



# ADtivity

Seguimiento Publicitario

Estudio Arce Media & Berbés Asociados (BA)  
sobre la inversión publicitaria en la industria  
farmacéutica año 2022

Los medicamentos que se incluyen dentro de los productos farmacéuticos, objeto de este informe, están sometidos a fuertes restricciones que van desde la obtención de permisos para publicitarse hasta las características y limitaciones que deben tener los mensajes publicitarios.

Por otra parte, solamente pueden ser publicitados aquellos medicamentos que puedan adquirirse sin prescripción facultativa y que no contengan sustancias psicotrópicas o estupefacientes. Esto limita la actividad publicitaria de los laboratorios farmacéuticos en medios convencionales a una pequeña parte de los productos que comercializan.

## “Aumento de la inversión en un 5,4% durante 2022”

En 2022 la publicidad convencional de la industria farmacéutica ha sido de 113,4 millones de euros, frente a los 107,6 de 2021, ha aumentado un 5,4%.

La industria farmacéutica, después de tres años consecutivos con una bajada en la inversión, ha crecido en el 2022 pero se mantiene por debajo de las cifras pre-pandemia. Sin embargo, la participación no crece y se mantiene lejos de las cifras pre-pandemia también.

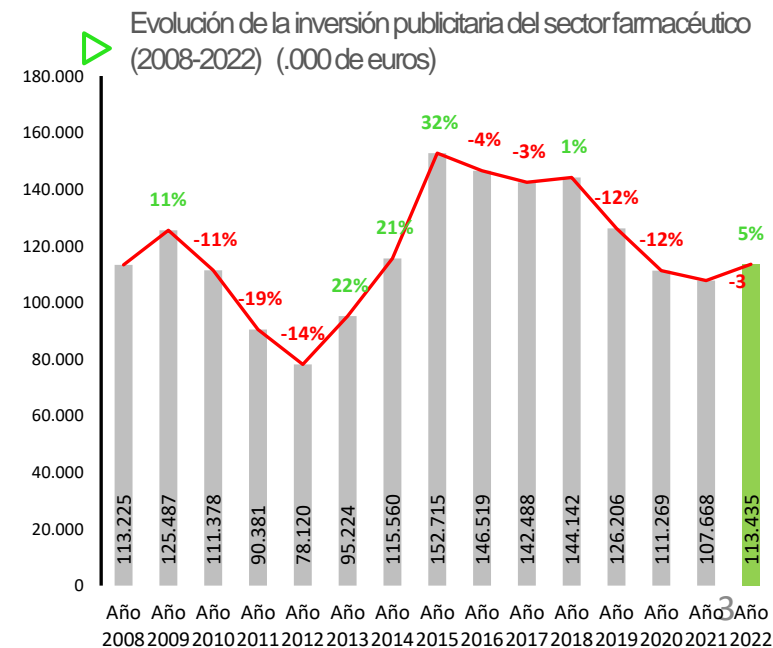
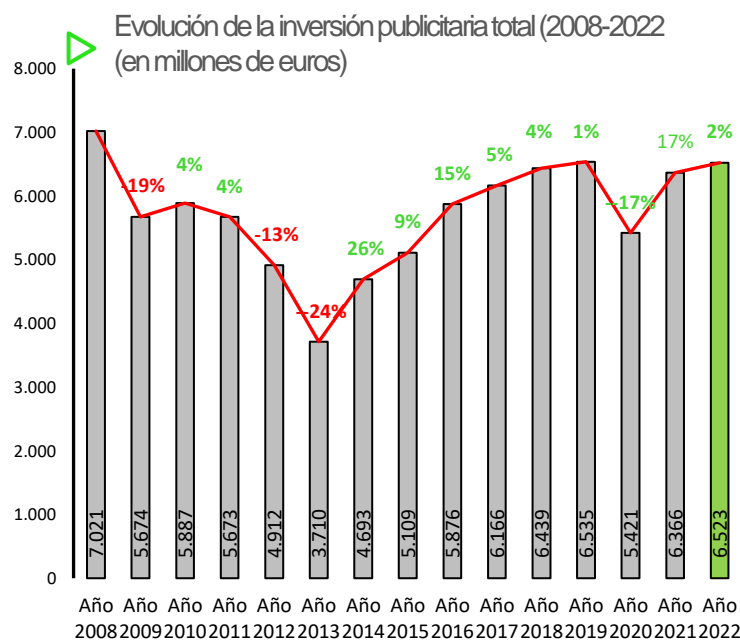
▶ Evolución de la inversión publicitaria Total (2008-2022)

