

# El mercado de las vitaminas se vigoriza con la pandemia de Covid-19

AL MARGEN DE SUBIDAS Y BAJADAS DE RANKING DENTRO DE LA CATEGORÍA 04 DE OTC DE VITAMINAS, MINERALES Y SUPLEMENTOS NUTRICIONALES, LOS DATOS APORTADOS POR LA FIRMA IQVIA HABLAN DE UN MAYOR VIGOR DE MERCADO. DE FORMA QUE DECIR ADIÓS A PFIZER CONSUMER HEALTHCARE O BERocca, POR EJEMPLO, TAMBIÉN SIGNIFICA DECIR HOLA A GSK O FEMIBION.



**T**an sólo un año de pandemia de Covid-19 ha conseguido que el mercado de las vitaminas saliera de la *avitaminosis* contable para disfrutar de un vigoroso crecimiento tanto en valores como en unidades, en ambos casos superiores al 10%. Ayuda a esta tendencia al alza en las ventas de las farmacias la opinión de los nutricionistas cuando estiman que las personas afectadas por el Covid-19, y también aquellas que quieren potenciar su autocuidado, que también en pandemia es preceptivo cuidar la hidratación y optar por las comidas más frecuentes y menos copiosas dentro de los confinamientos. De cara, por ejemplo, a mantener una ingesta adecuada en personas que hayan visto alterado su sentido del gusto o el olfato, o en casos de tos o dificultad respiratoria, mucosidad o fiebre.

## SUPRADYN, REDOXON E HIDROXIL SE CONVIRTIERON EN LA TERNA LÍDER DE SU SEGMENTO

### Protagonismo de la Vitamina D

Dentro de un acercamiento general a las vitaminas cabe tener presente que es precisamente la Vitamina D la que ha adquirido mayor protagonismo durante la pandemia, al haberse establecido un claro vínculo entre su déficit y los casos graves de Covid-19. Razón por la que el Servicio de Salud de Murcia, a través de su consejería de salud, constata en su portal de divulgación sanitaria que la falta de esta vitamina conlleva un mayor riesgo de infección, hospitalización y, en numerosos casos, también de fallecimiento. Donde se estima que, en el 90% por ciento de las defunciones de personas con edades superiores a los 40 años por causa del SARS-CoV-2, ese déficit fue confirmado.

Esta causalidad también se recoge en la guía de práctica clínica que sobre Covid-19 y Vitamina D editó el *National Institute for Health and Care Excellence (NICE)* del Reino Unido.

### Inmunonutrición en auge

En esa línea anterior, el soporte teórico de Devik de Kern Pharma apunta a evidencias sobre las funciones extraóseas de la Vitamina D, tales como contribuir a la mejora del sistema inmunitario, reducir el riesgo cardiovascular, potenciar la función muscular y refrenar en lo posible la diabetes, además de contribuir a la buena marcha de la concepción y el embarazo.

Según la vocalía nacional de Alimentación del Consejo General de Colegios de Farmacéuticos (CGCOF), también es necesario para la buena marcha del sistema inmunitario asegurar la ingesta de las Vitaminas C y D además de Zinc, tal como reiteró recientemente su responsable, el *farmacéutico Aquilino García*.

## EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE VITAMINAS, MINERALES Y SUPLEMENTOS NUTRICIONALES

MAT Enero de 2019		MAT Enero de 2020		MAT Febrero de 2021	
Valor (€)	Volumen (unidades)	Valor (€)	Volumen (unidades)	Valor (€)	Volumen (unidades)
0,2	-1,4	0,5	-0,7	11,3	10,6
184.841.880	15.416.000	197.846.664	16.325.136	210.679.610	17.310.163

