



observatorio de tendencias

Día Europeo de la Salud Sexual + Día de San Valentín

14 Febrero
de 2023

**¿HA LLEGADO EL AMOR PROPIO
A LA SALUD PERSONAL?**

 **COFARES**

El cuidado íntimo se impone mientras los tratamientos faciales salen de su letargo dejando atrás la dura experiencia del confinamiento y la pandemia, periodo en el que mirarse al espejo no era la máxima prioridad. Nos cuidamos más, aunque todavía quedan categorías con claro potencial de crecimiento.

Conclusiones globales

El interés por el cuidado de la salud íntima y sexual arraigó durante la pandemia, y desde entonces, la popularidad de los productos especializados no ha parado de crecer. Otra categoría que ha ido recuperando terreno es la de cuidado facial, que ha comenzado a salir del letargo en el que se encontraba durante la crisis del coronavirus. Coincidiendo con el 14 de febrero, Día Europeo de la Salud Sexual, el Observatorio de Tendencias Cofares ha querido profundizar en el nivel de “amor propio” de la población, realizando para ello un análisis del comportamiento de tres grandes áreas de productos de autocuidado - salud íntima, cuidado facial y suplementación-, desde la irrupción de la pandemia hasta el momento actual. Como viene siendo habitual, pulsamos la demanda en las farmacias como indicador adelantado de comportamientos y hábitos de salud.

“El bienestar no sólo es la ausencia de enfermedad, disfunción o incapacidad”

Definida la salud sexual por la Organización Mundial de Salud como un “estado de bienestar físico, mental y social”, y no sólo la ausencia de enfermedad, disfunción o incapacidad, el uso de productos de cuidado sexual e higiene íntima ha cobrado más importancia que nunca en los últimos años. En concreto, en el análisis se ha registrado un incremento de su consumo en un 15% desde comienzos de 2021 hasta lo que llevamos de 2023. Para el mismo periodo, también se ha detectado un aumento de las ventas de los productos de cuidado facial en un 4%; tras el descenso que experimentaron durante los meses de pandemia, el cuidado del rostro pide paso y vuelve a zonas de crecimiento.

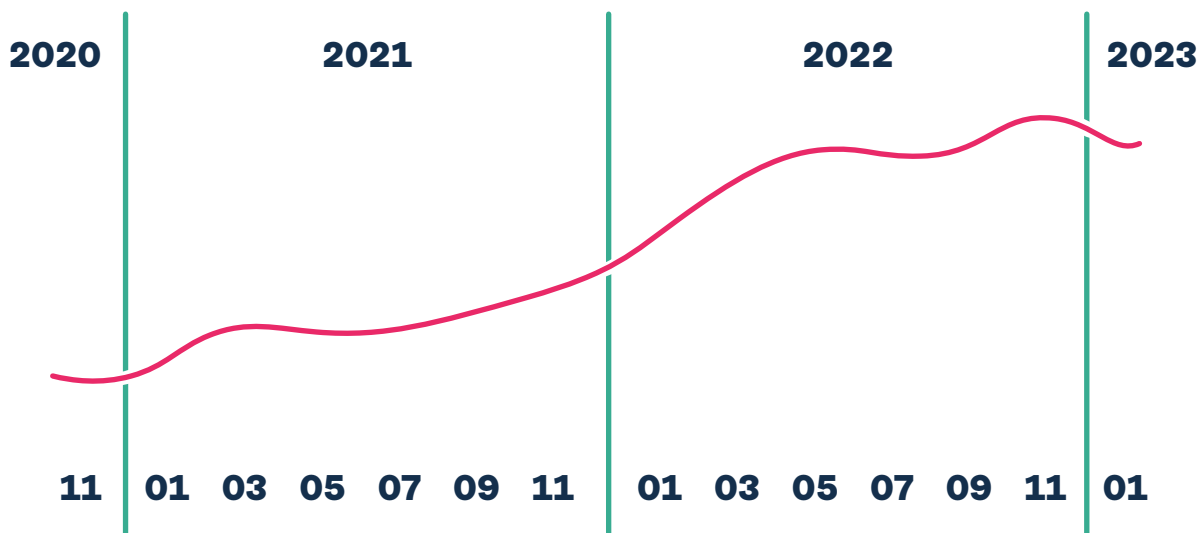
La prevención se mantiene fuerte

Este análisis se centra en total en ocho categorías de cuidado sexual. En la “cesta” se incluyen productos como son los preservativos, los aparatos intrauterinos, los anticonceptivos tópicos, jabones íntimos, toallitas húmedas de higiene íntimas, desodorantes íntimos, lubricantes y otros productos de higiene íntima.