Año	Inversión publicitaria en millones de euros	% variación respecto al año anterior	% variación respecto a 2008
2008	7.021		
2009	5.674	-19%	-19%
2010	5.887	4%	-16%
2011	5.673	-4%	-19%
2012	4.912	-13%	-30%
2013	3.710	-24%	-47%
2014	4.693	26%	-33%
2015	5.109	9%	-27%
2016	5.876	15%	-16%
2017	6.166	5%	-12%
2018	6.439	4%	-8%
2019	6.535	1%	-7%
2020	5.421	-17%	-23%
2021	6.366	17%	-9%
<b>2022</b>	<b>6.523</b>	<b>2%</b>	<b>-7%</b>

▶ Evolución de la inversión publicitaria Sector Farmacéutico (2008-2022)

Año	Inversión publicitaria en miles de euros	% variación respecto al año anterior	% variación respecto a 2008	Participación del sector en la inver. Total
2008	113.225			1,6%
2009	125.487	11%	11%	2,2%
2010	111.378	-11%	-2%	1,9%
2011	90.381	-19%	-20%	1,6%
2012	78.120	-14%	-31%	1,6%
2013	95.224	22%	-16%	2,6%
2014	115.560	21%	2%	2,5%
2015	152.715	32%	35%	3,0%
2016	146.519	-4%	29%	2,5%
2017	142.488	-3%	26%	2,3%
2018	144.142	1%	27%	2,2%
2019	126.206	-12%	11%	1,9%
2020	111.269	-12%	-2%	2,1%
2021	107.668	-3%	-5%	1,7%
<b>2022</b>	<b>113.435</b>	<b>5%</b>	<b>0%</b>	<b>1,7%</b>

\*Incorporación de nuevas mediciones de exterior

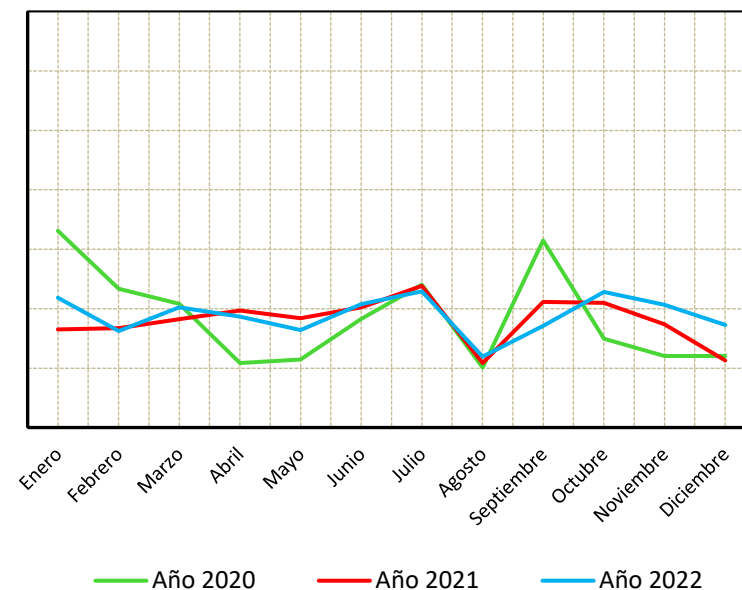


Durante el 2022 se mantiene la estacionalidad mostrada en el año 2021, con unos de meses, agosto y septiembre de baja actividad y el resto del año con cifras más equilibradas. Si bien se ha recuperado el 2º trimestre respecto al 2020, en los meses de septiembre y enero donde se dieron picos de inversión en 2020, las cifras de estos 2 últimos años están muy alejadas, esto explica en parte la diferencia con las cifras de años anteriores.

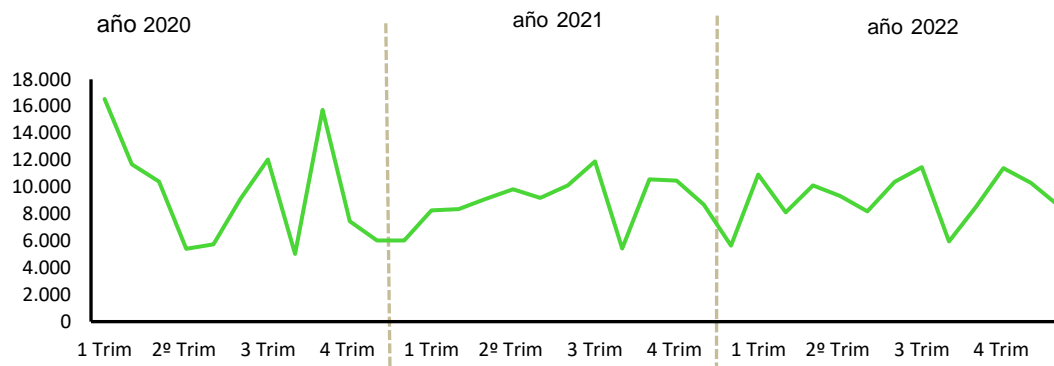
Inversión publicitaria del sector farmacéutico en .000 de euros por mes

