

White Paper

# eCHonomics: Sensibilidad al precio y resiliencia económica en Consumer Health en España

RAFAEL DE MARCO, Engagement Manager, Consulting Services IQVIA Spain



# Tabla de contenidos

<b>Introducción</b>	<b>1</b>
<b>Datos y Enfoque Metodológico</b>	<b>4</b>
<b>Resultados por Categoría</b>	<b>5</b>
<b>Conclusión</b>	<b>10</b>
<b>Apéndice I. Segmentos incluidos en cada categoría</b>	<b>11</b>
<b>Apéndice II. Resultados econométricos por categoría</b>	<b>12</b>
<b>Fuentes</b>	<b>11</b>

# Introducción

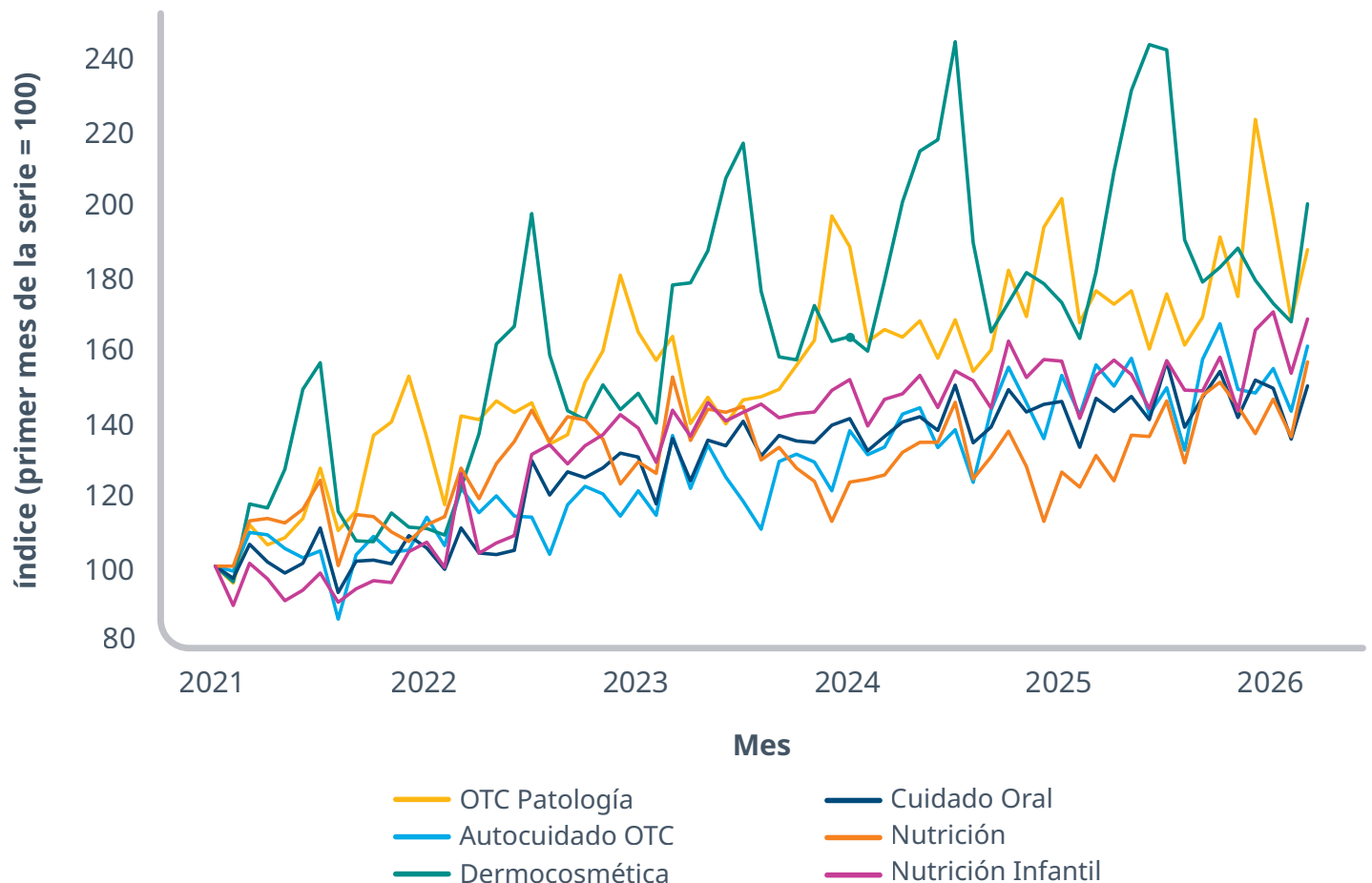
## El contexto económico español: recuperación, inflación y normalización