Clase 04 OTC

Fuente: IQVIA. Elaboración: IM Farmacias

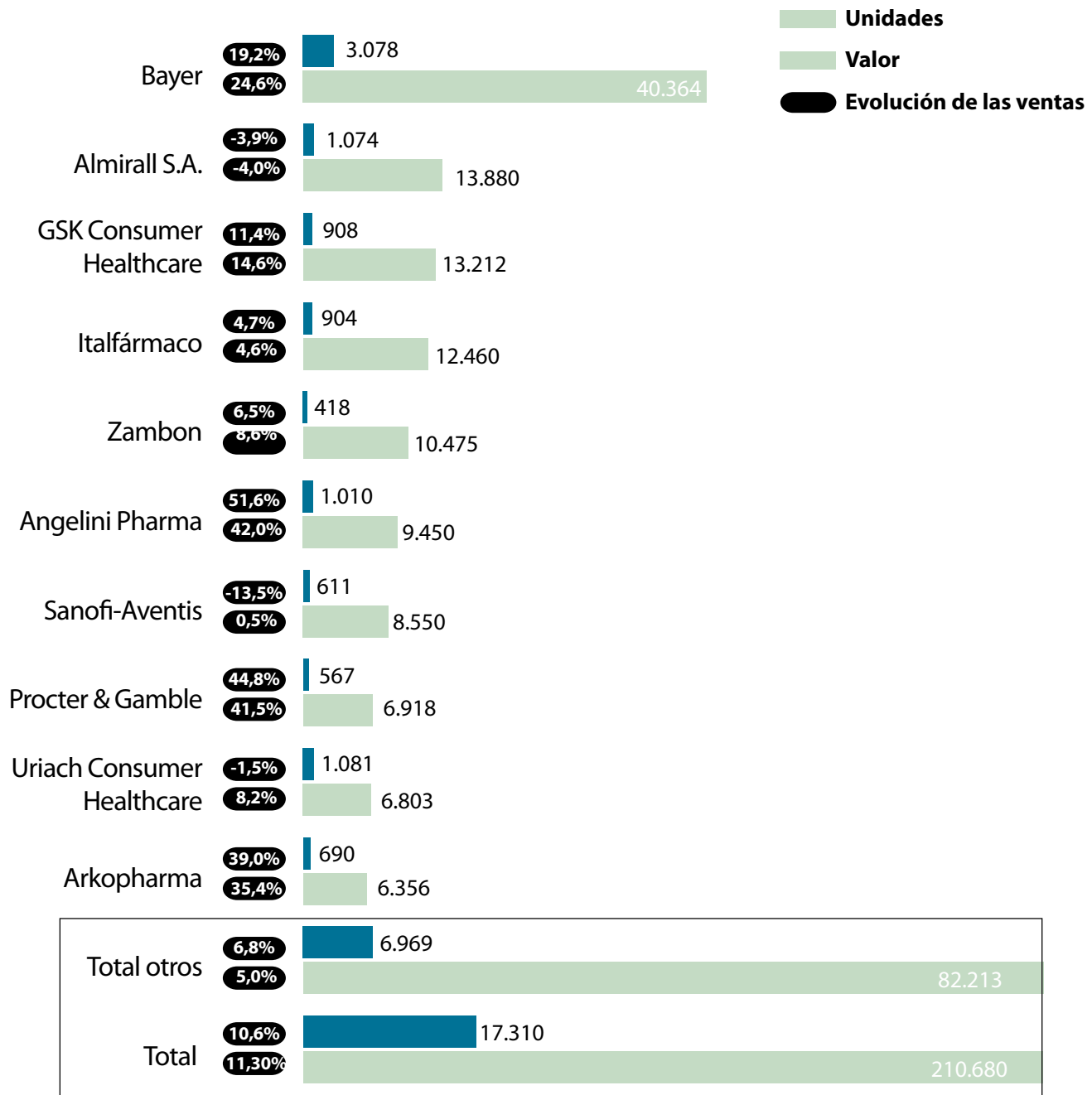
Como muestra de este mercado en expansión hubo que dar la bienvenida a nuevas versiones de Megalevure y Auxilnmuo de Chiesi, complemento alimenticio este último con 31 ingredientes destinados a potenciar el sistema inmunitario mediante la combinación de extractos naturales, vitaminas, minerales y aminoácidos.