Dentro de todos estos productos, las subcategorías que más han crecido en todo este tiempo (2021-2023) son, por este orden, desodorantes íntimos (64%), preservativos (51%) y anticonceptivos tópicos (31%).

Evolución de la demanda de productos de cuidado sexual en farmacias

Según refleja el análisis del Observatorio de Tendencias Cofares, tanto durante la pandemia como en la postpandemia, la demanda de productos de cuidado sexual se ha mantenido fuerte durante todo el periodo y ha ido creciendo desde comienzos de 2021 hasta la actualidad.



Así, las ventas acumuladas de productos de salud sexual de un año a otro, entre 2022 y 2023, son un 6% superior en volumen de unidades. Y si se compara con respecto a los dos años anteriores, 2023-2021, la demanda crece aún más, en un 15 % en volumen de unidades.

Además, en el periodo de 2021 hasta 2023, los productos de la cesta de cuidado personal e higiene íntima más solicitados por las farmacias son los lubricantes, seguidos de los jabones íntimos y los preservativos.

En los datos también se observa que existe un aumento en el uso de estos productos en los meses de otoño e invierno. Es decir, existe un patrón estacional en el consumo de productos de cuidado sexual con picos significativos en estos momentos del año.



El detalle por CCAA

Si se observan los datos por comunidades autónomas, desde 2022 hasta 2023 también ha aumentado la demanda a lo largo del tiempo en casi la totalidad de las autonomías donde Cofares es distribuidor.

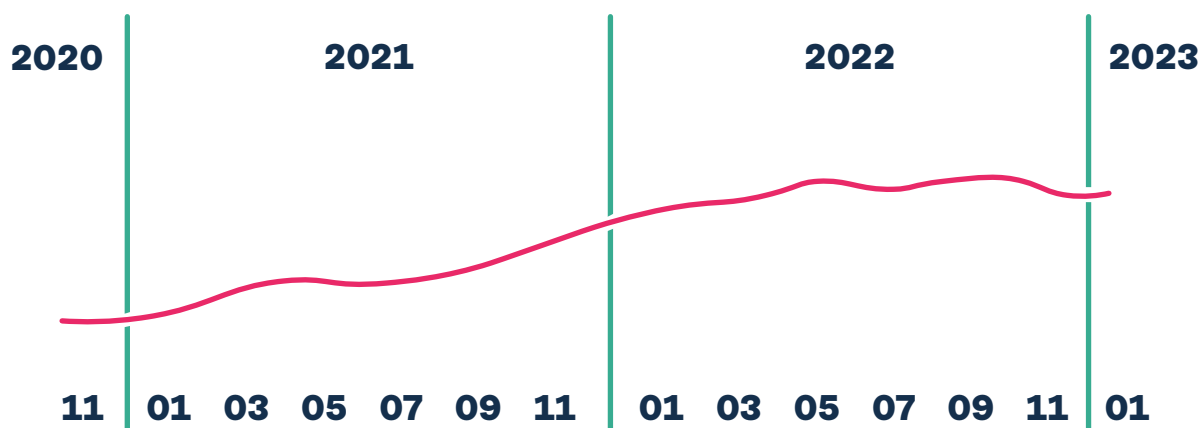
Además, las CCAA en las que más ha aumentado en todo este periodo y que acumulan un gran volumen de demanda son Madrid, Andalucía, Comunidad Valenciana y Cataluña. Entre todas ellas concentran el 65% de las ventas de este tipo de productos. Para el último año, el crecimiento ha sido del 9% en Madrid, del 5% en Andalucía, del 13% en la Comunidad Valenciana y del 8% en Cataluña.