Entre 2021 y 2026, el mercado español de **Consumer Health** operó en un **entorno de alta volatilidad**, marcado por la salida de la pandemia, la presión inflacionaria y una posterior fase de normalización. En ese periodo, las ventas mensuales del mercado oscilaron entre **€443 millones y €628 millones**. Sin embargo, la lectura más útil para negocio no está en el agregado, sino en cómo reaccionó cada categoría al precio, al entorno económico, a la disponibilidad de *stock* y a la propia inercia de la demanda.

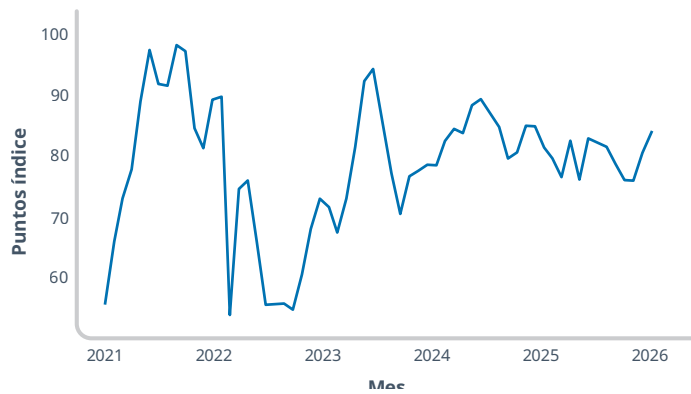
La implicación para dirección es clara: **no existe una única elasticidad válida para todo el mercado**. OTC Patología actúa como categoría defensiva; Autocuidado OTC combina potencial de crecimiento con una elevada exposición al ciclo; Dermocosmético destaca por su resiliencia; y Cuidado Oral es, con diferencia, la categoría más exigente en términos de pricing.

Sobre esa base, este documento responde a **cuatro preguntas de negocio**: dónde existe más margen real de precio, qué categorías son más vulnerables al contexto macroeconómico, durante cuánto tiempo persisten los efectos de una decisión comercial y en qué categorías una mayor disponibilidad de *stock* puede convertirse en más ventas.

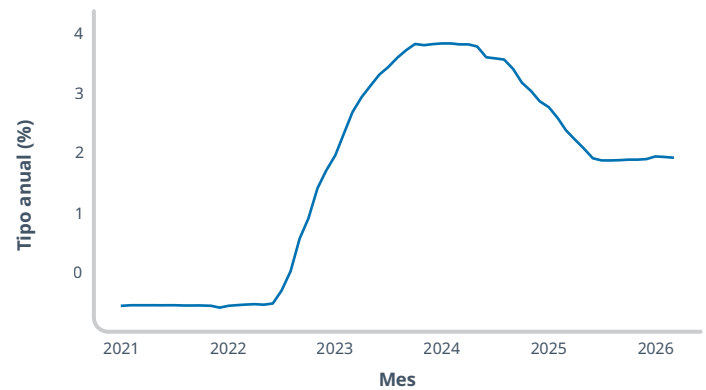
Evolución del sell-out nacional en gran consumo (salud) (euros publicados; primer mes de la serie = 100)