### El cuidado más autorreflexivo

A marzo de este año, el mercado de Consumer Healthcare (CH) creció en valores un 0,4% y un 13,5% en volumen, con inclusión de los productos más característicos de la pandemia, como las mascarillas, guantes y geles hidroalcohólicos de importación, fundamentalmente para el cuidado del paciente, dentro del segmento PAC. En contraste con la caída de los productos para la nutrición (NUT) debido a la caída en ventas de leches cereales infantiles. A la vez que el mercado del frío, como parte importante de OTC y compuesto por los antigripales, anticatarrales y los productos para faringe y la tos, también registró una fuerte contracción al final del otoño de 2021.



## TOP 10 MERCADO VITAMINAS, MINERALES Y SUPLEMENTOS NUTRICIONALES (OTC 04). MAT 02/2021. MILES



Fuente: IQVIA, National Sell Out Monthly, FLEXVIEW Febrero 2021  
 Top 10 manufacturer en VIT MINER +SUPL NUT según su venta valorada en Euros PVP  
 Periodo consultado: MAT 02/2021 (acumulado de los últimos 12 meses, desde marzo 2020 a febrero 2021)  
 Mercado estudiado: OTC 04 VIT MINER +SUPL NUT  
 Medidas: unidades vendidas y valores en € PVP (Precio de venta al público)  
 Elaboración: IM Farmacias

LA PANDEMIA DE COVID  
 DA NUEVO VIGOR  
 AL MERCADO DE LAS VITAMINAS

A marzo de 2021, el mercado de la nutrición, que incluye las referencias dietéticas alcanzó los 604 millones de euros, del total de 5.753 millones de euros que definieron el mercado de CH. En concreto, la cifra alcanzada por los productos de dieta fue de 24 millones de euros.

## Entre cifras y porcentajes

A través de estas líneas y tablas se recogen los datos aportados por IQVIA con acotaciones mensuales, *Sell Out Monthly*, de la Clase 04 de OTC, de las vitaminas, minerales y suplementos nutricionales, durante el periodo que discurrió entre marzo de 2020 y febrero de 2021, categorizado como año móvil total o MAT 02-2021. Para ello, se articula el bloque de los valores, expresados a Precio de Venta al Público (PVP), y el de los volúmenes, anotado en unidades o envases de producto. Las dos magnitudes se reparten en sus porcentajes de crecimiento-decrecimiento (%PPG) y sus correspondientes cuotas de mercado (%MS, *Market Share*), junto a las cifras exactas de ventas. Euros y cajas de producto que también se reparten entre las compañías del Top10 laboratorios de dicha clase 04 de OTC. Panoplia de empresas de mayor éxito que se completa con el listado del Top15 Marcas, con los productos de mayor éxito para los consumidores y pacientes a través de las oficinas de farmacia. Se completa la revisión de esta clase de productos con el grupo Total Otros, que incluye los datos de crecimiento, cuota de mercado y cifras totales de ventas de las compañías externas al Top10 laboratorios o compañías.

