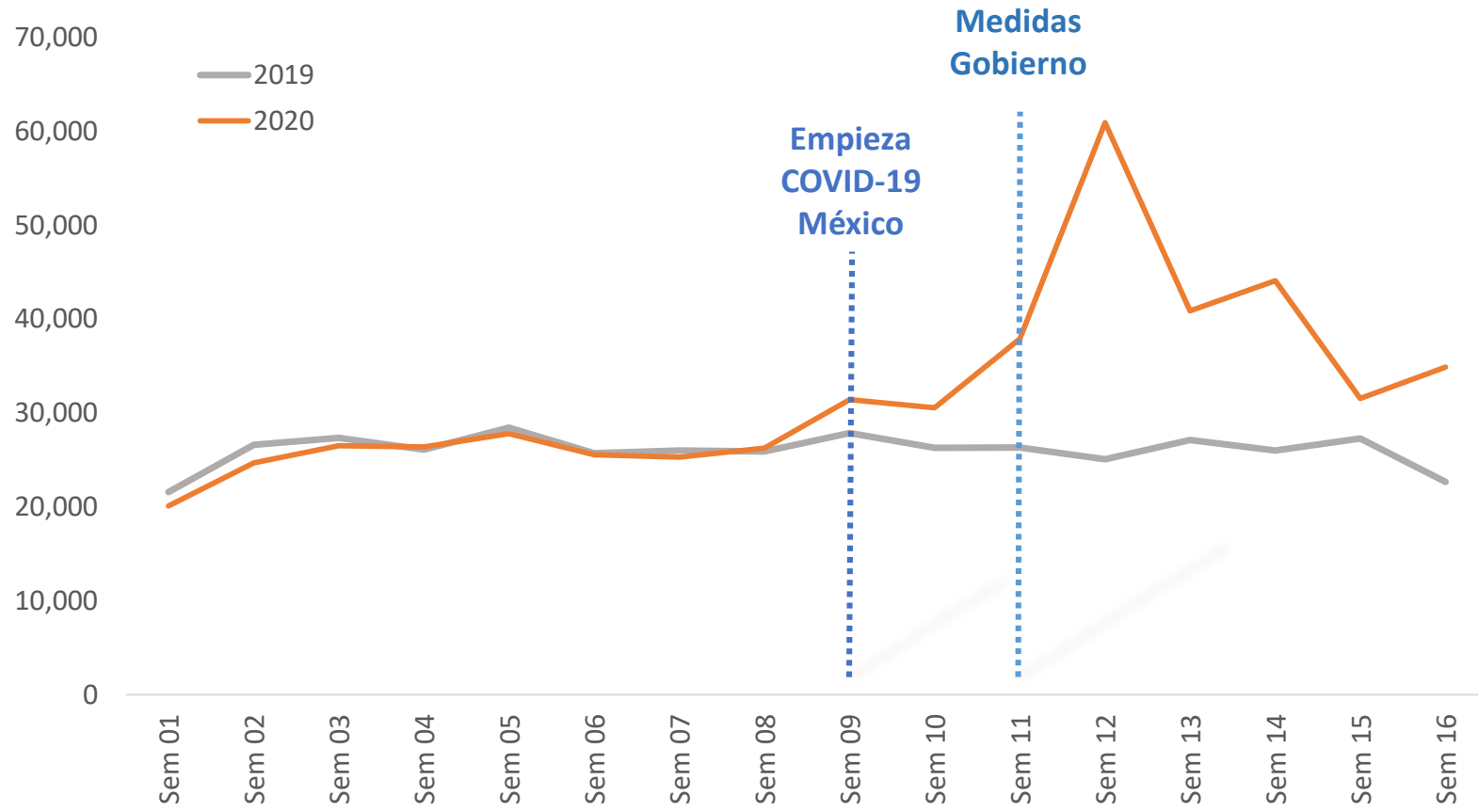




# CRÓNICOS DEGENERATIVOS - CÁNCER



Unidades (000)



La clase ha aumentado en **49.6%** desde la entrada de la contingencia

Si bien este segmento es difícil analizarlo en el mercado privado, observamos una clara tendencia creciente hacia estos medicamentos.

Desde Interferones hasta inmuno moduladores son tratados como terapias experimentales para la no propagación del virus.

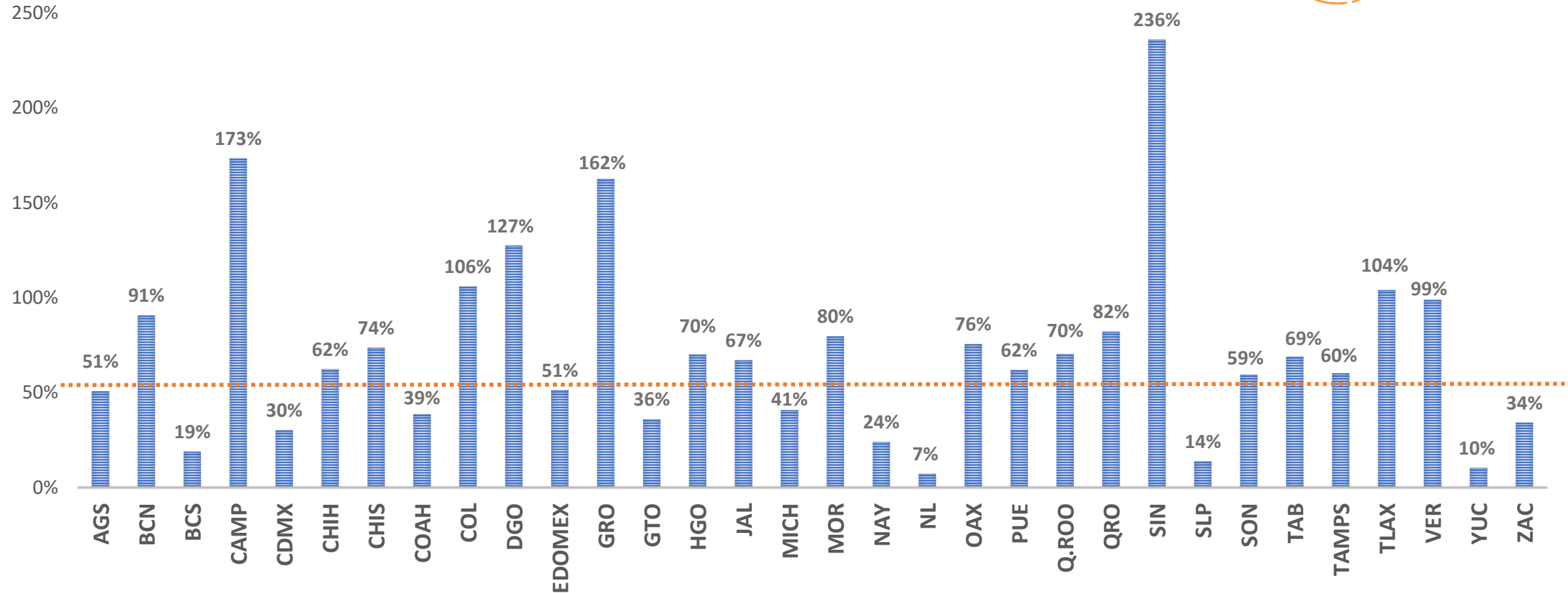


# CÁNCER por Estado

% Crec. Sem 16 vs. 2019

 Unidades (000)