### Confianza del consumidor (indicador sintético CIS)



### Euribor a un mes



### Evolución del mercado de Consumer Health por categoría

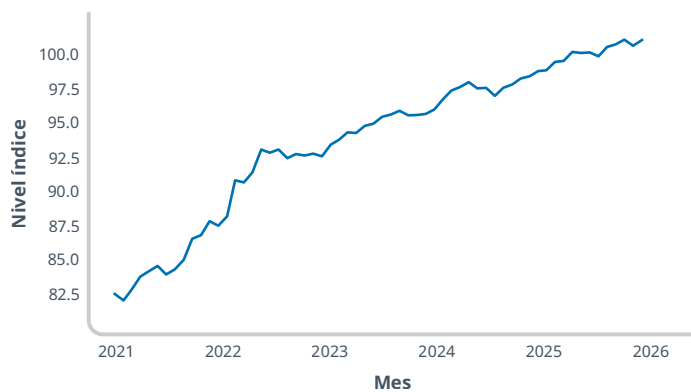
La evolución reciente del mercado deja cuatro perfiles estratégicos muy distintos:

- **OTC Patología:** categoría más estable y defensiva.
- **Autocuidado OTC:** fuerte crecimiento, pero también la más expuesta al deterioro del consumo.
- **Dermocosmético:** resiliente y con capacidad de sostener demanda incluso en entornos más exigentes.
- **Cuidado Oral:** la categoría con mayor sensibilidad al precio y, por tanto, la más exigente en diferenciación.

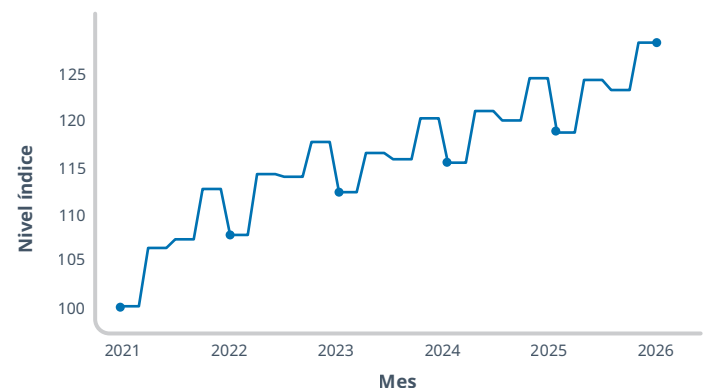
La comparación internacional apunta en la misma dirección, en línea con la evidencia revisada para mercados comparables y con la literatura sobre elasticidad-precio y resiliencia de la demanda en categorías de salud y consumo. En conjunto, esa evidencia sugiere que **las categorías más próximas a una necesidad sanitaria tienden a resistir mejor**, mientras que las más preventivas o discrecionales reaccionan con más intensidad al precio y al deterioro del consumo.

Más que ofrecer una lectura agregada del mercado, esta publicación busca servir como **guía práctica para decisiones de pricing, promoción, portfolio y forecasting** con una lógica realmente accionable por categoría.

### Índice de precios de consumo (IPC general)



### PIB real a precios encadenados (volumen)



## Pregunta de investigación y contribución

El valor del análisis reside en separar **tres dimensiones** que, en la práctica, suelen mezclarse: sensibilidad al precio, exposición macroeconómica e inercia de la demanda. Cuando estas tres piezas se leen de forma conjunta, el mercado deja de ser una fotografía descriptiva y pasa a convertirse en una **herramienta de decisión**.

La base empírica — 406.254 observaciones mensuales sobre 8.858 SKUs — permite comparar con solidez cómo se comportan OTC Patología, Autocuidado OTC, Dermocosmético y Cuidado Oral dentro de un mismo marco analítico y bajo un mismo contexto de mercado.

### RECUADRO METODOLÓGICO: ¿Por qué estos resultados son fiables?

**Tamaño y consistencia de la base:** el análisis cubre 8.858 SKUs y más de 400.000 observaciones mensuales. Además, los resultados se mantienen al comparar la muestra completa con una muestra balanceada, reduciendo el riesgo de que la rotación de productos distorsione la lectura estratégica.