Incremento de la distribución en farmacias de productos de cuidado sexual (2022-2023)

Concienciación sobre VIH y otras enfermedades de transmisión sexual

Centrándonos en concreto en los productos de salud sexual, el análisis del Observatorio de Tendencias Cofares ha detectado que en el caso de los preservativos, el consumo ha crecido un 51% entre el periodo 2023-2021 y un 9% entre 2023-2022.



Según los últimos datos disponibles del Ministerio de Sanidad en su informe “Vigilancia epidemiológica del VIH y SIDA” (2022), las tasas de nuevos diagnósticos de VIH en el periodo 2023-2021 han ido en descenso y, según detallan, este hecho puede estar afectado por la pandemia de la COVID-19.

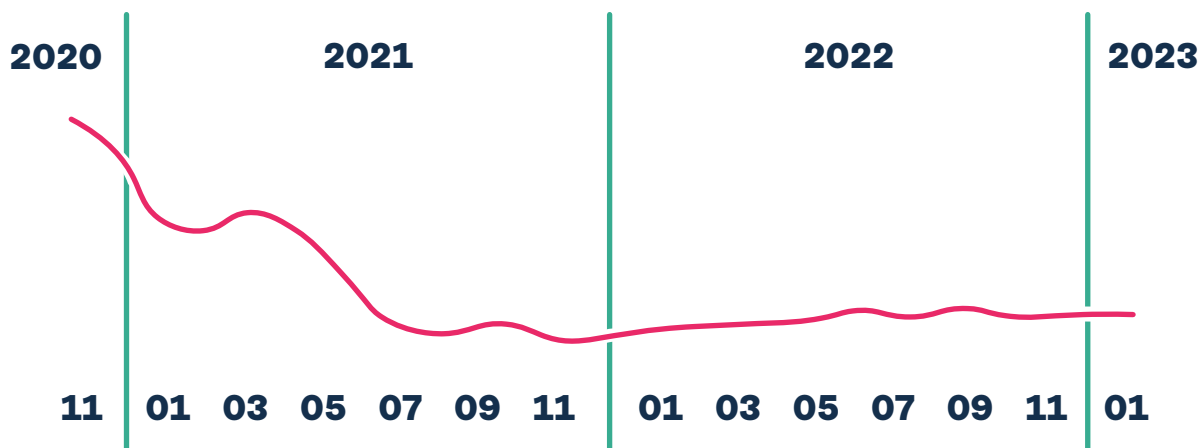
Por el momento, no hay cifras oficiales actualizadas sobre los casos de otras infecciones de transmisión sexual como la sífilis o la gonorrea. Los últimos datos disponibles, que datan de 2019, hablan de un estallido de las mismas, cuyos casos no han parado de crecer desde los años 2000. El aumento del consumo de preservativos podría ser un indicador de una mayor concienciación entre la población ante esta problemática.

Las comunidades autónomas donde más se han vendido este tipo de productos en el último año (2023-2022) han sido Madrid, con un crecimiento del 19%, Andalucía con el 11% y Cataluña con el 10%.

Aparatos intrauterinos

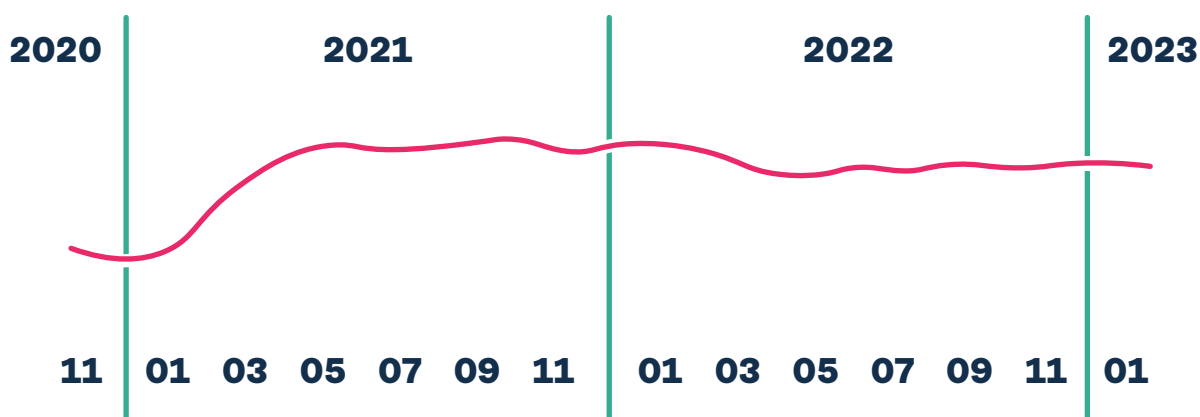
Con respecto a los dispositivos intrauterinos que impiden la fecundación, conocidos comúnmente como DIU, su consumo se ha estabilizado en los últimos meses.

