



observatorio de tendencias

Octubre, 2021

El "baby boom" de las mascotas dispara el consumo de productos de salud animal



Contexto

» Al inicio de las restricciones en 2020 a causa de la pandemia de la Covid-19 y el consecuente confinamiento, algunos expertos tantearon la posibilidad de que, al igual que había ocurrido en otros episodios históricos de crisis, la natalidad podría aumentar en nuestro país. Este primer planteamiento se fue desdibujando a medida que conocíamos los datos demográficos del Instituto Nacional de Estadística (INE). El último dato aportado por el organismo -correspondiente al primer semestre de 2021- apunta a **160.681 nacimientos en España durante el periodo de enero a junio de 2021, la cifra más baja desde 1941.**

» Frente a estos datos de baja natalidad, se consolida otra tendencia: el crecimiento de las mascotas. Se calcula que en España hay 28 millones de animales de compañía y, entre ellos, según los datos de la Red Española de Identificación de Animales de Compañía (REIAC), habría 7 millones de canes. Lejos de estabilizarse, el protagonismo de los animales en los hogares españoles se afianza, lo que está derivando en un claro aumento en el consumo de productos de veterinaria y salud animal en las farmacias, tal y como se desprende del presente análisis de Tendencias Cofares.

» Ambos factores combinados - el descenso de la natalidad unido al mayor interés por los animales de compañía - no son una mera anécdota, sino que es la consecuencia de un **profundo cambio social.**

EL PODER DE UN VIRUS, EN PERSPECTIVA:

- La denominada gripe española afectó particularmente a personas de entre 20 y 40 años lo que supuso una **desaceleración del crecimiento de la población que perduraría durante tres décadas.**

- En cambio, tras el fin de Segunda Guerra Mundial y la posguerra española, hubo una gran explosión demográfica y se gestó la cohorte de personas nacidas entre 1946 y 1964, popularmente conocidos como baby-boomers.



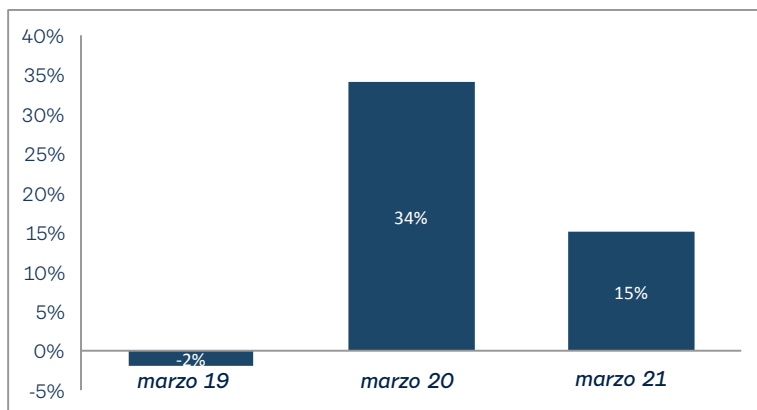
El retroceso de la natalidad

no evitó el “efecto acopio” en las leches infantiles

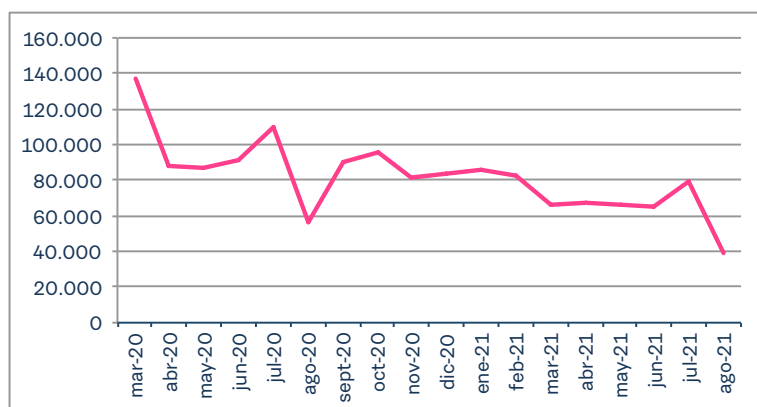
La pandemia ha acentuado la caída de la natalidad en España. El ritmo de nacimientos se redujo un 5,9 % en 2020 y un 3,2 % en 2019. Una tendencia que se consolida en 2021, con el retroceso de este indicador al 5,2 % (dato provisional del INE referido al primer semestre de 2021).