**Fiabilidad de la lectura:** el análisis aísla cambios dentro de cada producto y controla la evolución del mercado a lo largo del tiempo. Además, incorpora validaciones para comprobar que los efectos observados no dependen de un período concreto ni de una composición específica de la muestra.

**Cautela interpretativa:** los resultados deben leerse como asociaciones robustas y útiles para decidir, no como pruebas causales definitivas. Además, se trata de resultados agregados a nivel de categoría, por lo que no pueden trasladarse mecánicamente a todos los productos. Factores como la inversión promocional, el posicionamiento médico, la fortaleza de marca, la innovación o el mix de canal pueden hacer variar de forma significativa las sensibilidades observadas a nivel individual.



# Datos y Enfoque Metodológico

## Cobertura de la muestra

El estudio cubre ventas mensuales en España entre enero de 2021 y marzo de 2026. La muestra incluye **8.858 SKUs** de OTC Patología, Autocuidado OTC, Dermocosmético y Cuidado Oral, con una cobertura suficientemente amplia para comparar patrones de demanda entre categorías de forma consistente.

El 71% de los productos aparece en todos los meses del período analizado, lo que refuerza la **estabilidad de los resultados** y facilita una lectura más fiable de las tendencias observadas.

## Variables clave

**Precio.** Se analiza el impacto del precio sobre las ventas en volumen y valor, con foco principal en volumen porque refleja mejor la reacción real de la demanda.

**Entorno macroeconómico.** Para resumir el contexto económico se utiliza un Índice de Presión Económica (EPI), que sintetiza señales como PIB, inflación, empleo y confianza del consumidor. El valor de esta aproximación es simple: convierte un entorno complejo en una señal clara y útil para negocio.

**Ventas.** El análisis distingue entre volumen y valor, pero prioriza el volumen porque es el mejor indicador de sensibilidad de demanda ante cambios de precio o presión económica.

**Stock de mercado.** Se incorpora como indicador de disponibilidad comercial para estimar hasta qué punto una mayor presencia física en el mercado se traduce en ventas adicionales. Esta variable permite complementar la lectura de precio y entorno económico con una dimensión operativa clave para negocio.

## Estrategia estadística

El enfoque combina una lectura estática y una lectura dinámica. La primera permite entender cómo se mueven las ventas cuando cambian el precio o el entorno económico en un mismo período. La segunda añade una dimensión especialmente relevante para dirección: cuánto arrastre conserva la demanda de un mes al siguiente.

En la práctica, esta distinción permite **diferenciar entre categorías** en las que el impacto de una decisión comercial se agota rápidamente y otras en las que el efecto se prolonga durante varios meses. Esa diferencia cambia de forma sustancial la manera de abordar el pricing, la promoción y el forecasting.

Para medir esa inercia se aplican técnicas de estimación adecuadas para bases de datos grandes y seguimiento mensual, con el objetivo de evitar sesgos y ofrecer una lectura más realista de la persistencia de la demanda.

### RECUADRO METODOLÓGICO: Dos tipos de hallazgos

Lectura estática: ayuda a entender la sensibilidad inmediata al precio y al entorno económico.

Lectura dinámica: muestra cuánto se prolonga en el tiempo el efecto de una acción comercial o de un shock de demanda.

Implicación práctica: una persistencia cercana al 80% implica que el impacto de promociones o cambios de precio no debería evaluarse solo en el mes de ejecución, sino en horizontes de tres a cuatro meses.

# Resultados por Categoría

Los resultados dibujan **cuatro perfiles de categoría claramente diferenciados**. La tabla siguiente resume las señales más útiles para una lectura ejecutiva del mercado.