% Crec. Nacional **53.8%**

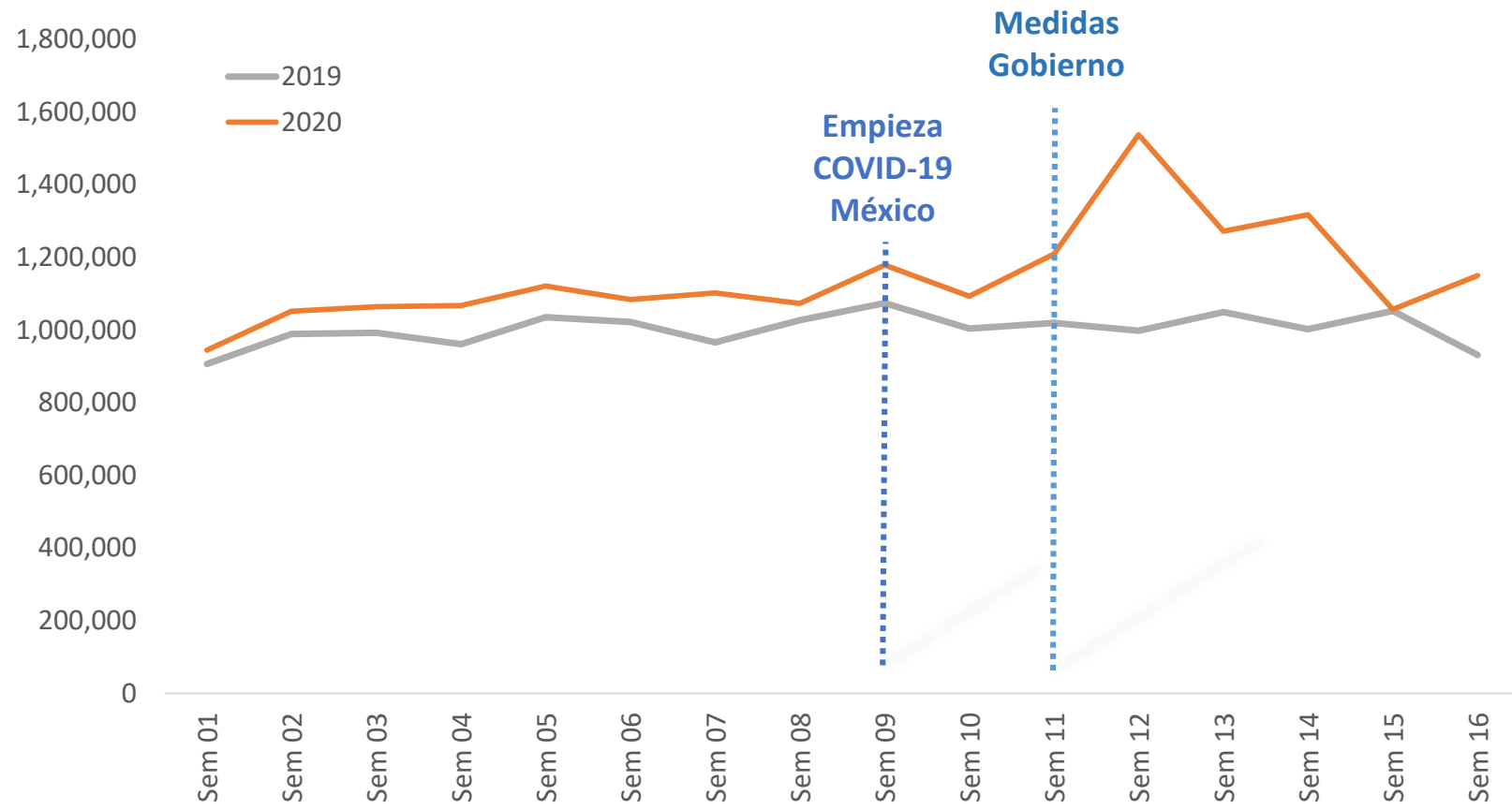




# CRÓNICOS DEGENERATIVOS - CARDIO



Unidades (000)



La clase ha aumentado en **20.7%** desde la entrada de la contingencia

Se está considerando que el COVID-19 no solo afecta el sistema **Respiratorio**, pero también el **Circulatorio**, por lo que observaremos un crecimiento en este segmento en las siguientes semanas.

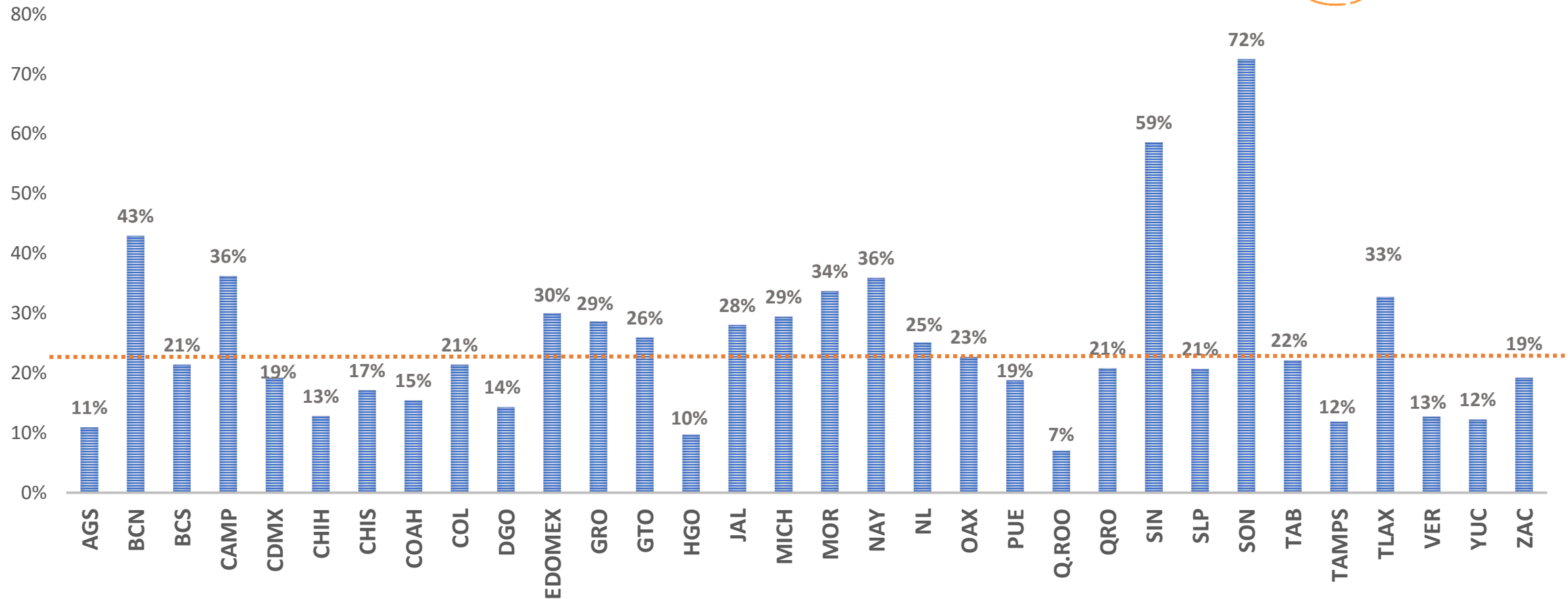


# CARDIO por Estado

% Crec. Sem 16 vs. 2019

 Unidades (000)

