

El mercado de productos de autocuidado de la salud creció un 2,1% en 2010

- Las categorías de control del peso, aparato urinario y reproductor y control de hábitos han liderado el crecimiento del mercado del autocuidado
- El mercado de medicamentos sin receta no financiados aumentó un 1,1% su facturación, pero descendió un 3,9 % en unidades

Madrid, 23 de marzo de 2011.- El mercado de productos de autocuidado de la salud o *consumer health* aumentó sus ventas en España un 2,1% en 2010, según los datos presentados hoy en rueda de prensa por la consultora IMS y la Asociación para el Autocuidado de la Salud (anefp). Este mercado, que engloba a medicamentos sin receta no financiados, productos de consumo y de parafarmacia (cuidado personal, cuidado del paciente y nutrición), facturó 3.767 millones de euros en 2010, frente a los 3.689 millones de 2009. Incluyendo los fármacos semiéticos, que se pueden adquirir sin receta en farmacia, pero que en muchos casos son reembolsados, el sector de autocuidado incrementó su facturación en 2010 un 1,9%, hasta los 5.030 millones de euros.

En cuanto a las unidades vendidas, el mercado de *consumer health* experimentó un descenso del 1,5% hasta los 476 millones de unidades, frente a los 483 millones de unidades vendidas en 2009.

Las principales categorías que han liderado el crecimiento del sector del autocuidado de la salud han sido las de control de peso, aparato urinario y reproductor y control de hábitos, debido, principalmente, a la repercusión de lanzamientos de éxito como Alli, a la incorporación de la píldora del día siguiente al mercado OTC, al anuncio de la entrada en vigor de la Ley Antitabaco, y al hecho de que ninguno de estos grupos disponen de alternativa financiada.

Por el contrario, otros grupos terapéuticos, como los analgésicos y aparato respiratorio, según ha explicado Pedro Álvarez de la Gala, principal de Consumer Health de IMS, se han visto *“muy afectados en los últimos tres años, principalmente,*

Para más información:

Nuria Sastre (Comunicación anefp) / prensa@anefp.org / 91 435 35 69 Ext. 6

Haydée Aranda (Comunicación IMS) / haranda@es.imshealth.com / 91 557 85 00

Rubén Marcos (Europa Press Comunicación) / rubenmarcos@europapress.es / 91 359 26 00 / 600 90 54 74

por la crisis económica, que ha derivado su consumo hacia las alternativas financiadas”.

El mayor peso dentro del mercado de autocuidado de la salud sigue correspondiendo al sector OTC –que incluye a los medicamentos no sujetos a prescripción médica y no financiados (hasta ahora denominados medicamentos publicitarios) y productos de consumo de similar posicionamiento–, con una facturación de 1.675 millones de euros, lo que representa un crecimiento del 2,8% respecto a 2009. Dentro de este segmento, las ventas de medicamentos sin receta no financiados alcanzaron los 700 millones de euros, con un crecimiento del 1,1% en comparación con 2009.

Para Rafael García Gutiérrez, director de anefp, las cifras de ventas de medicamentos sin receta no financiados muestran que existe un estancamiento en el sector, como indica el hecho de que las ventas de unidades se redujeran en 2010 un 3,9%. García Gutiérrez achacó este estancamiento *“a que en muchos casos existen los mismos principios activos, para las mismas indicaciones, financiados por el Sistema Nacional de Salud”*. Esta situación es para el director de anefp un importante obstáculo para la sostenibilidad de la sanidad pública española, por lo que reclamó una revisión del sistema de financiación para las presentaciones de medicamentos que tienen las mismas indicaciones en síntomas menores, lo que liberará recursos económicos y sociales. *“No se trata de gastar menos, sino de gastar mejor y donde realmente haga falta”*, añadió García Gutiérrez.

Auge de las compañías de nutrición

Los datos presentados por IMS Health indican que, dentro del mercado de autocuidado, las compañías que más crecieron en 2010 fueron aquellas relacionadas con los segmentos de nutrición infantil, enteral y dieta. Así, compañías como Nestlé – con un 10,5%- y Danone –con un 10,1%- fueron las que más aumentaron sus ventas. No obstante, la compañía con mayores ventas dentro del mercado de *consumer health* fue Johnson & Johnson, con una facturación de 274 millones de euros, seguida por Bayer, con 165 millones de euros en ventas de productos de autocuidado de la salud.

En cuanto al mercado de medicamentos sin receta no financiados, las compañías con mayor facturación fueron Johnson & Johnson (104 millones de euros), Bayer (73 millones de euros) y GSK (54 millones de euros). Por segundo año consecutivo el mayor crecimiento correspondió a GSK gracias a las ventas de su fármaco contra la obesidad *Alli*, que aumentaron un 33% en 2010.

Para más información:

Nuria Sastre (Comunicación anefp) / prensa@anefp.org / 91 435 35 69 Ext. 6

Haydée Aranda (Comunicación IMS) / haranda@es.imshealth.com / 91 557 85 00

Rubén Marcos (Europa Press Comunicación) / rubenmarcos@europapress.es / 91 359 26 00 / 600 90 54 74



“Las compañías que antes se centraban casi exclusivamente en la fabricación de medicamentos están empezando a diversificar su oferta y a lanzar productos dentro de categorías como los complementos alimenticios, las vitaminas y los nutracéuticos”, observó el director general de anefp. En su opinión, este movimiento obedece a que los requisitos para la publicidad de estas categorías de productos son menos estrictos que los exigidos a la comunicación de medicamentos no sujetos a prescripción médica.

En este sentido, García Gutiérrez solicitó a las autoridades sanitarias españolas que adopten criterios de publicidad más abiertos, flexibles y acordes con las demandas de la sociedad del siglo XXI y la puesta en marcha de campañas para informar y formar a los ciudadanos sobre el autocuidado de la salud, de la misma forma que se ha hecho con otros medicamentos como los genéricos.

La **Asociación para el Autocuidado de la Salud** (anefp), trabaja para mejorar la salud y la calidad de vida de los ciudadanos y para promover el autocuidado responsable de la salud como instrumento idóneo para hacer frente a los problemas de salud leves y transitorios. Esta asociación, creada en 1978, agrupa a las compañías farmacéuticas que fabrican y comercializan medicamentos sin receta, así como un gran número de empresas del sector de la fitoterapia, la homeopatía, la cosmética y los complementos de la dieta.

Para más información:

Nuria Sastre (Comunicación anefp) / prensa@anefp.org / 91 435 35 69 Ext. 6

Haydée Aranda (Comunicación IMS) / haranda@es.imshealth.com / 91 557 85 00

Rubén Marcos (Europa Press Comunicación) / rubenmarcos@europapress.es / 91 359 26 00 / 600 90 54 74