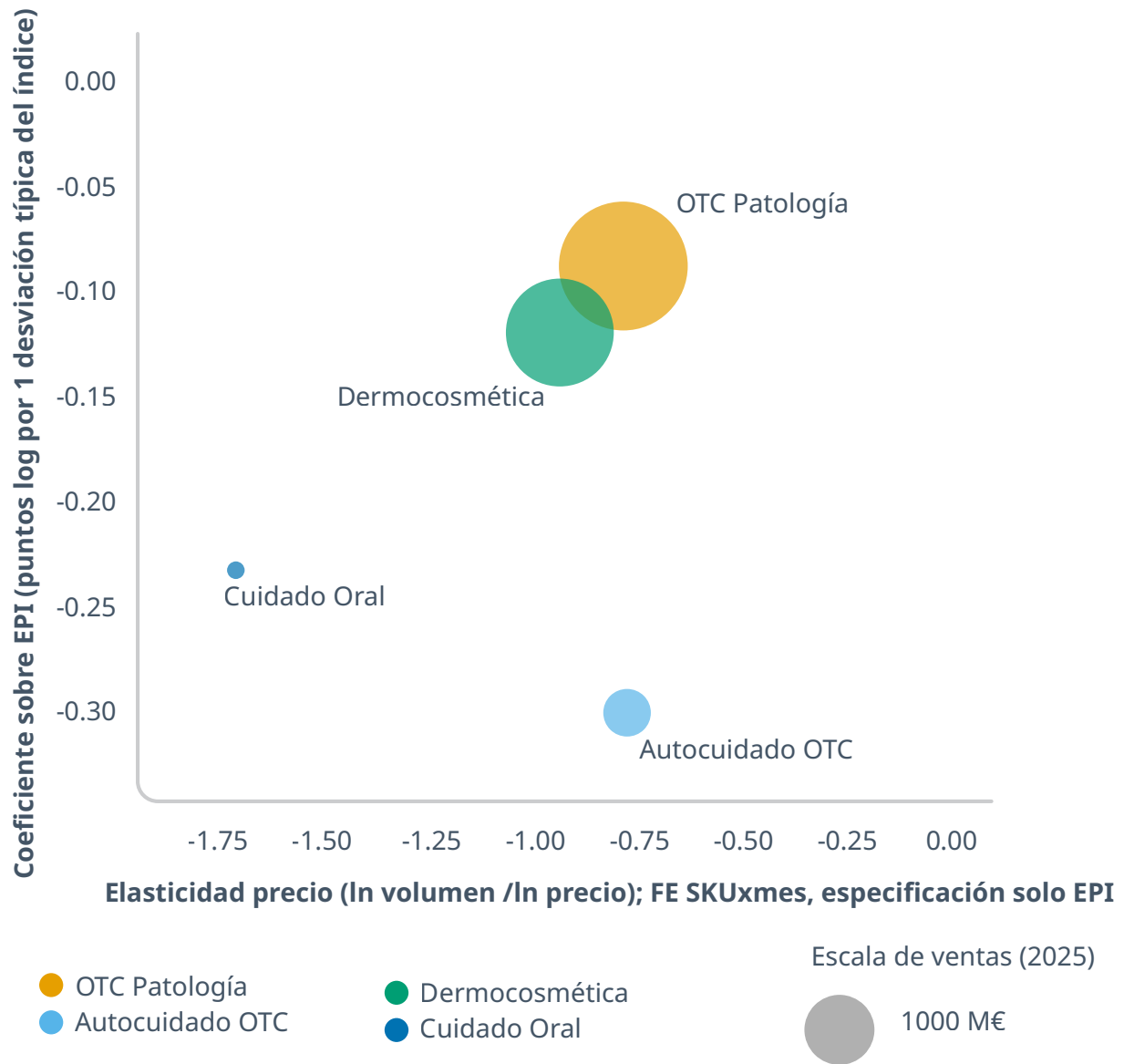
## Tasa de paro registrada



## Tabla resumen ejecutivo: Parámetros clave por categoría

Cómo leer esta tabla: la el a categorías ofrecen mayor m mayor disponibilidad puede	ELASTICIDAD- PRECIO (VOLUMEN)	SENSIBILIDAD A EPI (VOLUMEN)	PERSISTENCIA (P)	VIDA MEDIA (MESES)	IMPACTO DE +1.000 UNIDADES DE STOCK
<b>OTC PATOLOGÍA</b>	-0,80	-0,09	0,79	3,0	+0,67%
<b>AUTOCUIDADO OTC</b>	-0,81	-0,30	0,82	3,4	+3,8%
<b>DERMOCOSMÉTICO</b>	-0,97	-0,12	0,77	2,7	+3,5%
<b>CUIDADO ORAL</b>	-1,85	-0,23	0,81	3,2	+0,88%