% Crec. Nacional **23.6%**



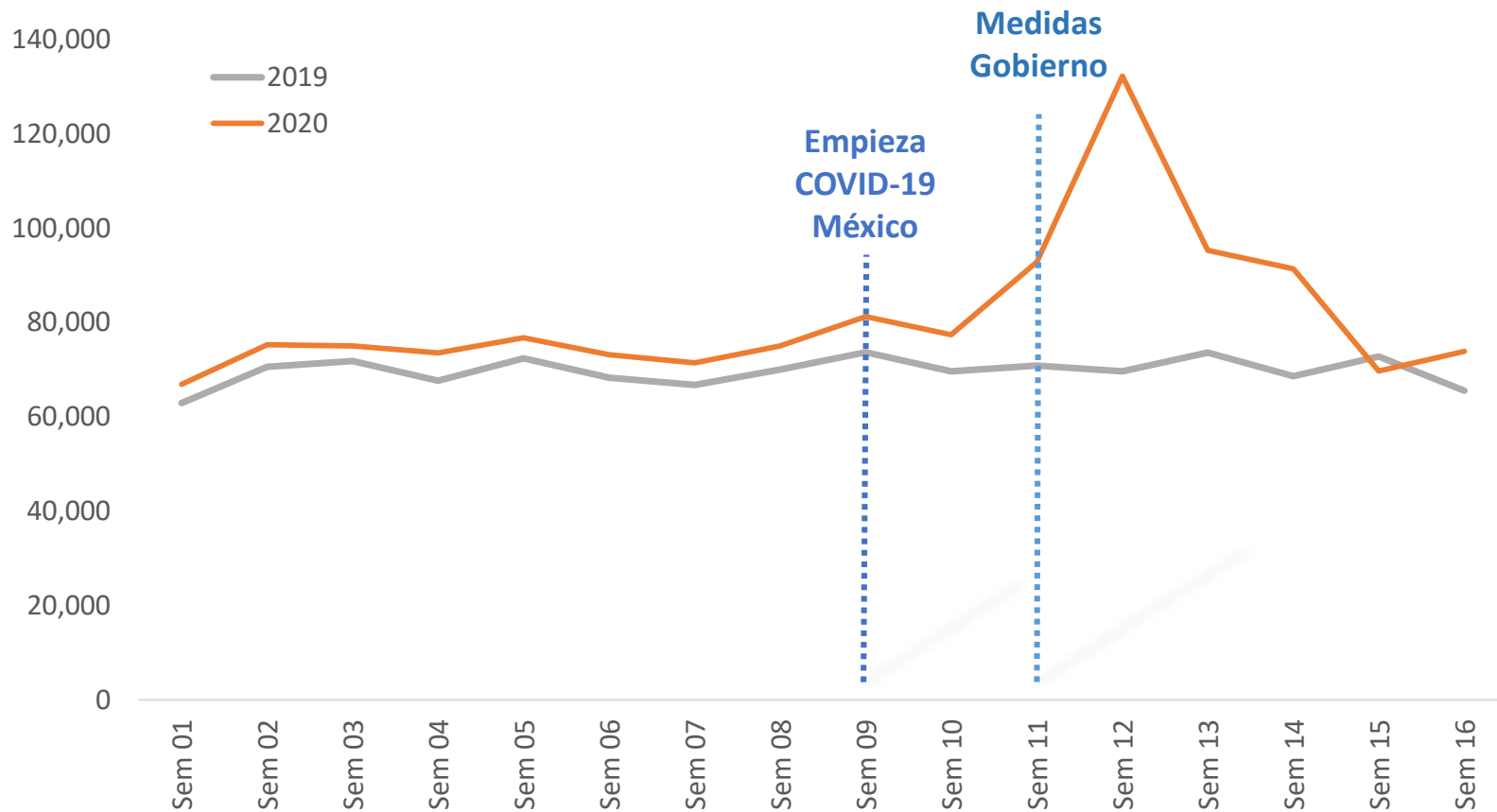




# CRÓNICOS DEGENERATIVOS - ENDOCRINO



Unidades (000)



La clase ha aumentado en **26.5%** desde la entrada de la contingencia

Esta clase muestra un pico atípico en las últimas semanas, cuando esta clase terapéutica no muestra picos de estacionalidad

Sin tener ninguna relación con la pandemia actual, las clases Crónico Degenerativas se han visto afectadas desde las medidas de control y mitigación

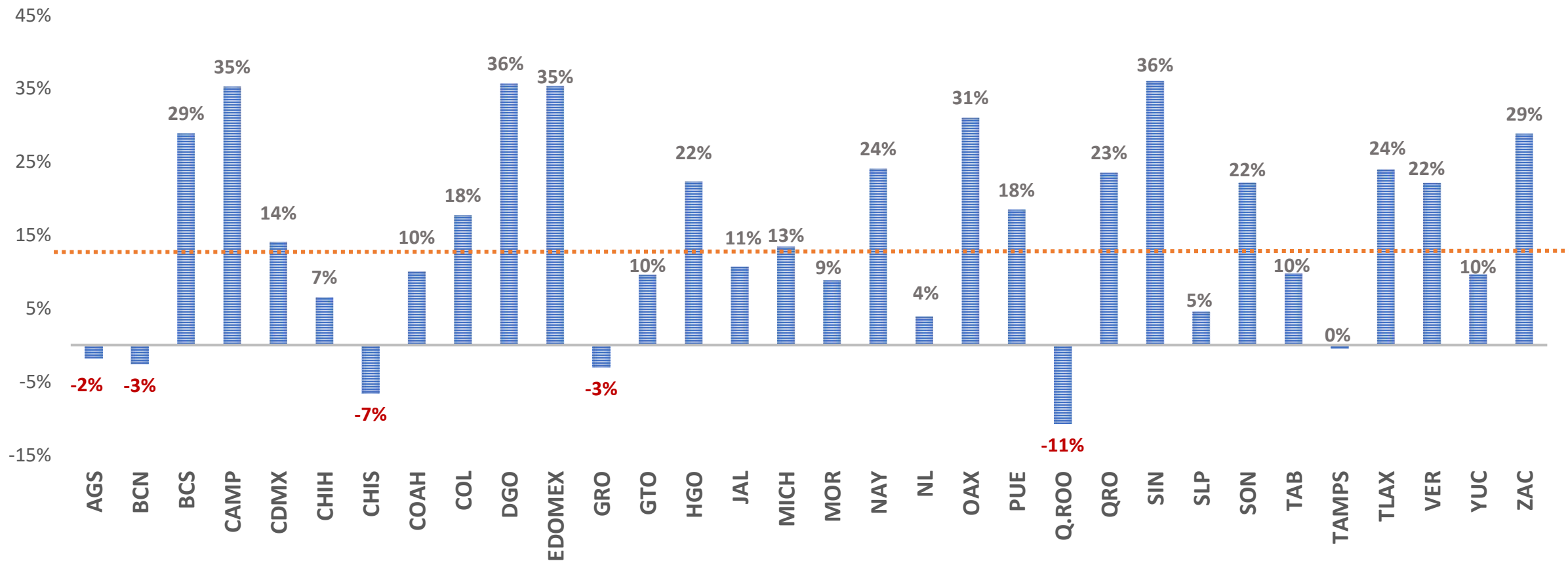


# ENDOCRINO por Estado

% Crec. Sem 16 vs. 2019

% Crec. Nacional **12.8%**

 Unidades (000)