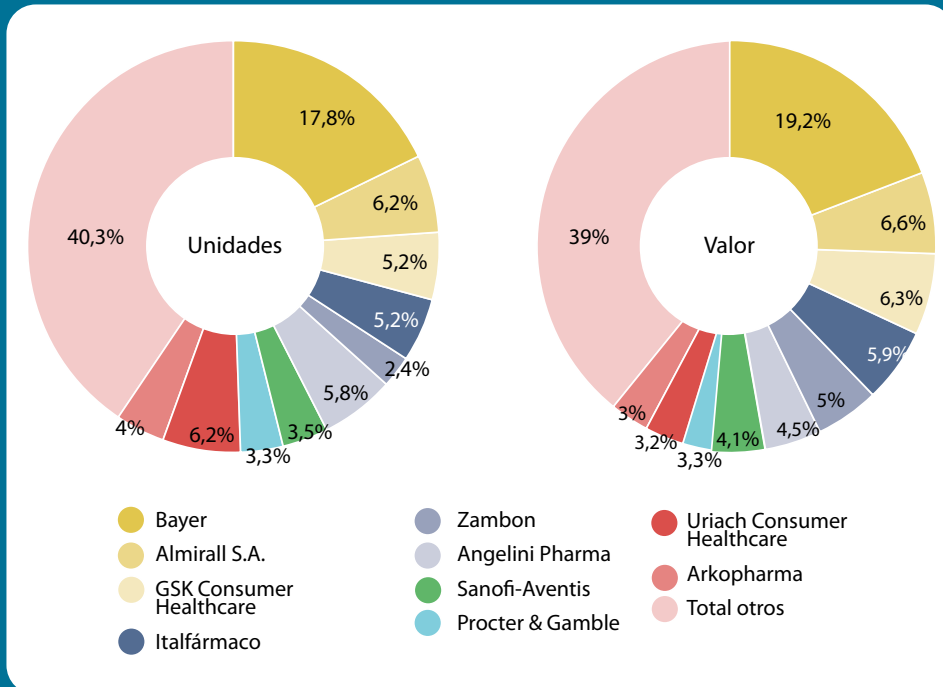
## Subir a dos dígitos

Como muestra del vigor que adquirieron las ventas de las vitaminas, minerales y suplementos nutricionales cabe decir que su crecimiento al MAT de enero de 2020 fue del 0,5% en valor y que, en el MAT de febrero de 2021 subió al 11,3%. De esta forma, se registraron más de 128, 3 millones de euros de diferencia positiva a PVP, hasta situarse en una cifra total cercana a los 210,7 millones de euros en ventas.

Esta diferencia favorable a la marcha del mercado también se apreció en volumen, cuya caída al empezar 2020 fue del -0,7% para convertirse, un año más tarde, en un fuerte crecimiento del 10,6%, cifrado en casi un millón de unidades más dispensadas a febrero de 2021 y por encima de los 17,3 millones de envases dispensados.

A la vista de esta evolución pudieron registrarse los siguientes crecimientos en nueve de las diez compañías del Top10 Laboratorios, algunos de ellos muy fuertes.

## TOP 10 MERCADO VITAMINAS, MINERALES Y SUPLEMENTOS NUTRICIONALES (OTC 04). MAT 02/2021. CUOTA DE MERCADO



Fuente: IQVIA, National Sell Out Monthly, FLEXVIEW Febrero 2021  
 Top 10 manufacturer en VIT MINER +SUPL NUT según su venta valorada en Euros PVP  
 Periodo consultado: MAT 02/2021 (acumulado de los últimos 12 meses, desde marzo 2020 a febrero 2021)  
 Mercado estudiado: OTC 04 VIT MINER +SUPL NUT  
 Medidas: unidades vendidas y valores en € PVP (Precio de venta al público)  
 Elaboración: IM Farmacias

## Imparable Bayer

Bayer, compañía responsable de marcas de éxito como Supradyn o Redoxon, convirtió sus caídas en valor de 2019 y 2020 (-0,5 y -1%) en un muy potente crecimiento del 24,6% en euros a PVP en el MAT de febrero de 2021, dentro de una cuota de mercado del 19,2%, contabilizada en más de 40,3 millones de euros. Esta subida tuvo su equivalente en volumen, magnitud en la que su crecimiento fue del 19,2%, correspondiente a más de 3 millones de unidades vendidas en una porción de mercado del 17,8%.

## Almirall, segunda aun cayendo

También sin moverse del segundo puesto del Top10 Compañías, Almirall decreció un poco menos en ventas el pasado mes de febrero (-4%) respecto al mes de enero del año anterior (-2,9%, 2020). Pese a ello, registró unas dispensaciones de algo más de un millón de unidades, valoradas en cerca de 14 millones de euros, tras crecer en una cuota de mercado del 6,2% en volumen, con un descenso del -3,9% de retroceso y del 6,6% en valor.