**Sensibilidad al precio y al índice de presión económica (EPI) por macrocategoría efectos fijos bidimensionales; área proporcional a ventas publicadas)**



El área es proporcional al sell-out publicado en 2025 (EUR) por categoría IQVIA (archivo «Total Sales»); referencia en leyenda 1000 M . Coeficientes: modelo estático de panel con efectos fijos en SKU y mes, errores estándar robustos con doble agregación (SKU y mes); volumen en log; regresores macro reducidos a la especificación solo EPI.

## OTC PATOLOGÍA: EL ANCLA RESILIENTE

Dentro del conjunto analizado, OTC Patología cumple una función de estabilidad. Su comportamiento sugiere una categoría que amortigua mejor los shocks del entorno, mantiene una sensibilidad al precio relativamente contenida y conserva suficiente inercia como para exigir una lectura más allá del corto plazo. Además, cada 1.000 unidades adicionales de stock de mercado se asocian con un aumento aproximado del 0,67% en las ventas de la categoría.

### 1) Sensibilidad al precio: Moderadamente elástica

**Precio:** un aumento del 10% en precio se asocia con una caída aproximada del 8% en volumen. Existe cierto margen de pricing, pero no suficiente como para asumir que la categoría es inmune a decisiones agresivas.

**Lectura de negocio:** OTC Patología funciona como ancla defensiva del portfolio. En entornos más exigentes ayuda a sostener ingresos y permite una gestión de precios más prudente que otras categorías.

### 2) Respuesta a presión económica: La más resiliente

**Entorno económico:** es la categoría menos expuesta a la presión macroeconómica. Ese comportamiento refuerza su papel como base de estabilidad dentro de carteras diversificadas.

### 3) Persistencia: Moderada (vida media de 3 meses)

**Persistencia:** la vida media de sus shocks de demanda ronda los tres meses. Eso implica que promociones y cambios de precio deben evaluarse con una lógica trimestral, y no únicamente mensual.





## **AUTOCUIDADO OTC: ALTO CRECIMIENTO, ALTA VULNERABILIDAD**

Si OTC Patología actúa como ancla, Autocuidado OTC representa el perfil más expuesto al ciclo. Es una categoría con capacidad clara de expansión, pero también más dependiente del contexto de consumo y de una ejecución comercial sostenida en el tiempo. Además, cada 1.000 unidades adicionales de stock de mercado se asocian con un aumento aproximado del 3,8% en las ventas de la categoría.

### **1) Precio: crecimiento con sensibilidad comparable a OTC**

**Precio:** su elasticidad es similar a la de OTC Patología, pero la lectura estratégica es distinta: cuando el producto se percibe como menos esencial, el consumidor penaliza antes el precio.

**Lectura de negocio:** en esta categoría, crecimiento y fragilidad conviven. Funciona especialmente bien en entornos favorables, pero exige mayor disciplina promocional cuando aumenta la presión sobre el consumidor.

### **2) Respuesta a presión económica: La más vulnerable**

**Entorno económico y persistencia:** es la categoría más expuesta al deterioro macroeconómico y, al mismo tiempo, la que más arrastre conserva en el tiempo. Eso la convierte en una oportunidad potente en ciclos expansivos, pero también en una categoría que exige seguimiento cercano del contexto y medición del ROI en ventanas más largas.