Ante esta realidad, resulta llamativo que en marzo de 2020, momento en el que se declara el Estado de Alarma, el **gasto en leches maternizadas se incrementó en un 34 %**, en un repunte anómalo en la serie histórica. Era el momento en el que se anunciaba el confinamiento y muchas familias se apresuraron a adquirir productos básicos ante la incertidumbre.

El llamado **efecto acopio** se percibió en productos básicos como el **papel higiénico o de alimentación**. Ahora sabemos que las leches infantiles también tuvieron su momento.



Variación (%) del valor en el consumo de leches maternizadas en la serie histórica de marzo 2019, 2020 y 2021.



Evolución de las unidades vendidas en farmacia de leches maternizadas de marzo 2020 a agosto 2021.

¿Cómo se comportará

el consumo de las categorías infantiles en la farmacia?

“Es difícil hacer previsiones teniendo una pandemia de por medio. La vuelta a la normalidad, a todos los niveles, está influenciada por la actividad económica, pero también por efectos psicológicos o de percepción de confianza de los usuarios”.

- Business Intelligence, Cofares.





Crecen un 39 %

los recursos destinados al cuidado de las mascotas

El confinamiento trajo consigo una transformación en el estilo de vida. Los nacimientos han caído y cada vez son más las personas que viven solas. Sin duda, los cambios sociales y demográficos están disparando el número de mascotas y una prueba de ello es el comportamiento del consumo de productos de salud animal.

“Los medicamentos de prescripción explican el 80 % de las demandas de los productos de salud para animales. Aunque el periodo de antiparasitarios marca el consumo, estamos observando un crecimiento exponencial de los neutracéuticos. El usuario valora cada vez más que en su farmacia de confianza encuentre respuestas a las necesidades del pequeño animal. No nos sorprendería que en un tiempo estemos haciendo teleasistencia veterinaria”.

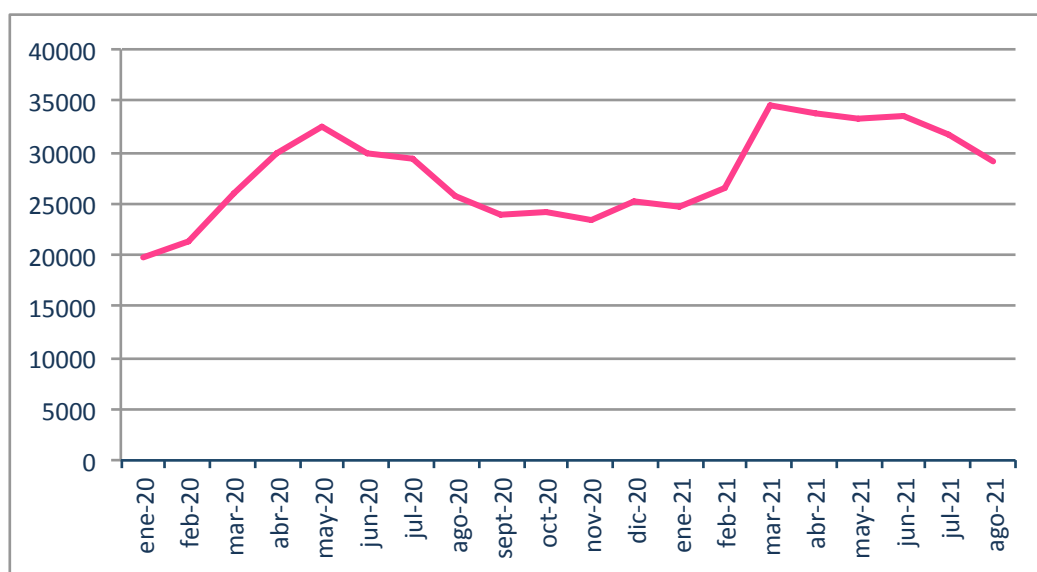
- Rafael López Guzman, Director Cofares Salud Animal