ANGELINI, PROCTER & GAMBLE Y ARKOPHARMA  
 PROTAGONIZARON  
 ESPECTACULARES  
 SUBIDAS A FEBRERO  
 DE 2021

## GSK entra en escena

Febrero del año en curso dijo adiós a Pfizer Consumer Healthcare. No sólo perdió la tercera posición del Top10 Compañías, sino que salió totalmente expulsado del mismo. En su caída se cruzó con el meteórico ascenso de GlaxoSmith Kline (GSK) para ocupar su hueco. Esta compañía experimentó un notable crecimiento del 14,6%, al ocupar una market share correspondiente a más de 13,2 millones de euros. Mientras que, en volumen, su subida llevó pareja una expansión del 11,4%, acotada a una MS del 5,2% que se elevó escasamente por encima de las 900.000 cajas vendidas de producto.

## Italfarmaco y Zambon

En la misma estela, aunque con un crecimiento más modesto, Italfarmaco conservó su tercera posición de este ranking al convertir su revés en valor de enero de 2020 (-1,3%) en un ascenso del 4,6%, ajustado a una *market share* del 5,9% valorada en cerca de 12,5 millones de euros. Mientras que su volumen creció el 4,7% dentro de una cuota de mercado similar (5,2%) una vez que los farmacéuticos entregaron a sus pacientes más de 903.000 cajas de producto.

Por su parte, Zambon mostró un comportamiento de mercado algunos puntos superior al resultado de Italfarmaco, al crecer en valor un 8,6%, correspondiente a una cuota de mercado del 5% y anotar una cifra en ventas próxima a los 10,5 millones de euros. Con su reflejo también en la venta de unidades, de las que vendió más de 417.000, una vez que pudo crecer el 6,5% en esta dimensión de mercado, aunque con una reducida cuota del 2,4%.

## Angelini, de novena a sexta

Experimentó una buena subida, por su parte, la compañía Angelini Pharma tras pasar de una posición colista en el MAT de enero de 2020 a una más centrada en la tabla de compañías más señeras. Esto fue posible al experimentar un notabilísimo crecimiento del 42% en una cuota de mercado del 4,5%. Valor que encaminó a esta compañía a los 9,5 millones de euros debidos a las ventas de algo más de un millón de envases, ya que su volumen también creció de forma extraordinaria (51,6%). De forma que su volumen se ciñó a una cuota del 5,8% de su segmento.

## Sanofi se estanca

En séptima posición, y tras pasarle a Ana María Lajusticia lo mismo que a Pfizer, Sanofi Aventis cobró nuevo protagonismo. Aunque su crecimiento, que no le impidió bajar un puesto, apenas significó un 0,5% más de valor, en una *market share* del 4,1% y una cantidad numeraria que se elevó por encima de los 8,5 millones de euros. No obstante aún fueron las cosas peor en volumen, magnitud en la que esta compañía retrocedió el -13,5%, dentro de una porción de su segmento (3,5%) que apenas superó los 611.000 envases dispensados.

## Procter & Gamble

Al igual que GSK, la compañía Procter & Gamble entró el pasado mes de febrero en el *Top10* Compañías. Algo posible al asumir un crecimiento del 41,5% que le aproximó ciertamente al umbral de los 7 millones de euros en una cuota de mercado todavía reducida del 3,3%. Resultados todavía menos llamativos, dentro de su excepcionalidad, que los registrados por su volumen, que se expandió el 44,8% en *market share* superior en una décima (3,3%) que supuso la dispensación de más de medio millón de unidades.

## Uriach-Aquilea OTC

Ya hacia el final de la tabla, y tras caer un puesto en un año y poco más, Uriach Consumer Health, antes Uriach-Aquilea OTC, sumó algunos puntos de crecimiento a su valor anotado en enero de 2020.

Concretamente, al MAT de febrero de 2021, su subida en euros fue del 8,2%, todavía por debajo de los 7 millones de euros en ventas. Con una contracción en volumen (-1,5%) que sin embargo permitió dar salida a más de un millón de envases desde las oficinas de farmacia, dentro de una cuota de mercado del 6,2%.