	2020	2021	2022	% de variación
Enero	16.539	8.264	10.917	32%
Febrero	11.687	8.361	8.112	-3%
Marzo	10.402	9.131	10.119	11%
Abril	5.423	9.843	9.346	-5%
Mayo	5.740	9.199	8.206	-11%
Junio	9.149	10.127	10.378	2%
Julio	12.040	11.909	11.472	-4%
Agosto	5.045	5.430	5.965	10%
Septiembre	15.732	10.579	8.545	-19%
Octubre	7.466	10.481	11.411	9%
Noviembre	6.021	8.702	10.319	19%
Diciembre	6.025	5.641	8.644	53%
<b>Total año</b>	<b>111.269</b>	<b>107.668</b>	<b>113.435</b>	<b>5%</b>

Estacionalidad comparada de la inversión publicitaria



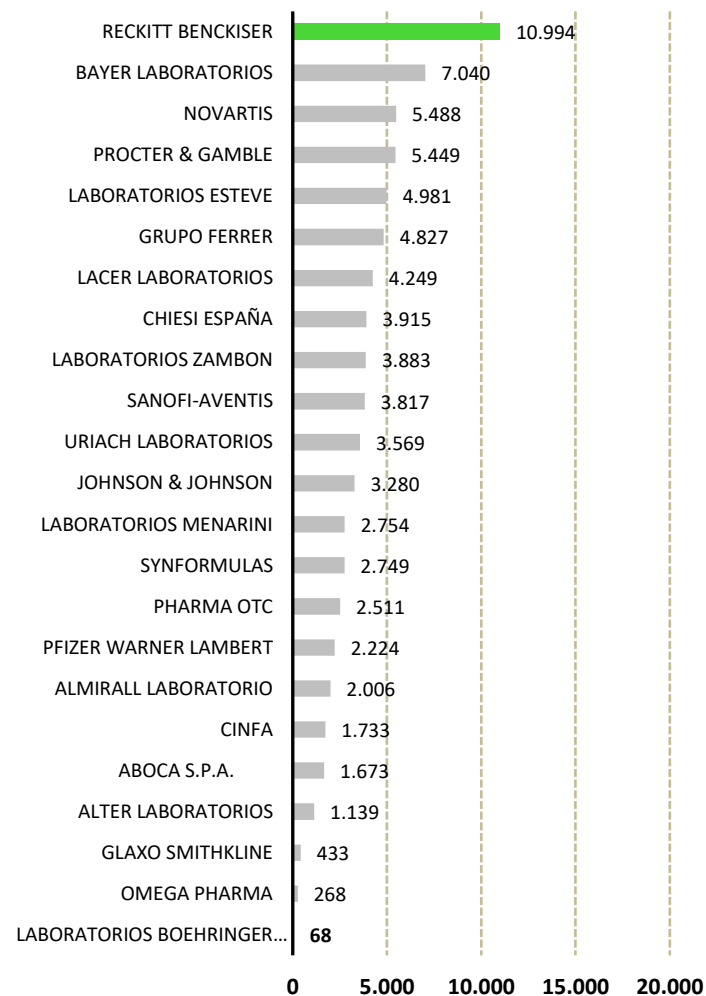
Evolución de la inversión publicitaria del sector farmacéutico por meses (2020-2022)



Reckitt Benckiser, Bayer y Novartis son los laboratorios que lideran el ranking de inversión del sector durante 2022 al igual que hicieron en 2021. Ocupar una de las cinco primeras posiciones requiere invertir por encima de los 5 millones de euros, cifra que ha superado también Procter, laboratorio que ocupa la 4ª posición. Destaca el descenso de inversión de Novartis y con cifras menores, el incremento de L. Zambon. Los 10 primeros copan el 50% de la inversión del sector.