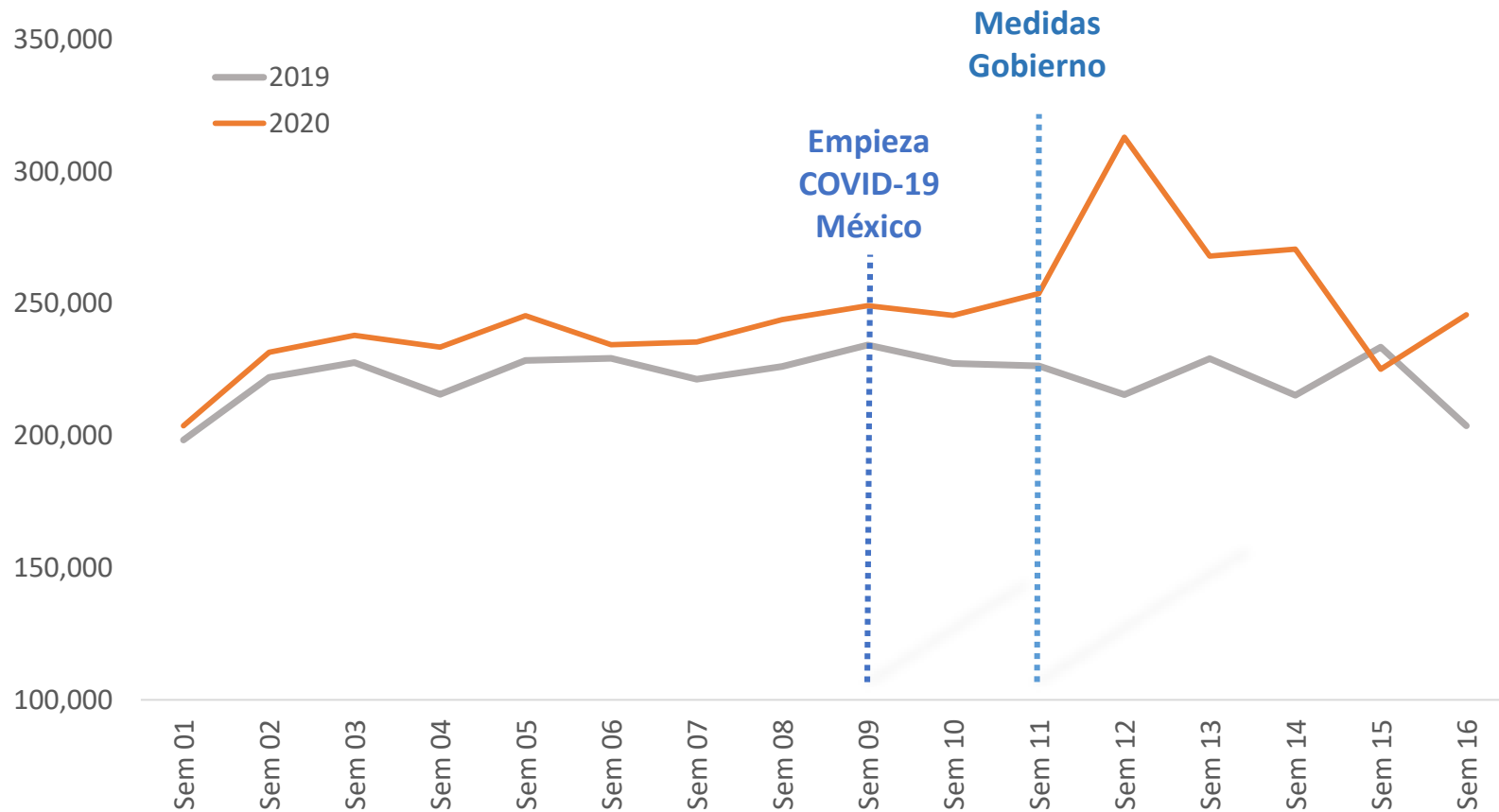




# CRÓNICOS DEGENERATIVOS – EPILEPSIA Y DOLOR NEUROPÁTICO



Unidades (000)



La clase ha aumentado en **16.0%** desde la entrada de la contingencia

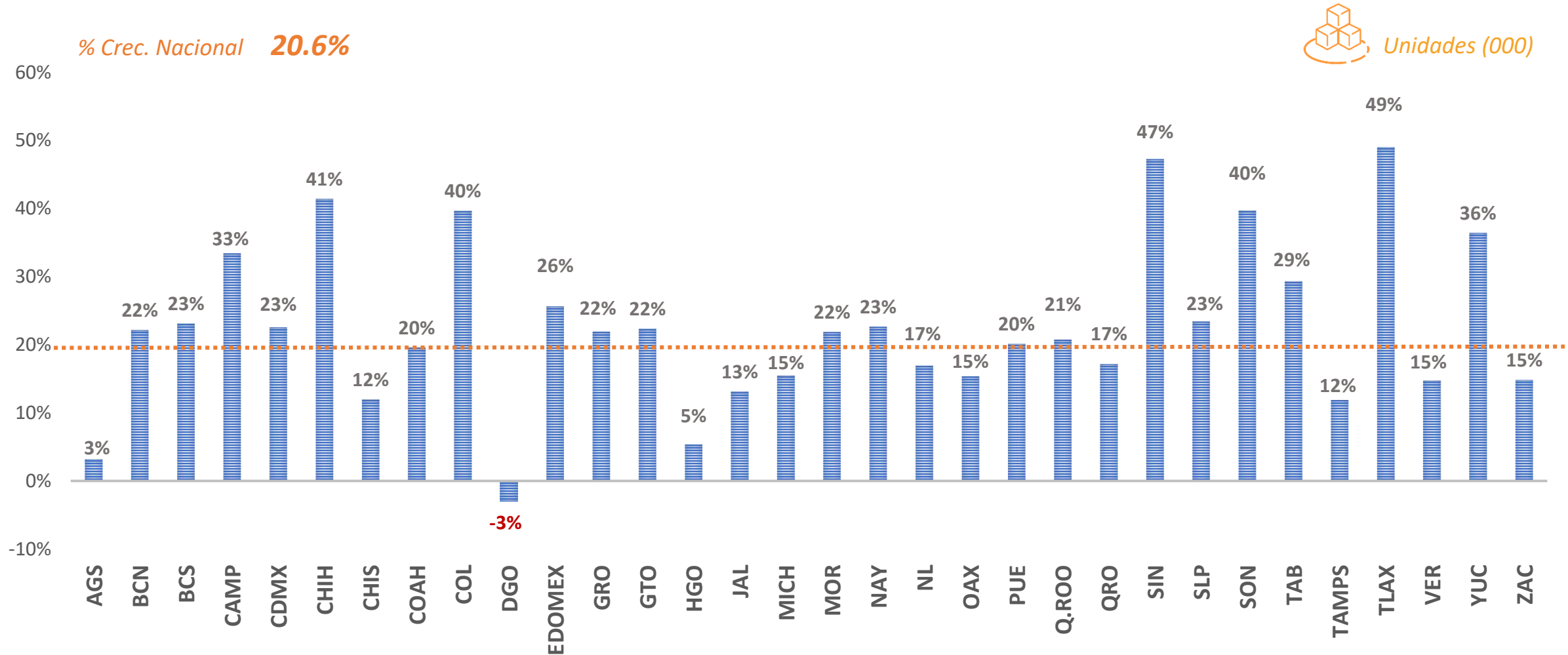
Esta clase muestra un pico atípico en las últimas semanas, cuando esta clase terapéutica no muestra picos de estacionalidad

Observamos que el segmento de crónicos degenerativos tendrá picos atípicos durante la pandemia **COVID-19** debido también a la recurrencia de compra de este tipo de productos.