## Arkopharma cierra filas

Firme en la última posición del *Top10* Compañías, Arkopharma pasó de decrecer el -2,8% en el MAT de enero de 2020 a subir nada menos que un 35,4% en el año móvil total de febrero de 2021, momento en que ocupó una cuota de mercado del 3%, al superar los 6,3 millones de euros en ventas. Mientras que, en volumen, su expansión fue del 39%, en una *market share* del 4% que se tradujo en más de 690.000 unidades dispensadas.

## Expansión en Total Otros

En lo que respecta al grupo de empresas Total Otros, que no tuvieron suficiente cuota de mercado en valor para entrar en el *Top10* Compañías, cosecharon un aceptable crecimiento del 5% en valor, correspondientes a más de 82,2 millones de euros, dentro de una cuota de mercado del 39% también en euros. En paralelo a un mayor crecimiento en volumen (6,8%) ajustado a una porción de mercado del 40,3%, que se aproximó a los 7 millones de envases vendidos a PVP.

## TOP MARCAS VITAMINAS, MINERALES Y SUPLEMENTOS NUTRICIONALES (febrero 2019 - enero 2020)

SUPRADYN
REDOXON
HIDROXIL
MULTICENTRUM
NATALBEN
FISIOGEN
PHARMATON
LEOTRON
ANAMARIALAJUSTICIA
MEDEBIOTIN
ARKOVITAL
AQUILEA
GESTAGYN
SOLGAR
FEMIBION

Fuente: IQVIA, National Sell Out Monthly, FLEXVIEW Febrero 2021  
 Top 15 marcas en VIT MINER +SUPL NUT según su venta valorada en Euros PVP  
 Periodo consultado: MAT 02/2021 (acumulado de los últimos 12 meses, desde marzo 2020 a febrero 2021)  
 Mercado estudiado: OTC 04 VIT MINER +SUPL NUT  
 Medidas: unidades vendidas y valores en € PVP (Precio de venta al público)  
 Elaboración: IM Farmacias

ALMIRALL MANTUVO SU  
 VICELIDERAZGO A PESAR DE SER  
 LA ÚNICA COMPAÑÍA QUE DECRECIÓ  
 EN VALOR

Con estas cifras y porcentajes este grupo, que supera las 400 empresas, rompió su tendencia a la baja observada en los últimos periodos analizados.

## Marcas en movimiento

Al igual que el Top10 Compañías, el Top15 Marcas de OTC 04 también experimentó su propia evolución, fundamentalmente marcada por cambios de posición, aunque también se dio una salida de ranking. Supradyn de Bayer no tuvo problemas para mantener su primacía, al confirmar el gusto de pacientes y otros consumidores, especialmente mujeres, por este polivitamínico con minerales y coenzima Q10 capaz de aportar energía para el día a día.

También de Bayer, Redoxon subió de la sexta posición vista en enero de 2020 a la segunda del último MAT analizado. De forma que este producto, como suma de las Vitaminas C y D y Zinc mantuvo su compromiso de mantener a punto las defensas de las personas que lo adquirieron para reforzar su cuerpo en el primer invierno de la pandemia.

Desplazada del segundo al tercer nivel, Hidroxil siguió siendo una muy buena opción para atajar los dolores de espalda al tiempo que estimula el metabolismo, en su calidad de complejo vitamínico B12-B6-B1 de la compañía Almirall.

Multicentrum, complemento alimenticio a base de ginseng y Ginko Biloba de GSK, no se movió de su cuarto puesto para ofrecer las cualidades de estos elementos naturales a personas de los dos sexos y cualquier edad.

Como producto destacado de Italfarmaco, Natalben mantuvo su contribución al equilibrio interno de las mujeres embarazadas. Mientras que Fisiogen, que es el hierro liposomado con Vitamina C de Zambon que estabiliza los niveles de hemoglobina y ferritina, bajó un puesto, sin dejar de ser mejor tolerado que otros productos con hierro de administración oral.