▶ Ranking de laboratorios farmacéuticos por inversión publicitaria en 2022 (.000 de euros)

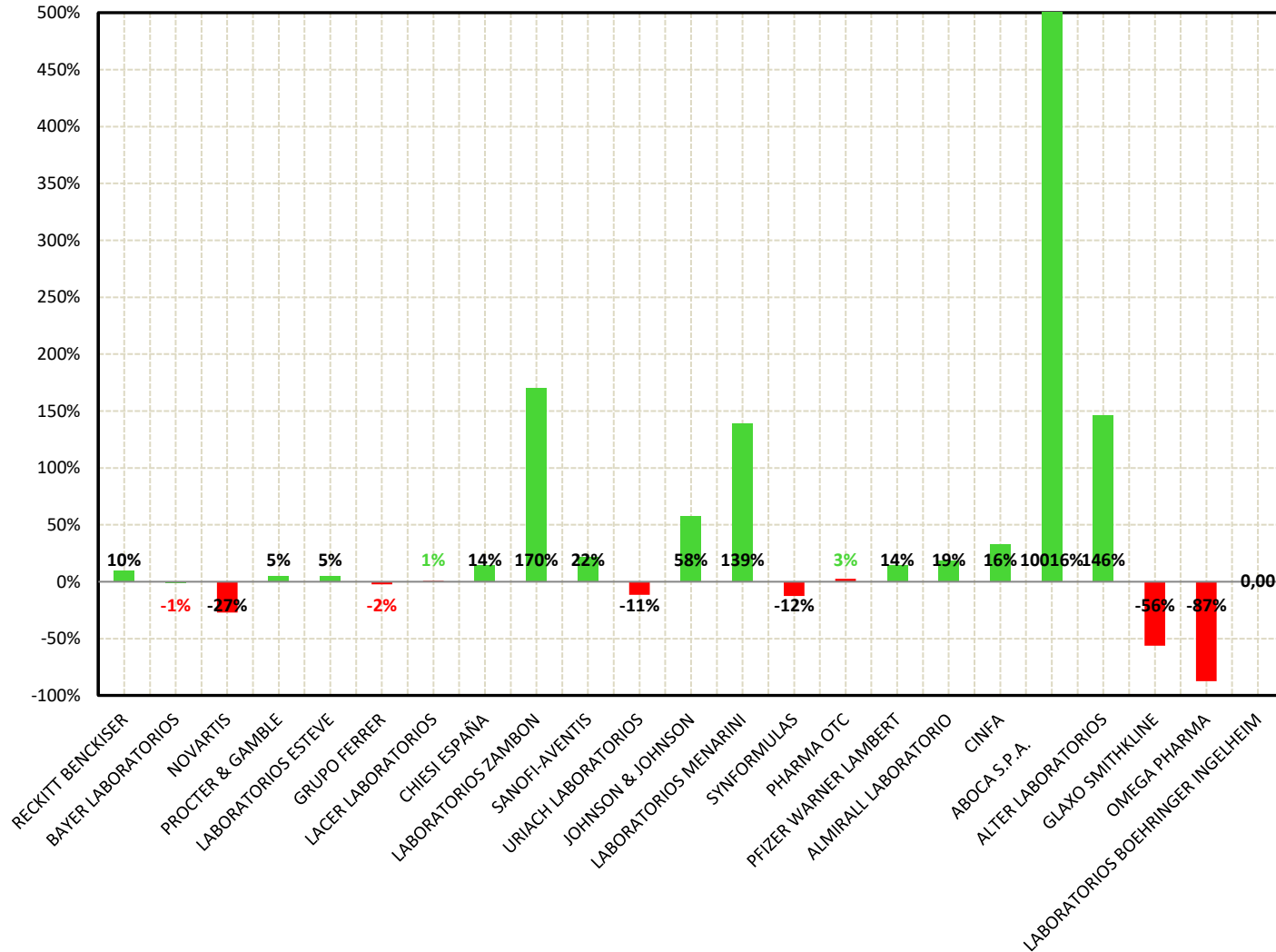
Laboratorio	Año 2020	Año 2021	Año 2022	% de variación año anterior
RECKITT BENCKISER	11.505	9.994	10.994	10%
BAYER LABORATORIOS	8.035	7.146	7.040	-1%
NOVARTIS	5.687	7.530	5.488	-27%
PROCTER & GAMBLE	5.730	5.190	5.449	5%
LABORATORIOS ESTEVE	5.111	4.751	4.981	5%
GRUPO FERRER	5.076	4.945	4.827	-2%
LACER LABORATORIOS	8.137	4.218	4.249	1%
CHIESI ESPAÑA	2.403	3.420	3.915	14%
LABORATORIOS ZAMBON	3.153	1.437	3.883	170%
SANOFI-AVENTIS	5.776	3.137	3.817	22%
URIACH LABORATORIOS	3.183	4.028	3.569	-11%
JOHNSON & JOHNSON	3.061	2.078	3.280	58%
LABORATORIOS MENARINI	603	1.151	2.754	139%
SYNFORMULAS	1.141	3.140	2.749	-12%
PHARMA OTC	2.910	2.449	2.511	3%
PFIZER WARNER LAMBERT	2.332	1.945	2.224	14%
ALMIRALL LABORATORIO	1.775	1.686	2.006	19%
CINFA	2.474	1.304	1.733	33%
ABOCA S.P.A.	1.154	17	1.673	10016%
ALTER LABORATORIOS	1.187	463	1.139	146%
GLAXO SMITHKLINE	4.749	992	433	-56%
OMEGA PHARMA	3.600	2.120	268	-87%
LABORATORIOS BOEHRINGER INGELHEIM	59	92	68	0
Resto de laboratorios	22.429	34.435	34.384	0%