Desde comienzos de 2022 hasta 2023, las ventas acumuladas de este tipo de productos se incrementaron en un 11%. Eso sí, los datos indican que todavía no se ha llegado a alcanzar los niveles prepandemia y que, además, el crecimiento es inferior con respecto al acumulado en 2021 (-61%).



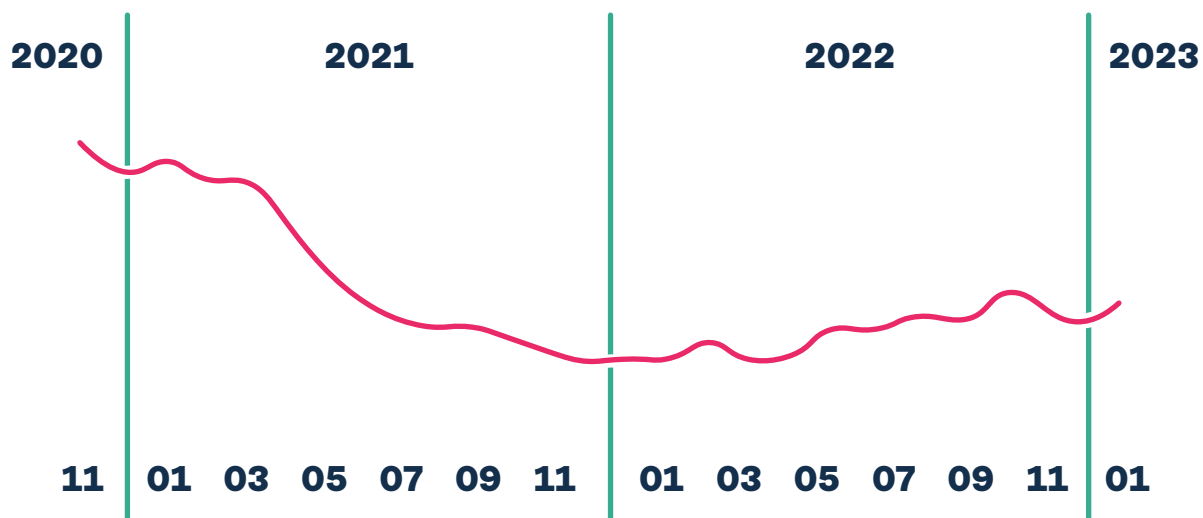
Las comunidades autónomas con más peso en la demanda de este tipo de productos son Cataluña, con el 36%, y Madrid con el 34%.