# EPILEPSIA Y DOLOR NEUROPÁTICO por Estado

% Crec. Sem 16 vs. 2019

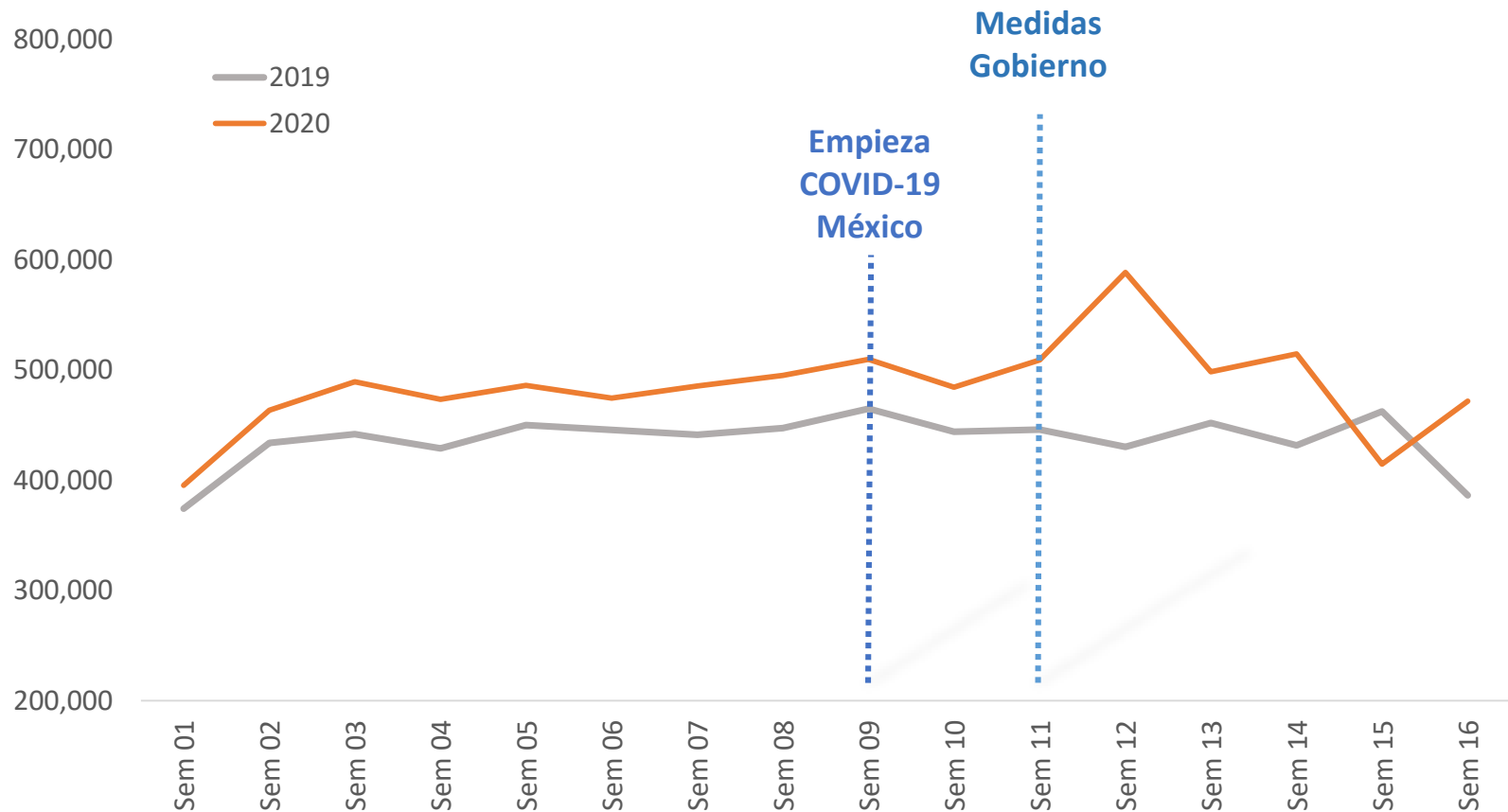




# CRÓNICOS DEGENERATIVOS – SISTEMA NERVIOSO CENTRAL



Unidades (000)



La clase ha aumentado en **13.5%** desde la entrada de la contingencia

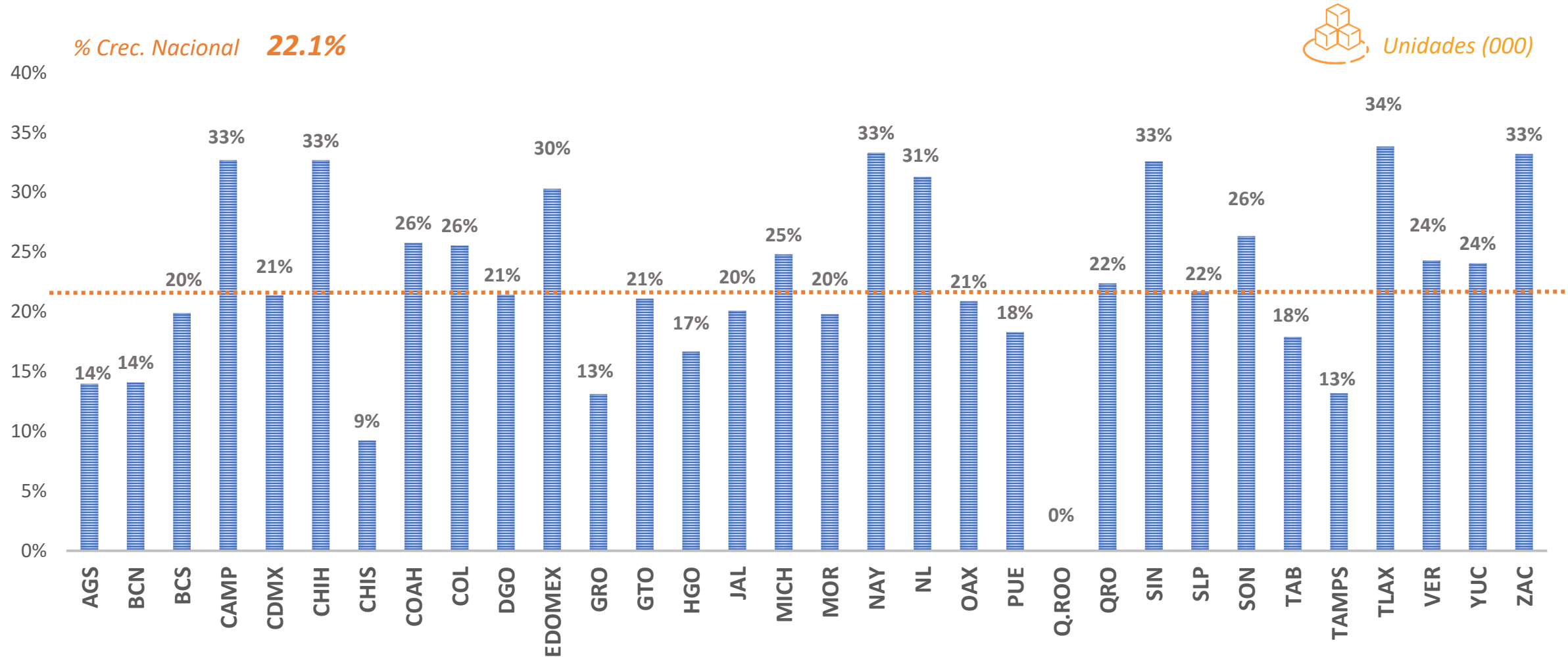
Aunque su crecimiento no se ve muy grande, este segmento aportó el **17.1%** del crecimiento del mes para el mercado total.

Este segmento tendrá especial relevancia si el llamado “Quédate en Casa” se extiende. Empezaremos a notar más personas tomando medicamentos para la ansiedad y la depresión.