Total inversión	111.269	107.668	113.435	5%
-----------------	---------	---------	---------	----

▷ % de variación de la inversión publicitaria del año 2022 respecto a 2021

En 2022, el ascenso de inversión de la gran mayoría de laboratorios, como consecuencia del fin de la crisis sanitaria, es muy relevante. Sólo 7 laboratorios bajan su inversión en 2022 respecto a 2021.





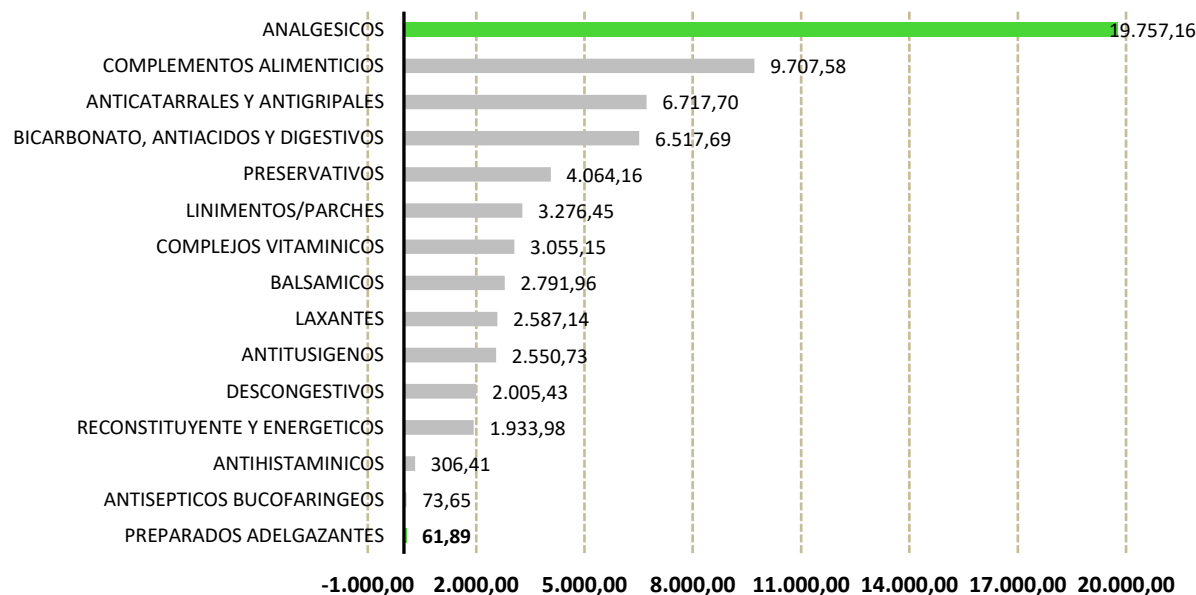
▶ Inversión publicitaria de los productos farmacéuticos (.000 de euros)

En 2022 caen un poco los complementos alimenticios que tenían una inversión muy alta en los años anteriores, de refuerzo contra las defensas, complementos alimenticios para combatir el estrés y la ansiedad, para dormir. Sube la inversión significativamente de los catarrales y antigripales debido al fin de la crisis sanitaria y la normalización de las enfermedades más comunes. Los analgésicos siguen liderando el ranking como en 2021.

Los últimos en el ranking, igual que en los años anteriores, son los preparados adelgazantes.