### **3) Persistencia: La más alta (vida media de 3,4 meses)**

## **DERMOCOSMÉTICO: RESILIENCIA MACROECONÓMICA CON ELASTICIDAD CERCANA A LA UNIDAD**

El caso de Dermocosmético responde a una lógica distinta: no destaca tanto por su defensa estructural como por su capacidad de adaptación. Su combinación de resiliencia macroeconómica y menor persistencia la convierte en una categoría especialmente flexible para ajustar palancas comerciales con mayor rapidez. Además, cada 1.000 unidades adicionales de stock de mercado se asocian con un aumento aproximado del 3,5% en las ventas de la categoría.

### 1) Precio: valor percibido como condición para capturar margen

**Precio:** su elasticidad cercana a la unidad sugiere que el margen de pricing es limitado si no existe una diferenciación clara y visible para el consumidor.

**Lectura de negocio:** aquí la estrategia pasa menos por empujar precio y más por construir valor percibido, reforzar innovación y asegurar una buena ejecución comercial.

### 2) Entorno y velocidad de ajuste: resiliente, pero menos inercial

**Entorno económico y persistencia:** Dermocosmético resiste relativamente bien los entornos adversos y muestra una vida media más corta que otras categorías. Eso facilita ajustes más frecuentes en pricing, innovación o promoción.

### 3) Persistencia: La más baja (vida media de 2,7 meses)

#### **CUIDADO ORAL: ALTA ELASTICIDAD, POSICIONAMIENTO DISCRECIONAL**

En el extremo opuesto aparece Cuidado Oral, la categoría donde el margen de error comercial es menor. Su elevada sensibilidad al precio obliga a competir con una propuesta mucho más precisa en volumen, diferenciación y arquitectura de portfolio. Además, cada 1.000 unidades adicionales de stock de mercado se asocian con un aumento aproximado del 0,88% en las ventas de la categoría.

### 1) Precio: la categoría con menor margen para subir

**Precio:** un aumento del 10% en precio se asocia con una caída cercana al 18,5% en volumen. Es, con diferencia, la categoría con menor margen para aplicar subidas generalizadas.

**Lectura de negocio:** competir solo por precio destruye valor. La prioridad pasa por diferenciar, segmentar y proteger el mix entre líneas premium y de entrada.

### 2) Entorno y retención: captación más difícil, efecto más duradero

**Entorno económico y persistencia:** Cuidado Oral muestra una vulnerabilidad intermedia al contexto macro, pero una persistencia elevada. En la práctica, eso significa que captar consumidores cuesta, pero retenerlos puede generar valor durante varios meses.

### 3) Persistencia: Alta (vida media de 3,2 meses)

#### **RECUADRO METODOLÓGICO: Validación de efectos de precio**

Los efectos de precio se sometieron a validaciones adicionales para asegurar que no dependen de la composición de la muestra ni de patrones temporales espurios.

**Qué se comprobó:** que los precios futuros no explican las ventas actuales y que los resultados se mantienen al restringir el análisis a productos presentes durante todo el período. En otras palabras, la señal de precio aparece como un patrón estable y no como un artefacto estadístico.

## Conclusión

En síntesis, el mercado español de *Consumer Health* exige una **gestión claramente diferenciada por categoría**. Las decisiones agregadas pierden precisión y, en muchos casos, también destruyen valor.

OTC Patología aporta defensa y estabilidad; Autocuidado OTC ofrece crecimiento, aunque con mayor exposición al ciclo; Dermocosmético combina resiliencia y agilidad; y Cuidado Oral exige máxima disciplina comercial por su elevada elasticidad. Además, la persistencia observada en todas las categorías obliga a medir el impacto de precio y promoción en horizontes de varios meses. La lectura de *stock* añade una implicación operativa clara: el retorno potencial de ganar disponibilidad no es

homogéneo entre categorías y resulta especialmente relevante en Autocuidado OTC y Dermocosmético, donde 1.000 unidades adicionales de stock se asocian con incrementos de ventas sensiblemente superiores a los observados en OTC Patología y Cuidado Oral.