# SISTEMA NERVIOSO CENTRAL por Estado

% Crec. Sem 16 vs. 2019

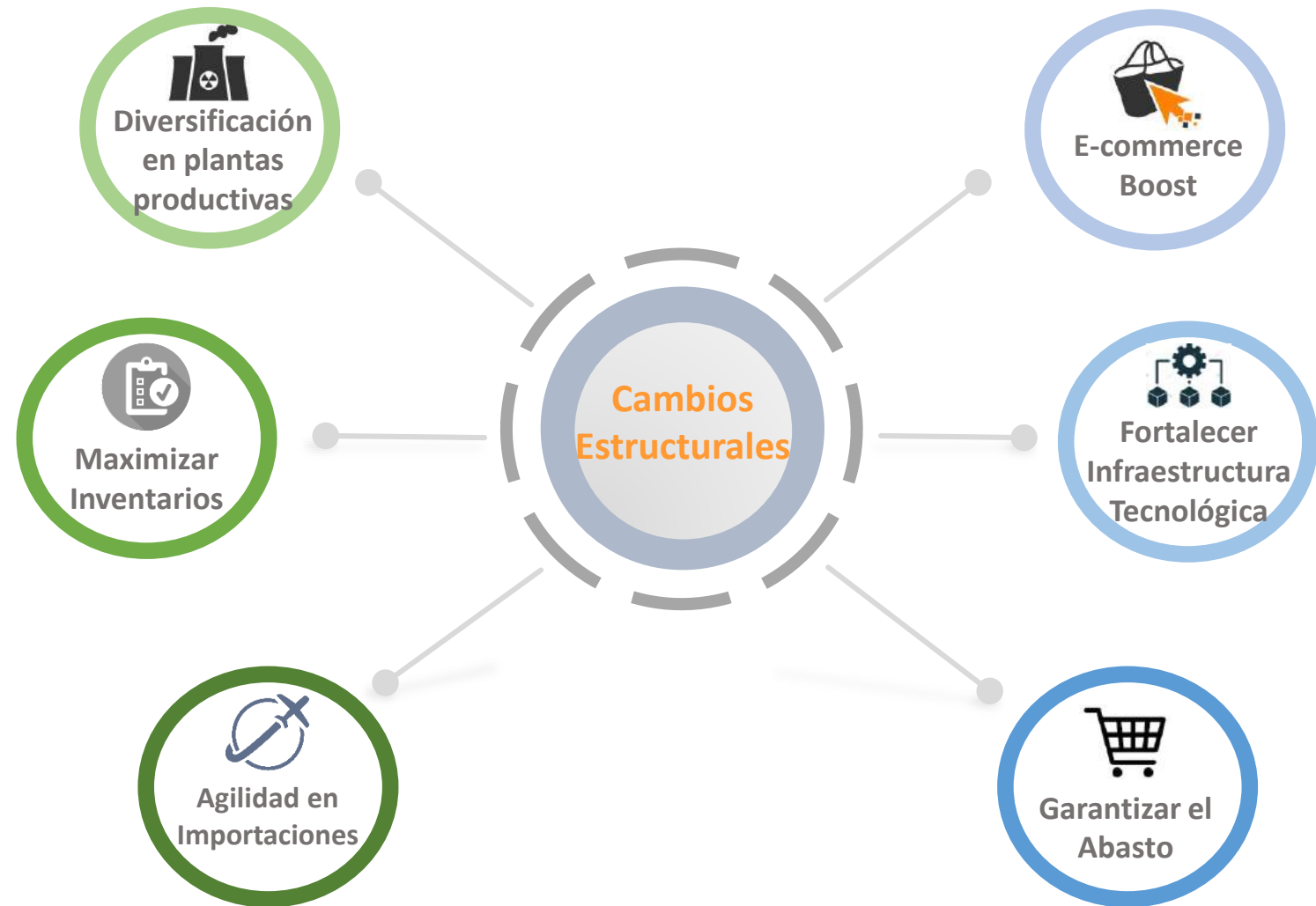




# Principales retos de la Industria Farmacéutica ante el COVID-19

La Industria debe tener una rápida capacidad de respuesta durante y después de la Pandemia.

*Los modelos estructurales anteriores se verán obsoletos ante las necesidades de los pacientes.*





# Evolución Canastos Consumo del

13 al 19 Abril 2020





# EF Meet Point Virtual



Estamos ante la peor recesión económica de la historia contemporánea. La referencia más cercana es la crisis de 1929-32.



En México, la economía podría retroceder en más de 10 por ciento este año. Esa caída tan pronunciada refleja la inacción fiscal del gobierno federal.

El impacto de esta crisis va a ser muy diferenciado. Para algunos será un desastre. En contraste habrá sectores en los que se vivirán momentos extraordinarios. El efecto va a ser muy diferenciado con el dominio de la tonalidad negativa o muy negativa.



La normalidad que conocimos ya no regresará. Cuando terminemos el confinamiento saldremos a otro mundo; trabajaremos en otro ambiente; nuestras empresas habrán cambiado. Las unidades productivas necesitan identificar los cambios presentes y futuros de su entorno. En el corto plazo requieren concentrarse en sobrevivir y resistir.



# ANTAD

La Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD) **ajustará sus proyecciones de ventas anuales** por el impacto del coronavirus (Covid-19)



En marzo comenzaron a registrarse las primeras **compras de pánico** por insumos básicos que contribuyeron al alza de **21.9** por ciento en ventas de los autoservicios.

La prioridad es **mantener abasto de productos** en los anaqueles, en especial aquellos de canasta básica. Las autoridades han **mitigado los robos**



Algunas acciones que realizan las cadenas que continúan operando son cuidar que **su aforo no supere el 50%** del permitido, realizar **rutinas de limpieza**, y hacer **pagos adelantados o en menor tiempo** a sus más de **100 mil** proveedores



# El comercio On-line

La crisis del coronavirus ha logrado impulsar a grados insospechados el comercio electrónico en México y el mundo



Entre los supermercados online en México más recurridos por los consumidores, la gran mayoría han tenido que **informar sobre las demoras en sus entregas** e incluso **limitar la venta de algunos artículos a solo cierto número por consumidor**.

Amazon suspendió un millón de artículos cuyos vendedores fueron acusados de estar **aumentando los precios de forma injustificada** para aprovecharse de la actual emergencia de salud

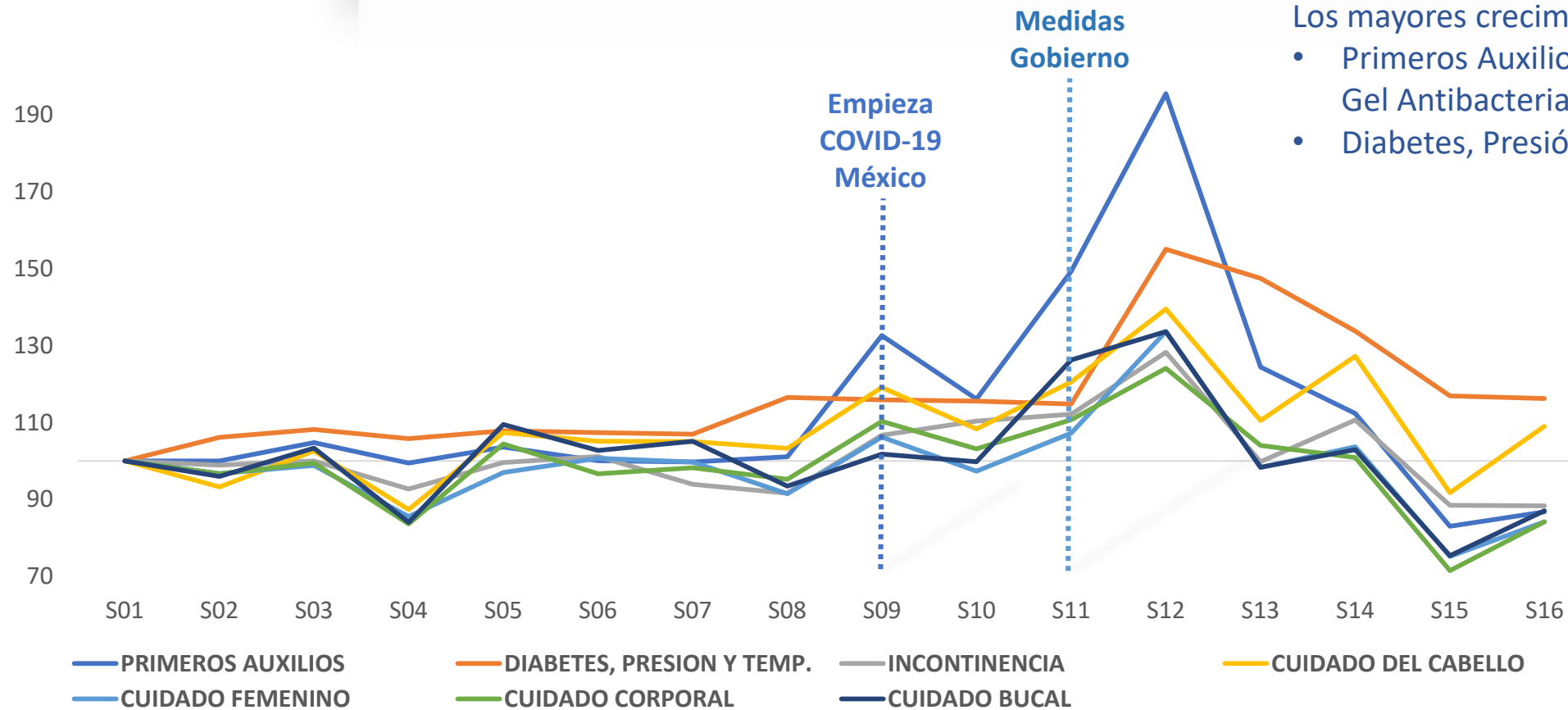




# Consumo Unidades Base 100 Sem01 2020

Semanas 1-16

Con la entrada de Covid-19 a México, las ventas de las familias de Consumo tienen un desempeño similar al mercado farmacéutico