Anticonceptivos tópicos



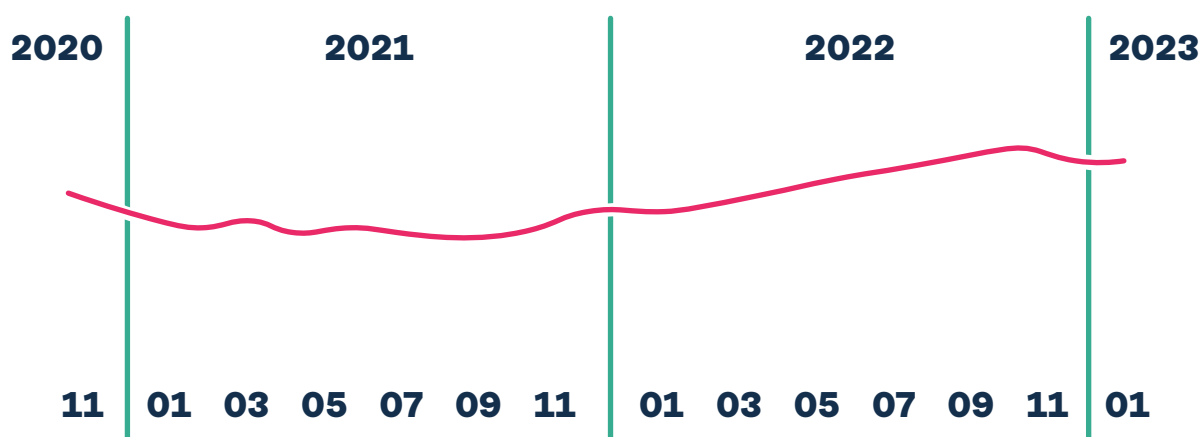
El consumo de anticonceptivos tópicos ha aumentado tras la pandemia y hasta el momento se ha estabilizado. En el período de 2021 a 2023, su demanda ha crecido un 31%, pese a que en los últimos doce meses la compra ha disminuido un 5%.

Jabones íntimos



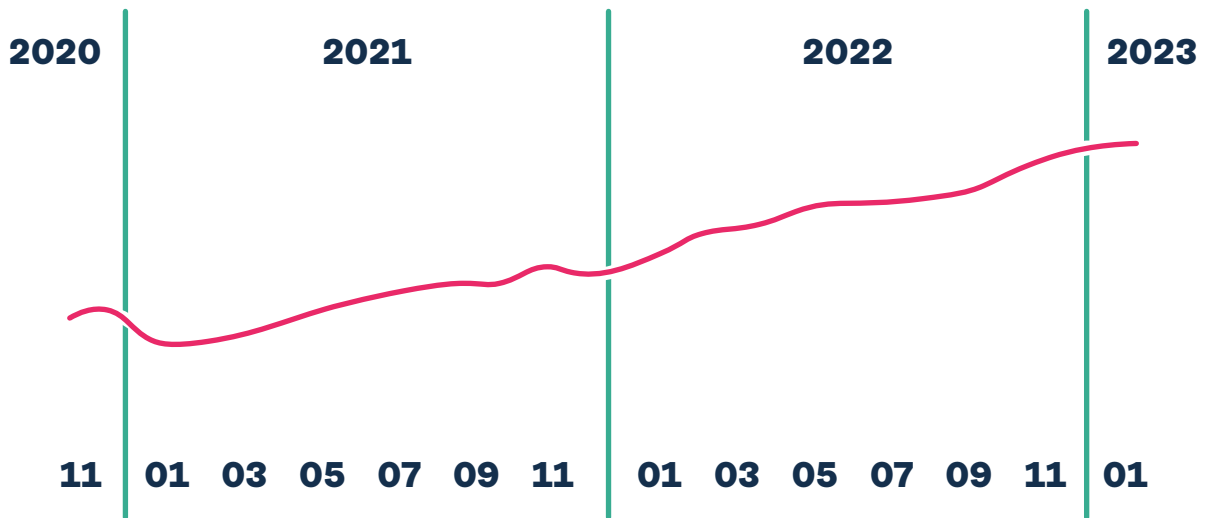
Desde abril 2022 las ventas de jabones íntimos han mantenido una tendencia al alza, aún sin alcanzar los niveles previos a la pandemia. Durante el último año (2023-2022), la compra de este tipo de productos ha crecido un 2%.