Tipo de medicamento	Año 2020	Año 2021	Año 2022	% de variación
ANALGESICOS	8.268,77	17.295,47	19.757,16	14%
COMPLEMENTOS ALIMENTICIOS	10.550,03	11.122,43	9.707,58	-13%
BICARBONATO, ANTIACIDOS Y DIGESTIVOS	3.832,19	5.294,93	6.517,69	23%
LINIMENTOS/PARCHES	7.842,13	3.381,51	3.276,45	-3%
ANTICATARRALES Y ANTIGRIPALES	5.123,93	1.730,39	6.717,70	288%
COMPLEJOS VITAMINICOS	4.229,36	5.820,84	3.055,15	-48%
PRESERVATIVOS	2.393,15	3.933,00	4.064,16	3%
ANTITUSIGENOS	4.698,73	425,63	2.550,73	499%
BALSAMICOS	1.596,53	2.766,08	2.791,96	1%
RECONSTITUYENTE Y ENERGETICOS	2.712,17	2.203,35	1.933,98	-12%
LAXANTES	2.009,00	2.133,83	2.587,14	21%
DESCONGESTIVOS	2.339,01	2.182,07	2.005,43	-8%
ANTIISTAMINICOS	496,63	309,56	306,41	-1%
ANTISEPTICOS BUCOFARINGEOS	555,10	90,10	73,65	-18%
PREPARADOS ADELGAZANTES	5,37	73,03	61,89	-15%
Resto de productos/medicamentos	54.617,06	48.906,13	48.027,58	-2%
<b>Total inversión</b>	<b>111.269</b>	<b>107.668</b>	<b>113.435</b>	<b>5%</b>

▶ Ranking de inversión de los productos farmacéuticos



 Estacionalidad de los tipos de medicamentos (2022)

Aunque el sector en su conjunto tiene una estacionalidad equilibrada por trimestres, cada tipo muestra características diferentes como se destaca en el cuadro,

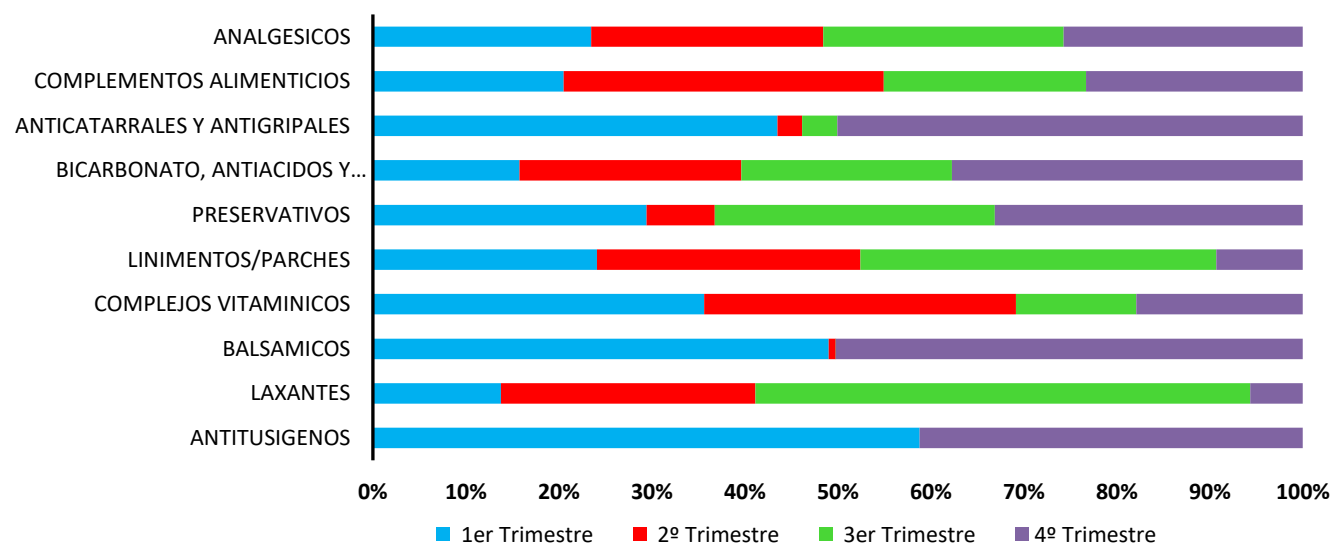
El primer y cuarto trimestre del año es donde se aglutina la inversión de anticatarrales y antigripales, antitusivos, descongestivos y balsámicos.

Los analgésicos se mantienen estables durante los cuatro trimestres.

En el segundo trimestre del año, sube la inversión publicitaria de los complementos alimenticios.