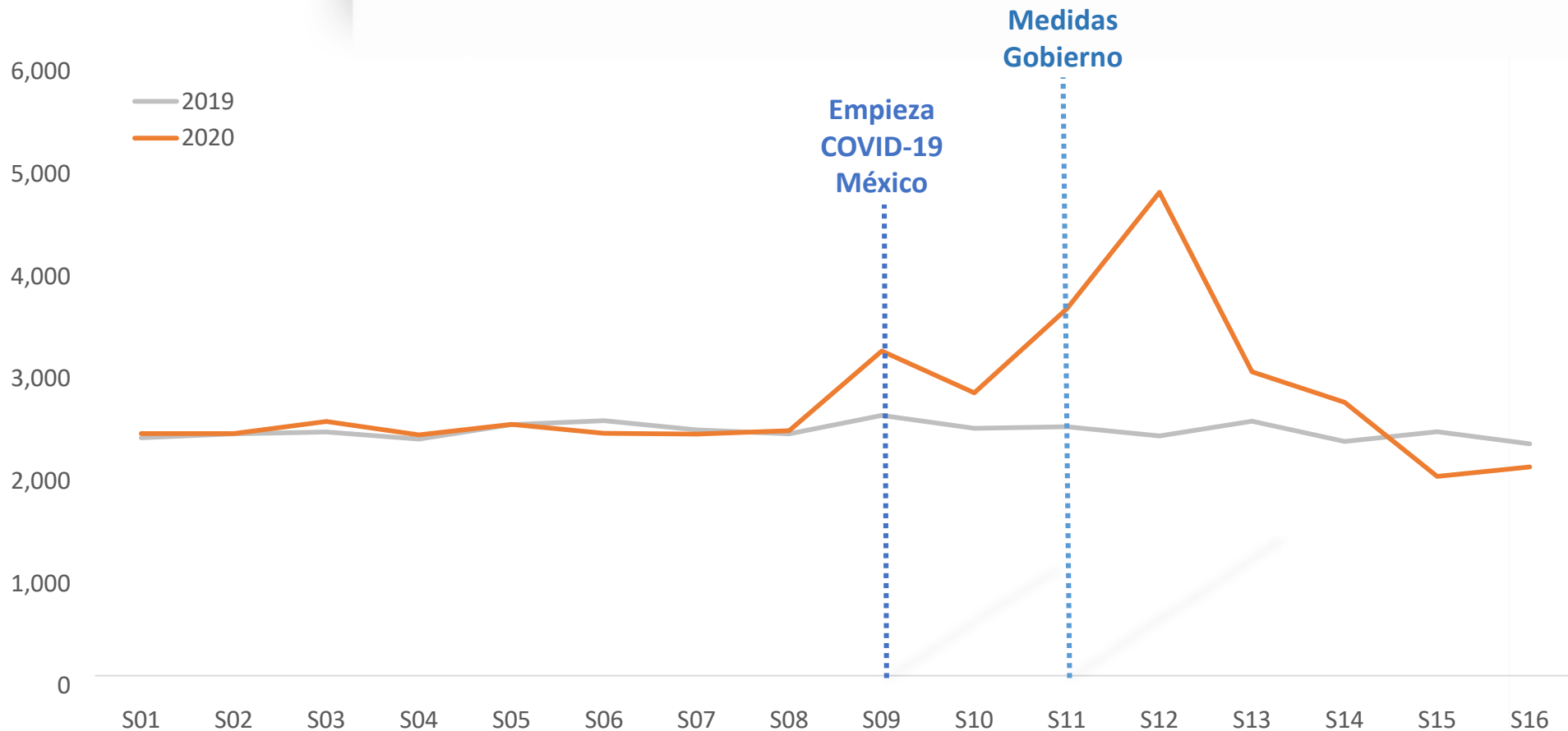




# Primeros Auxilios Unidades (000)

Semanas 1 -16

El canasto de Primeros Auxilios presenta un crecimiento de **12.0%** en unidades vs. YTD19



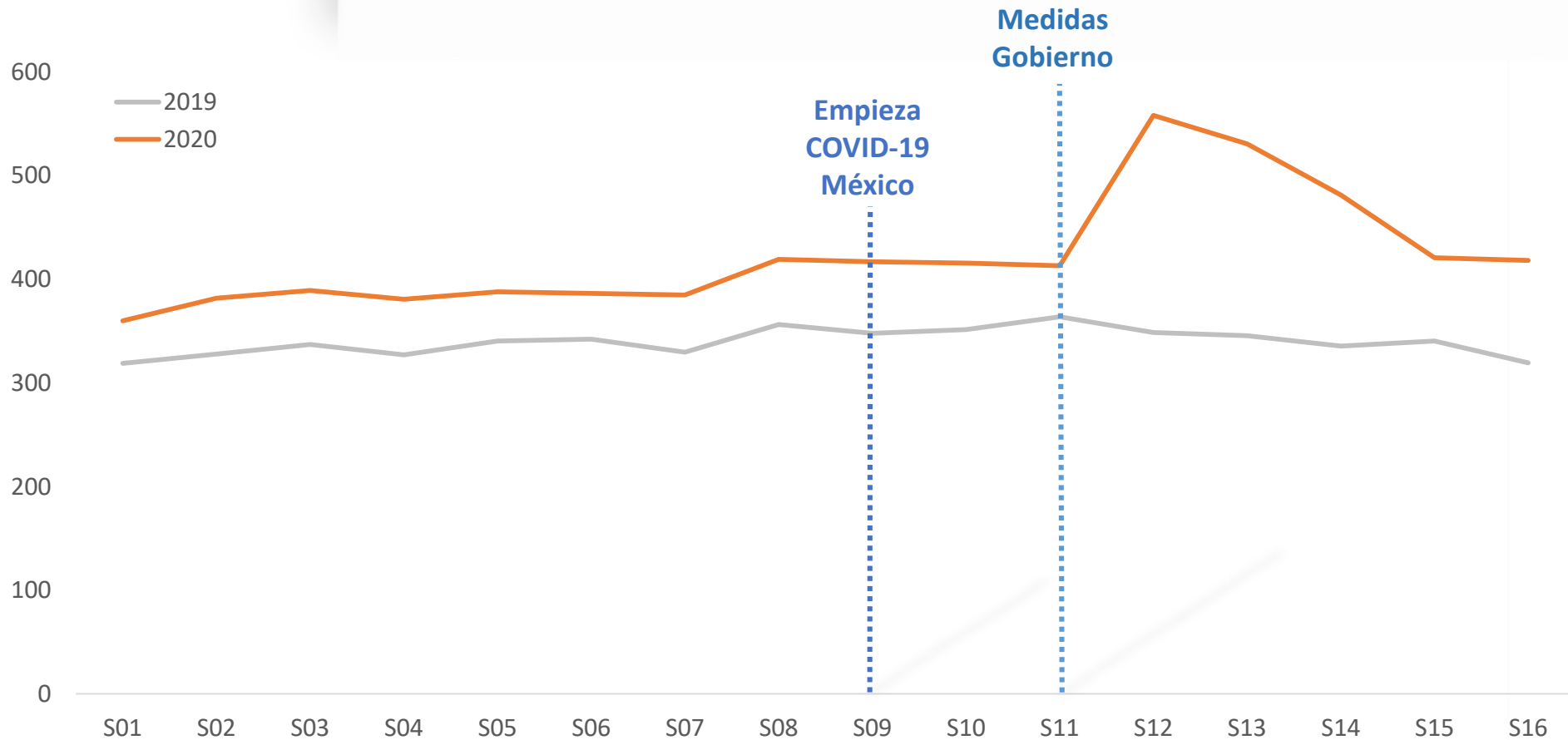
En la semana **12** presenta un crecimiento de **97.5%** y en la semana **16** presenta una caída de **-9.5%** vs. misma semana año anterior



# Diabetes, Presión y Temp. Unidades (000)

Semanas 1 -16

El canasto de Diabetes y Presión presenta un crecimiento de **24.2%** en unidades vs. YTD19