Toallitas húmedas de higiene íntima



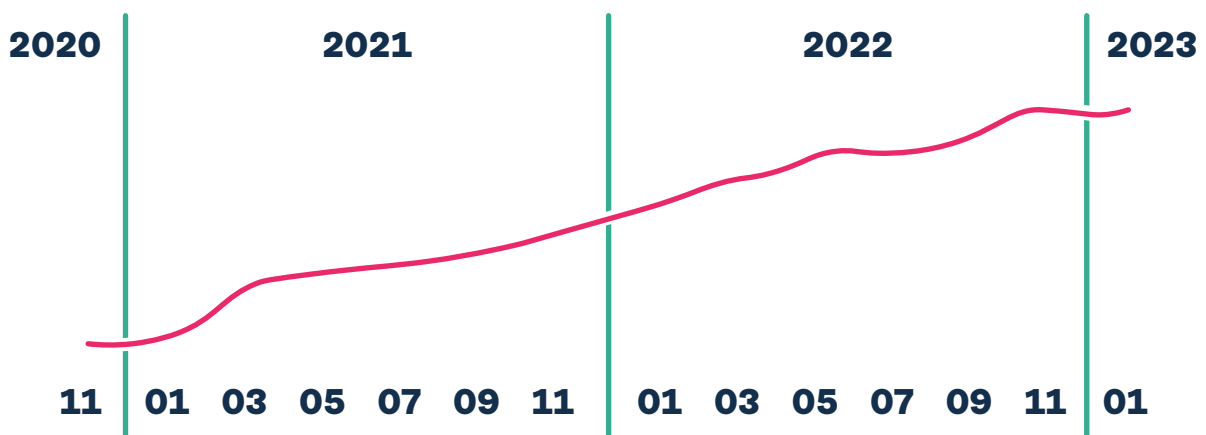
En el caso de las toallitas húmedas de higiene íntima se observa un significativo crecimiento sostenido en el tiempo. De hecho, en esta categoría de producto se están superando ya los niveles de antes de la pandemia. Esto se aprecia si se tienen en cuenta tanto los datos del último año (2023-2023), donde la venta de toallitas ha aumentado en un 15%, como en los dos últimos años (2023-2021) que crece un 14%.

Desodorantes íntimos



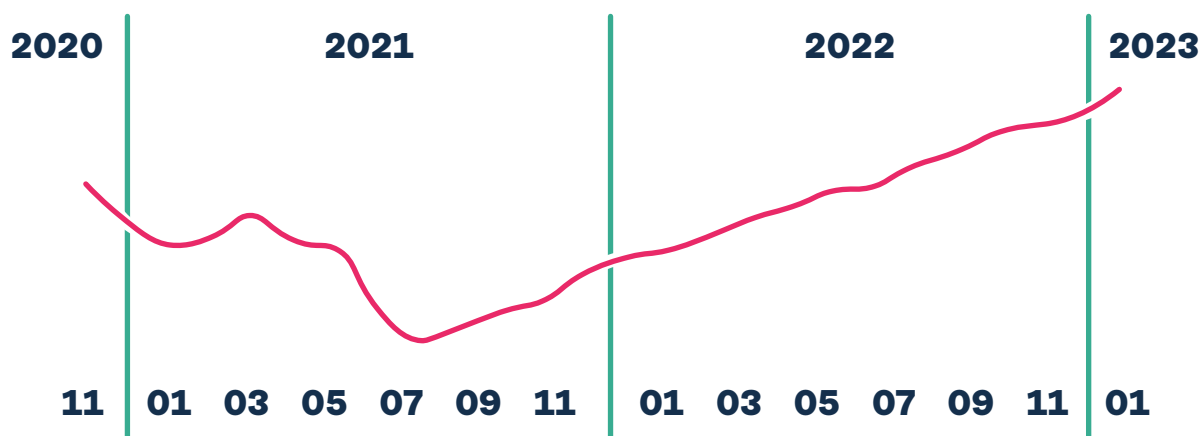
Este tipo de productos está ganando cada vez una mayor popularidad entre la población. De hecho, no ha parado de crecer en los últimos años. Su demanda está casi duplicando los niveles de prepandemia con un incremento del 37% en el último año (2023-2022) y de un 64% si se compara el periodo comprendido entre 2023 y 2021.

Lubricantes íntimos



Al igual que toallitas o desodorantes, el interés por el uso de lubricantes íntimos tampoco ha dejado de aumentar desde el estallido de la pandemia. En el último año (2023-2022), las ventas de estos productos han crecido un 7%. Si se tienen en cuenta las ventas de los dos últimos años (2023-2021) la cifra se eleva hasta el 18%.