Tipo de medicamento	Total año 2022	1er Trim	2º Trim	3er Trim	4º Trim
ANALGESICOS	19.757	23%	25%	26%	26%
COMPLEMENTOS ALIMENTICIOS	9.708	21%	34%	22%	23%
ANTICATARRALES Y ANTIGRIPALES	6.718	44%	3%	4%	50%
BICARBONATO, ANTIACIDOS Y DIGESTIVOS	6.518	16%	24%	23%	38%
PRESERVATIVOS	4.064	29%	7%	30%	33%
LINIMENTOS/PARCHES	3.276	24%	28%	38%	9%
COMPLEJOS VITAMINICOS	3.055	36%	34%	13%	18%
BALSAMICOS	2.792	49%	1%	0%	50%
LAXANTES	2.587	14%	27%	53%	6%
ANTITUSIGENOS	2.551	59%	0%	0%	41%
DESCONGESTIVOS	2.005	45%	0%	0%	55%
RECONSTITUYENTE Y ENERGETICOS	1.934	22%	34%	32%	13%
ANTIISTAMINICOS	306	1%	31%	27%	40%
ANTISEPTICOS BUCOFARINGEOS	74	6%	42%	17%	34%
PREPARADOS ADELGAZANTES	62	21%	77%	1%	1%
Resto de productos/medicamentos	48.028	23%	29%	25%	23%

<b>Total inversión</b>	<b>113.435</b>	<b>26%</b>	<b>25%</b>	<b>23%</b>	<b>27%</b>
------------------------	----------------	------------	------------	------------	------------

 Estacionalidad de inversión publicitaria de los productos farmacéuticos




▶ Ranking de inversión publicitaria de marcas de productos farmacéuticos con más de un millón de euros en 2022

El top 5 de marcas que más invirtieron en 2022 está formado por Durex, Voltadol, Gelocatil Flogoprofen y Kijimea Colon Irritable. Las mismas marcas que en 2021.

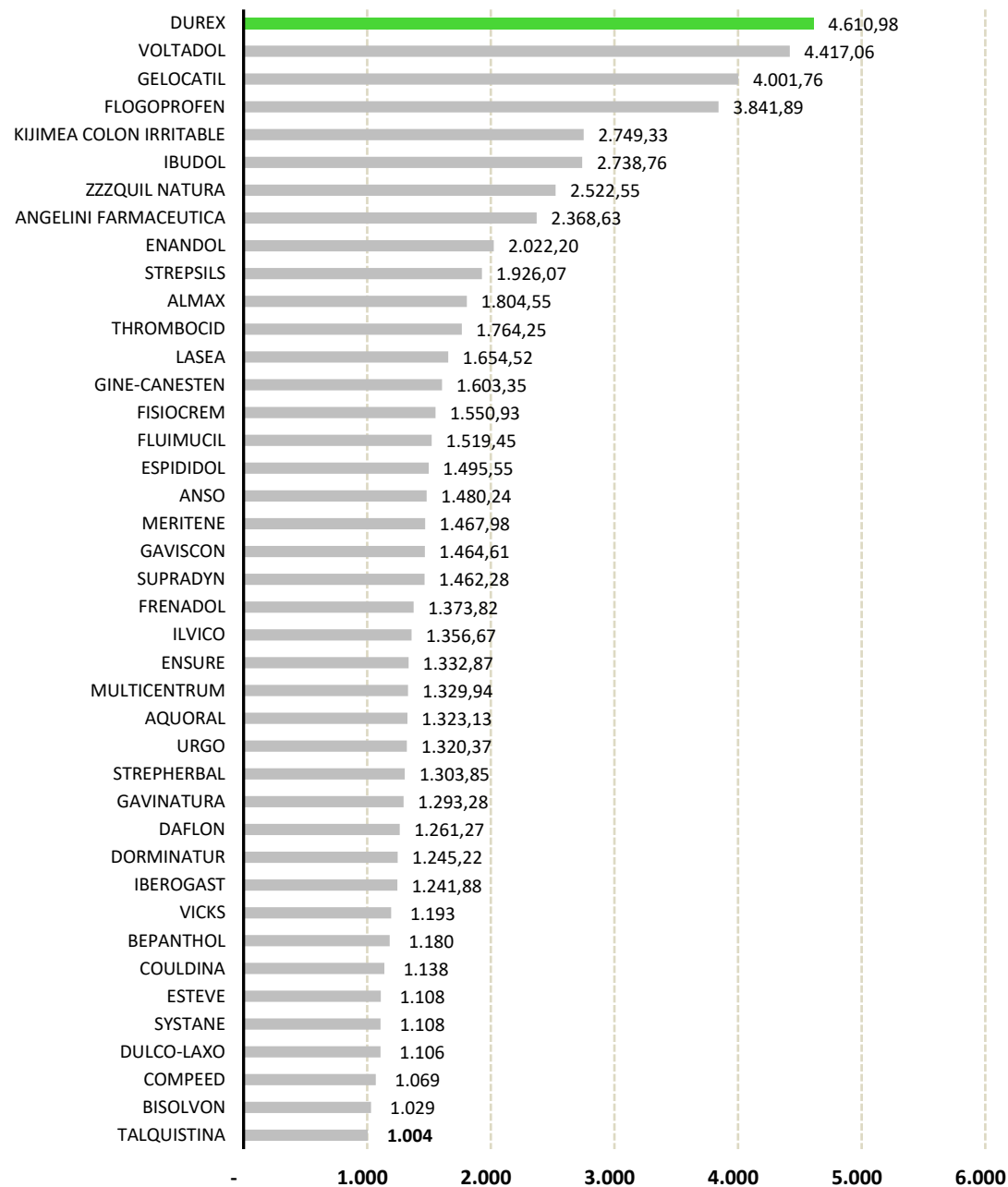
Las marcas con más de 1M representan el 64% del sector.

