

## Las ventas de medicamentos publicitarios disminuyeron un 1,1% en 2008

- El mercado de productos de parafarmacia creció un 3,2% respecto a 2007
- **anefp reclama al Ministerio de Sanidad su apoyo para situar al sector del autocuidado en los mismos niveles que ocupan los países del entorno europeo**

**Madrid, 11 de febrero de 2009.-** Las ventas de medicamentos publicitarios se redujeron un 1,1% en valor económico en 2008, situándose en 666 millones de euros. Esta cifra representa el 3,6% del mercado farmacéutico total español, que creció en 2008 un 5,5% en valor económico respecto a 2007 y alcanzó los 20.000 millones de euros. La caída de las ventas de medicamentos publicitarios fue aún más pronunciada en unidades dispensadas. En 2008 se vendieron 132,57 millones de unidades, frente a los 127,8 millones de unidades de 2007, lo que supone un 5% menos.

Según el director general de la Asociación para el Autocuidado de la Salud (anefp), Rafael García Gutiérrez, estas cifras corroboran el dato que la pasada semana ofreció la subsecretaria de Sanidad y Consumo, Consuelo Sánchez Naranjo, de un gasto medio anual per capita en medicamentos publicitarios de 13,5 euros en España, cifra muy por debajo de la media europea, que sitúa a nuestro país a la cola de Europa en cuanto a autocuidado de la salud, mientras que el gasto farmacéutico en fármacos financiados sigue creciendo.

Para paliar esta situación, García Gutiérrez considera prioritario que el Ministerio de Sanidad ponga en marcha campañas de educación sanitaria en las que se conciencie a los ciudadanos de la necesidad de tratar las dolencias leves con los medicamentos sin receta especialmente diseñados para este fin, para así poder liberar recursos sanitarios y dedicarlos al tratamiento de los verdaderos enfermos y a la cobertura de nuevas patologías. "Tenemos que erradicar la creencia de que los medicamentos financiados son gratis, porque no lo son, y no podemos permitirnos su utilización para sintomatologías menores, porque estamos dilapidando recursos sanitarios que podrían dedicarse a enfermedades más graves. No olvidemos que los recursos del sistema nacional de salud son limitados y si los utilizamos para pequeñas dolencias, luego no los tendremos disponibles para otros tratamiento más graves, intervenciones quirúrgicas, etc."

García Gutiérrez también insiste en la importancia de situar el mercado del autocuidado de la salud español al mismo nivel que el del resto de países de Europa, "ampliando indicaciones terapéuticas, autorizando marcas de gamas de productos, e implicando a todos los sectores que tienen algo que decir en el tratamiento de las dolencias menores,



administración sanitaria, médicos, farmacéuticos, industria, consumidores y medios de comunicación”.

Casi todas las categorías de medicamentos publicitarios experimentaron descensos en sus ventas, si bien los casos más significativos fueron los de productos para el cuidado del aparato urinario y reproductor (-11%), los medicamentos antináuseas (-4,8%), los tónicos y estimulantes (-2,4%) y los productos para el tratamiento de la piel (-2,1%). Las únicas categorías de productos que aumentaron sus ventas fueron los de relajación del sueño y equilibrio emocional (+9,1%) y los destinados a trastornos del aparato digestivo (+3,6%).

Respecto al peso de las diferentes categorías dentro del mercado de medicamentos publicitarios, los fármacos destinados al tratamiento de trastornos del aparato respiratorio, los analgésicos y los medicamentos para el aparato digestivo son los que cuentan con más cuota de mercado, con el 34,6%, 14,3% y 14,2%, respectivamente.

### **Mercado de parafarmacia**

Los productos de parafarmacia aumentaron sus ventas en 2008 un 3,2% respecto a 2007. La categoría que más creció el año pasado fue la de productos de nutrición, con un aumento de las ventas en valor económico del 7,2%. Los productos para el cuidado personal incrementaron sus ventas un 3,6%, y los destinados al cuidado del paciente, un 0,5%.

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](mailto:prensa@anefp.org)  
91 435 35 69 (Ext. 6)

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

**ENLACE AL ANEXO DE DATOS**