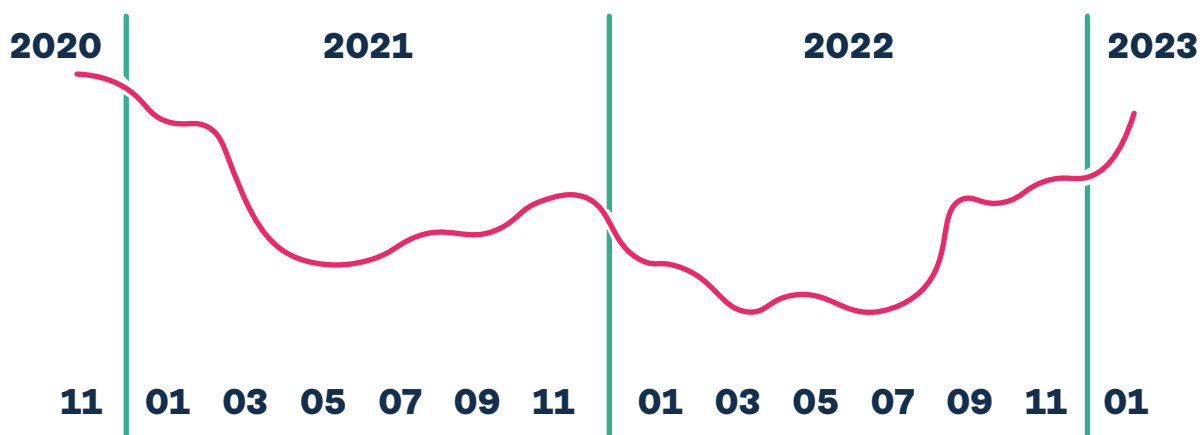
Otros productos de higiene íntima



La demanda acumulada de productos de higiene íntima ha subido un 6% en los dos últimos años. En el último ejercicio estos productos han empezado a repuntar aún más con un 7% en las ventas.

Un paso más en el cuidado facial

Por otro lado, hacemos un repaso a los productos de cuidado facial, como categoría, termómetro que apunta hacia el nivel de nuestro cuidado personal. El confinamiento y las restricciones de movilidad no sólo impusieron de la noche a la mañana la relajación en el modo de vestir sino también en la necesidad de preparar el rostro para salir al exterior o realizar cualquier actividad al aire libre. Ello tuvo su efecto inmediato en la demanda de tratamientos faciales, una categoría que gradualmente desde mayo del 2021 ha ido saliendo de su letargo.



Desde entonces, la demanda de este tipo de productos ha ido sufriendo momentos de altibajos hasta los últimos meses del 2022. En el arranque de este 2023, donde las ventas apuntan a un ritmo más firme de crecimiento, arrojan un balance anual de crecimiento del 4%.

Los productos de suplementación, centrados en vitaminas y minerales, constituyen una tendencia en auge. De larga tradición en EEUU, y afianzados en centro Europa principalmente, lo cierto es que en nuestro país la demanda ocupa aún un lugar discreto. Estaremos atentos a su evolución puesto que los expertos apuntan a que puede ser una de las grandes sorpresas y una oportunidad para las farmacias que se especialicen en estos productos.

Ficha técnica

Informe desarrollado a partir de los datos de Cofares del periodo comprendido entre enero de 2021 y enero de 2023.

Referencias

1. Comparativa entre el acumulado de enero de 2021 a enero de 2023 versus el acumulado entre enero de 2022 a enero de 2023.
2. Vigilancia epidemiológica de las infecciones de transmisión sexual en España, 2019, Ministerio de Sanidad.
3. Vigilancia epidemiológica del VIH y SIDA en España, 2021 (actualizado a 2022), Ministerio de Sanidad.
4. Resolución de 11 de marzo de 2021, de la Secretaría de Estado de Sanidad, por la que se publica el Acuerdo del Consejo Interterritorial del Sistema Nacional de Salud sobre la declaración de actuaciones coordinadas frente a la COVID-19 con motivo de la festividad de San José y de la Semana Santa de 2021.