Marca	2020	2021	2022	% variación año anterior
DUREX	4.394	4.383	4.611	5%
VOLTADOL	4.178	5.734	4.417	-23%
GELOCATIL	4.435	4.573	4.002	-12%
FLOGOPROFEN	2.380	3.391	3.842	13%
KIJIMEA COLON IRRITABLE	1.141	3.140	2.749	-12%
IBUDOL	546	896	2.739	206%
ZZZQUIL NATURA	414	2.089	2.523	21%
ANGELINI FARMACEUTICA	22	771	2.369	207%
ENANDOL	-	333	2.022	508%
STREPSILS	1.420	1.876	1.926	3%
ALMAX	1.488	1.664	1.805	8%
THROMBOCID	1.677	1.800	1.764	-2%
LASEA	39	1.144	1.655	45%
GINE-CANESTEN	1.800	1.545	1.603	4%
FISIOCREM	784	1.133	1.551	37%
FLUIMUCIL	1.089	-	1.519	-
ESPIDIDOL	1.230	1.425	1.496	5%
ANSO	1.117	1.413	1.480	5%
MERITENE	1.989	2.330	1.468	-37%
GAVISCON	1.326	1.785	1.465	-18%
SUPRADYN	1.502	1.615	1.462	-9%
FRENADOL	1.631	577	1.374	138%
ILVICO	956	114	1.357	1094%
ENSURE	730	1.128	1.333	18%
MULTICENTRUM	1.345	946	1.330	41%
AQUORAL	1.571	1.319	1.323	0%
URGO	2	205	1.320	544%
STREPPERBAL	-	-	1.304	-
GAVINATURA	-	525	1.293	146%
DAFLON	430	1.046	1.261	21%
DORMINATUR	1.128	1.024	1.245	22%
IBEROGAST	1.819	1.597	1.242	-22%
VICKS	3.503	1.561	1.193	-24%
BEPANTHOL	1.218	903	1.180	31%
COULDINA	969	463	1.138	146%
ESTEVE	1.087	988	1.108	12%
SYSTANE	375	993	1.108	12%
DULCO-LAXO	-	542	1.106	104%
COMPEED	16	629	1.069	70%
BISOLVON	1.838	264	1.029	290%
TALQUISTINA	936	1.005	1.004	0%

En 2022, 9 marcas de productos farmacéuticos han invertido más de dos millones de euros, tres de ellas superando los cuatro millones de euros.

Estas marcas representan el 25,8% del total sector.

▶ Ranking de inversión publicitaria de marcas de productos farmacéuticos, año 2022 (en .000)





# ADtivity

FARMACIA

Esta ha sido una visión general de la actividad publicitaria de su sector durante 2022.

¿Se imagina la ventaja de contar con esta información y mucho más cada día en su e-mail con alertas?



Seguimiento exhaustivo de la actividad publicitaria de su marca y la competencia.



Análisis de las creatividades: estilo de comunicación, ofertas y promociones, contenidos, slogan, público objetivo...



Toda la información ,cada día en su e-mail.

**arce**media

Avda. de Manoteras 22, 3ª planta  
28050 Madrid  
Tel. 91 344 00 94

 |  |  | [arcemedia.es](http://arcemedia.es) |