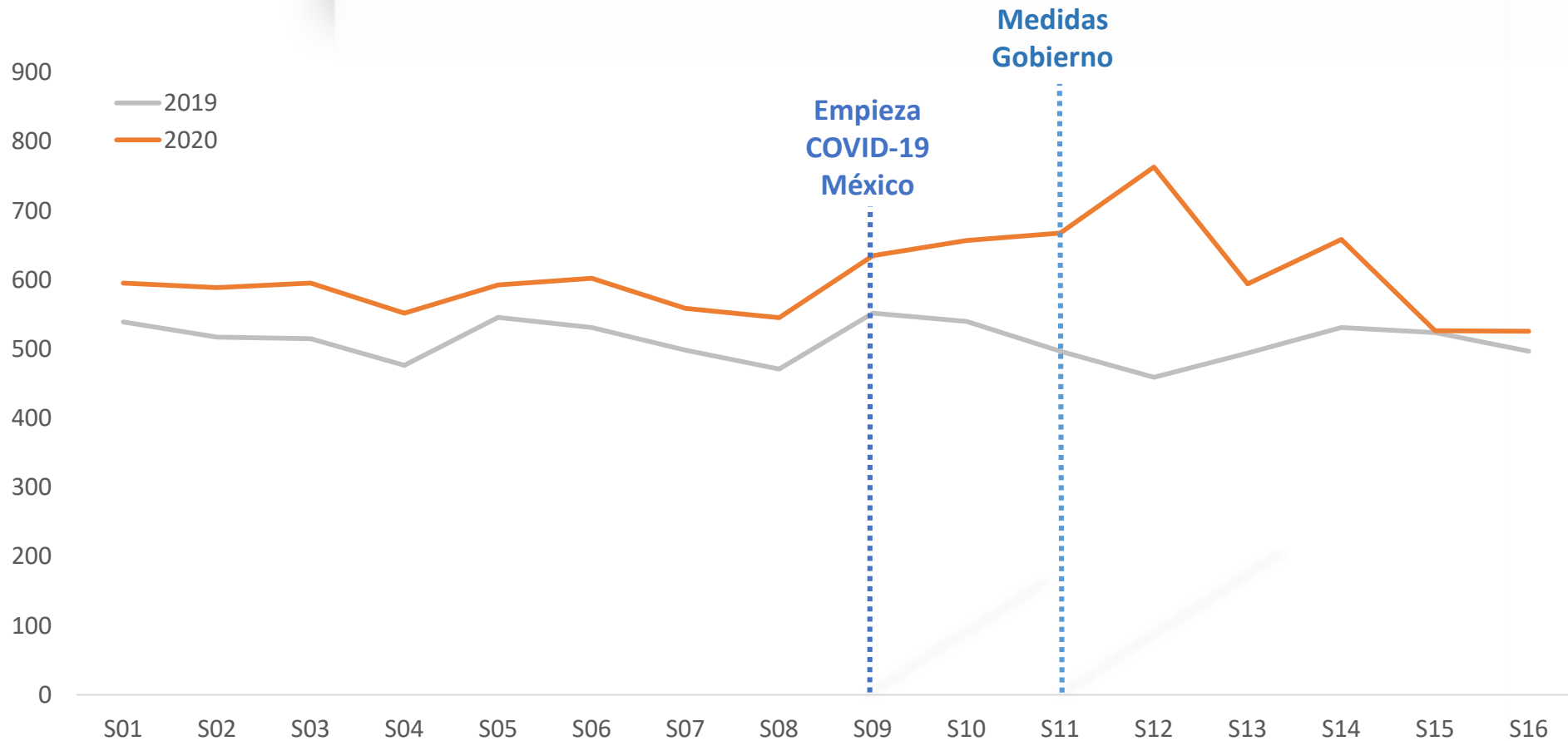
En la semana **12** presenta un crecimiento de **60.1%** y en la semana **16** presenta un crecimiento de **30.9%** vs. misma semana año anterior



# Incontinencia Unidades (000)

Semanas 1 -16

Incontinencia presenta un crecimiento de **18.0%** en unidades vs. YTD19



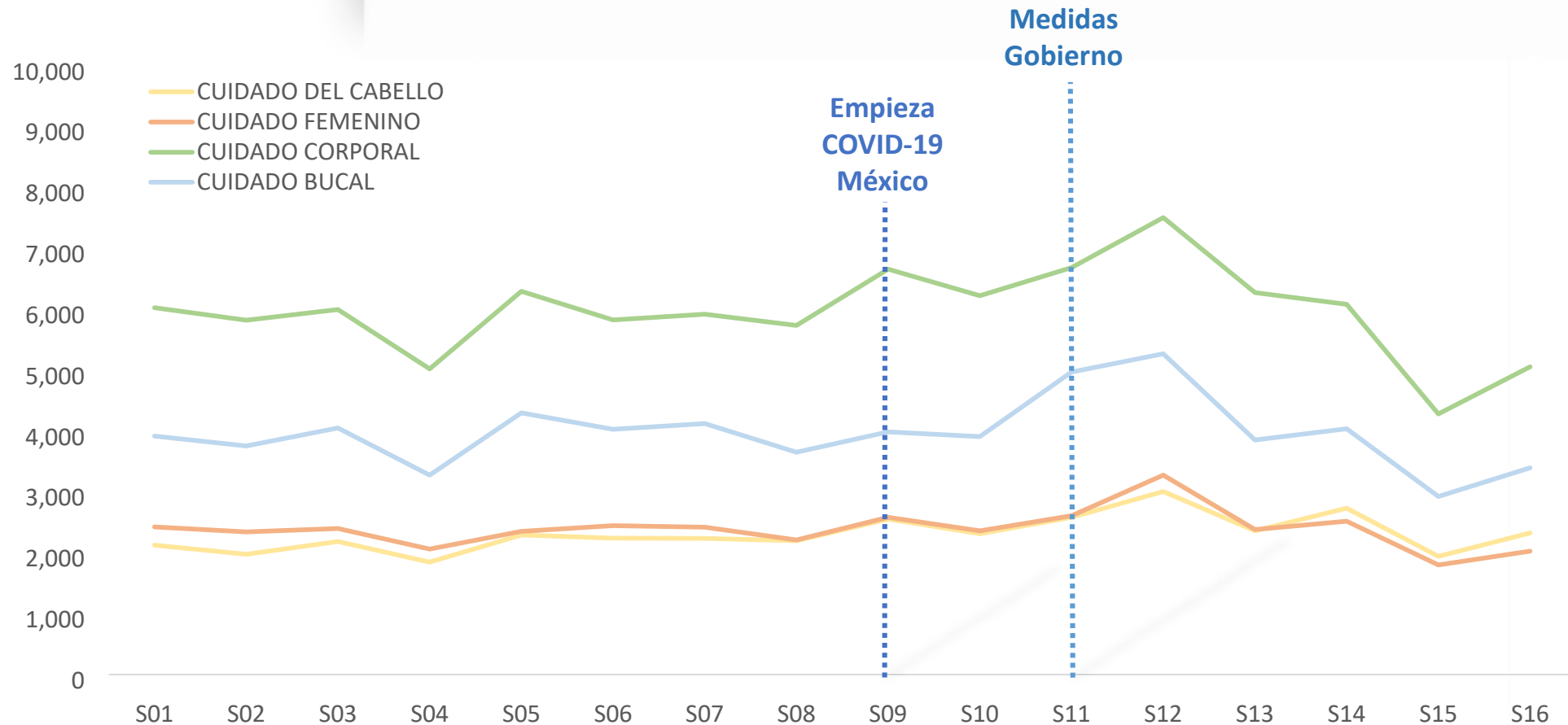
En la semana **12** presenta un crecimiento de **66.3%** y en la semana **16** presenta un crecimiento de **5.9%** vs. misma semana año anterior



# Cuidado Personal Unidades (000)

Semanas 1 -16

Las familias de Cuidado Personal presentan un desempeño similar con crecimientos importantes en semana 12



A partir de semana 12 los canastos presentan una tendencia a la baja (los consumidores siguen con inventario), aunque se recupera en semana 16





# Consumo Semanas 01-08 vs. Semanas 09-16

Gel Antibacterial y Alcohol  
Son los productos con los mayores incrementales en ventas.  
88 presentaciones nuevas de Gel AntiBac de Feb a Mar 2020



Todos aquellos productos de despensa son los principales ganadores



Entretenimiento e Indulgencia son categorías que hoy juegan un papel importante en nuestras vidas



Quédate en casa



24 horas en casa significa mayor consumo de productos de despensa



Grupo Knobloch

#QuédateEnCasaYa