Frente a una curva de consumo plana,

otra realmente disparada

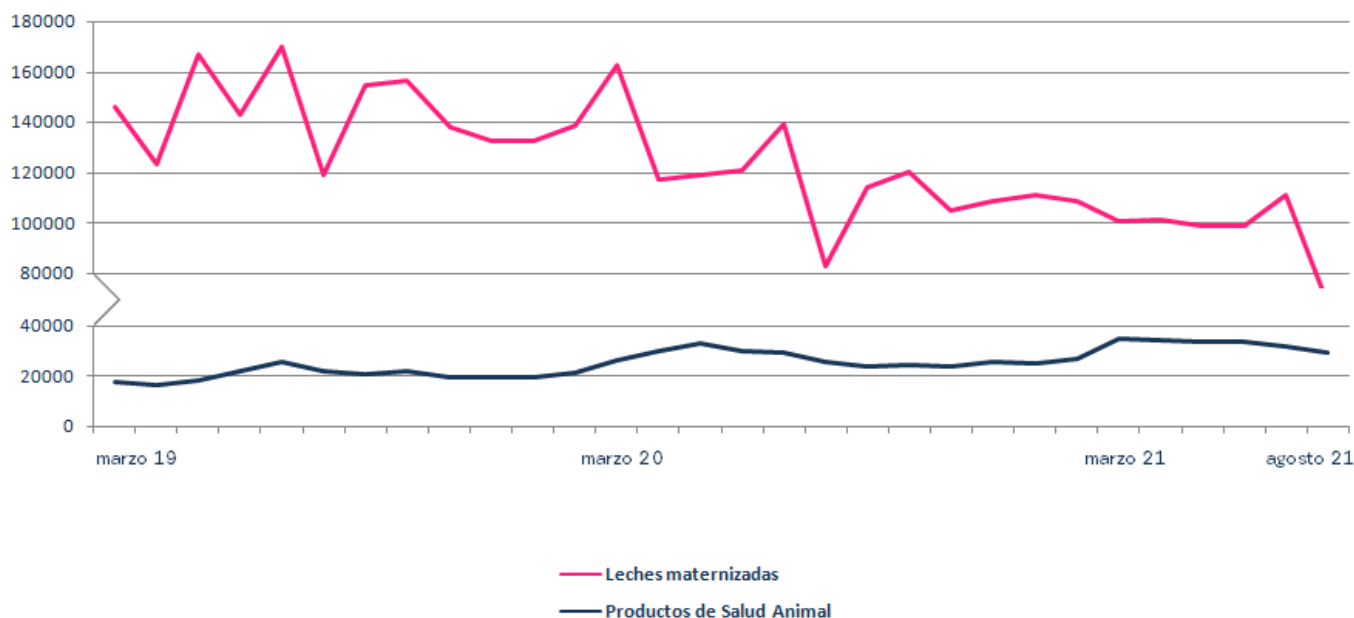
Cabe destacar la **consolidación de las farmacias** como establecimiento sanitario próximo y cercano para adquirir productos de consumo animal, así como para recibir consejos de salud. Una tarea que los hogares han valorado positivamente a la luz de los datos que reflejan la alta aceptación de los productos veterinarios:

- » El incremento del valor del consumo de productos de veterinaria en el mes de marzo de 2020 se situó en el 84 % con respecto al mismo mes de 2019. En términos de unidades vendidas el aumento fue del 50 %.
- » Un año más tarde, se mantiene la tendencia al alza. En marzo de 2021 se dispara un **39 %** (con respecto a marzo de 2020) el valor del consumo de productos para las mascotas. Un **33 %** si tenemos en cuenta las unidades dispensadas.
- » Durante el verano, y a pesar del efecto estacional, ha dominado el buen compartamiento del consumo, lo que demuestra que los animales de compañía, lejos de ser un entretenimiento pasajero o temporal en la pandemia o un seguro para salir de casa en un contexto de restricciones, **se han asentado en los hogares españoles.**



Evolución de las unidades vendidas en farmacia de productos de salud animal de enero 2020 a junio 2021.

- » El número de unidades vendidas en agosto de 2021 de **productos de salud animal** aumentó un **13 %** con respecto al mismo mes de 2020. Si se cuenta el **valor del consumo**, el aumento se sitúa en el **14 %**.
- » Estos datos ponen de manifiesto que el consumo de productos de salud animal, lejos de los picos que se dieron en 2020, ha seguido manteniendo una clara tendencia al alza. De hecho, los datos de Cofares en veterinaria registraron en **marzo de 2021 un pico histórico en unidades vendidas, superando las 34.600**. A pesar de que en **marzo de 2020** ya se registrara un aumento del **50 %** (con respecto a 2019), **en 2021 el aumento se mantuvo al 31 %**.



Evolución cruzada de las unidades vendidas de leche maternizada y de productos de salud animal.