Pharmaton de Sanofi no experimentó cambios de lugar en el ranking, por lo que este único multivitamínico con ginseng G115 siguió trabajando por el bienestar físico y anímico de las personas de edad avanzada, con Omega-3 y de los pequeños, con el añadido de kiddi. Leotron (Angelini), que es un complemento alimenticio con jalea real, Coenzima Q10, 13 Vitaminas como la D3 y K2 y 7 minerales, cambió de puesto con Ana María Lajusticia para situarse en el octavo lugar. De forma que, secundariamente, la mixtura de colágenos y magnesio de Ana María Lajusticia mantuvo su presencia en este ranking de marcas, a pesar de que esta firma quedó descolgada del Top10 Compañías.

Completó la decena de marcas Medebiotin, de Reig Jofre, sin moverse de sitio, como refuerzo a los estados carenciales de biotina y para mayor lustre de las uñas, el cabello y la piel en general.

En undécima posición, y por parte de la compañía Arkopharma, Arkovital, ascendió cuatro niveles. De manera que muchos pacientes y consumidores pudieron contar con este complemento alimenticio multivitamínico que refuerza las defensas y da vitalidad gracias a sus 9 vitaminas y 5 minerales de origen netamente vegetal y ecológico. Más adelante en este ranking, Aquilea se mantuvo en la duodécima posición en virtud de sus presentaciones destinadas a la dinámica activa de la mujer en sus aspectos de sueño y descanso, articulaciones, digestión, energía, respiración, silueta y belleza, corazón y bienestar. En décimo tercera posición, Gestagyn de Gynea perdió un par de puestos, pero mantuvo la vigencia de sus líneas de productos para la preconcepción y el embarazo.

En penúltimo lugar, los complementos alimenticios de Solgar mantuvieron alto el nivel de las articulaciones.

## Evolución del Top15 Marcas

MAT Enero de 2019	MAT Enero de 2020
SUPRADYN	SUPRADYN
HIDROXIL	HIDROXIL
NATALBEN	MULTICENTRUM
MULTICENTRUM	NATALBEN
REDOXON	FISIOGEN
PHARMATON	REDOXON
FISIOGEN	PHARMATON
ANAMARIALAJUSTICIA	ANAMARIALAJUSTICIA
GESTAGYN	LEOTRON
LEOTRON	MEDEBIOTIN
MEDEBIOTIN	GESTAGYN
AQUILEA	AQUILEA
ARKOVITAL	SOLGAR
BEROCCA	ARKOVITAL
REVIDOX*	BEROCCA

\*Expulsado del TOP 15 marcas

- Sin cambios
- Cambio de posición
- Nuevo producto

Fuente: IQVIA Elaboración: IM Farmacias

Este ranking se completó con Femibion, de Laboratorios Vilardell, que expulsó a Berocca de este selecto grupo de productos. Se trata de dos formas principales de folatos: ácido fólico y Metafolín. Donde el folato se muestra biológicamente activo para allanar el camino a la maternidad. En esta ocasión, salió de ranking Berocca de Bayer, producto formulado a base de Vitaminas C y B y Zinc para mejorar el rendimiento intelectual. En la estela de otras marcas también muy conocidas como Revidox de Actafarma y su granada, selenio y Stilvid, para retrasar el envejecimiento celular.

## Futuro vitaminado

Se recordará de este periodo la fuerte entrada en el Top10 Compañías de laboratorios como GSK o Procter & Gamble, a la vez que salieron del mismo otras corporaciones y empresas de la importancia internacional y local de Pfizer Consumer Healthcare y Ana María Lajusticia, como ya había ocurrido con Gynea. Naturalmente, sin que esto suponga su salida completa del mercado sino únicamente una menor cuota de mercado en valor durante el periodo estudiado. En la misma línea hubo que dar la bienvenida a Femibion en paralelo al descenso de Berocca, este pasado mes de febrero y Revidox con anterioridad.

De todo lo dicho cabe resumir que el rosario de confinamientos, desescaladas y cierres perimetrales han potenciado la existencia interior de las personas con reflejo en un mayor interés por su introspección y bienestar individual. Hasta el punto de que la pandemia de Covid-19 no sólo ha disparado el consumo de la Vitamina D sino también el resto de productos de este tipo, junto a los minerales y los suplementos nutricionales. +