**Advertencia de uso:** estos hallazgos describen patrones medios a nivel de categoría y, por tanto, deben utilizarse como guía estratégica, no como una regla automática para todos los productos. La sensibilidad real de cada referencia puede diferir de forma material en función de variables como la inversión promocional, el posicionamiento médico, la fortaleza de marca, la innovación o la ejecución en el punto de venta.



## Apéndice I. Segmentos incluidos en cada categoría

La siguiente tabla detalla qué segmentos de producto, según la clasificación OTC1, se incluyen dentro de cada una de las categorías analizadas en este documento

	SEGMENTOS INCLUIDOS
<b>OTC PATOLOGÍA</b>	Tos, resfriado y otros productos respiratorios; analgésicos; digestivo y otros productos intestinales; tratamiento de la piel; cuidado de los ojos; otológicos; productos de tratamiento de boca; aparato circulatorio; antinauseas; cuidado del aparato urinario y reproductor.
<b>AUTOCUIDADO OTC</b>	Vitaminas, minerales y suplementos nutricionales; tónicos y otros estimulantes; productos para relajación, sueño y equilibrio emocional; productos para control de peso; control de hábitos; misceláneos.
<b>DERMOCOSMÉTICO</b>	Fragancias; productos de belleza para hombre; productos de belleza para mujeres; productos de belleza unisex; higiene personal; productos capilares; higiene y cuidado del bebé; otros productos de cuidado personal; accesorios de belleza; accesorios de higiene personal; accesorios de cuidado del pelo; accesorios para bebés; demás productos misceláneos.
<b>CUIDADO ORAL</b>	Higiene oral; accesorios de higiene y cuidado oral.

## Apéndice II. Resultados econométricos por categoría

La siguiente tabla resume, por categoría, los coeficientes estimados para precio, stock, EPI y persistencia, junto con sus p-valores. Donde el documento actual no contiene el p-valor exacto, he dejado el valor pendiente de completar con la salida final del modelo para evitar introducir cifras no verificadas.

	COEF. PRECIO	P-VALOR PRECIO	COEF. STOCK	P-VALOR STOCK	COEF. EPI	P-VALOR EPI	PERSISTENCIA (P)
<b>OTC PATOLOGÍA</b>	-0,80	0,000	0,67% por 1.000 uds.	0,000	-0,09	0,0004	0,79
<b>AUTOCUIDADO OTC</b>	-0,81	0,002	3,8% por 1.000 uds.	0,000	-0,30	0,0000	0,82
<b>DERMOCOSMÉTICO</b>	-0,97	0,000	3,5% por 1.000 uds.	0,000	-0,12	0,0000	0,77
<b>CUIDADO ORAL</b>	-1,85	0,000	0,88% por 1.000 uds.	0,000	-0,23	0,0000	0,81

**Nota de lectura:** los p-valores de precio, stock y EPI se han completado a partir del informe de resultados econométricos adjunto. En el caso de persistencia, el documento fuente reporta los coeficientes rho LSDVC por categoría, pero no muestra un p-valor asociado para esa estimación, por lo que se indica como no reportado. Si quieres, en una siguiente iteración también puedo sustituir el efecto de stock expresado en formato ejecutivo por el coeficiente econométrico exacto de la variable StockOnHand\_lag1.

# Fuentes

Este documento combina evidencia empírica propia sobre el mercado español de *Consumer Health* con referencias metodológicas sobre paneles dinámicos y referencias comparativas sobre elasticidad-precio en salud y *Consumer Health*.

1. **Ministerio de Economía, Comercio y Empresa (BDSICE)**. Base de Datos de Series de Indicadores de Coyuntura Económica. Indicadores macroeconómicos mensuales utilizados para la construcción del Índice de Presión Económica (EPI). Período: enero 2021 – marzo 2026.
2. **IQVIA**. Datos de ventas mensuales (sell-out) de productos de Consumer Health en España. Panel de farmacias y retail especializado. Período: enero 2021 -v marzo 2026.

---

**CONTACT US**  
[iqvia.com](https://www.iqvia.com)