

PlantaDoce.

Entorno

El negocio 'farma', más maduro en Internet: el ticket medio cae hasta 64 euros

El sector farmacéutico redujo su ticket medio un 4,46% el año pasado. En su conjunto, el gasto medio realizado en las compras a través de Internet se situó en 56,71 euros en 2018, frente a los 59,11 euros de 2017.

A. Escobar
16 jul 2019 - 04:57



El negocio farmacéutico español continúa aumentando su popularidad en Internet. A medida que adquirir fármacos sin prescripción médica por la Red se ha vuelto una práctica más habitual entre los españoles, la curva del ticket medio muestra una evolución a la inversa. En 2018, el importe medio se contrajo más de un 4%, por debajo de los 65 euros.

PlantaDoce.

El ticket medio de las compras online de productos farmacéuticos en España descendió un 4,46% en 2018 en comparación con 2017, hasta situarse en 64,46 euros, según se desprende de los últimos datos divulgados por la Comisión Nacional del Mercado y de la Competencia (Cnmc).

En la evolución anual desde 2014 (los datos más recientes después de que le Cnmc hiciese una revisión de las estadísticas), el ticket medio ha mostrado una tendencia descendente. Hace cinco años, el valor medio de la cesta online de *farma* fue de 80,16 euros, cifra que continuó cayendo hasta 76,83 euros en 2015 y 72,04 euros en 2016.

Por otra parte, el ticket medio online de productos farmacéuticos es más elevado que el del conjunto del comercio electrónico en España. El ticket medio del conjunto del ecommerce se situó en 56,71 euros en 2018, frente a los 59,11 euros de 2017.

Según los datos aportados por la Cnmc, las ventas de medicamentos y productos sanitarios a través de Internet en España ascendieron a 210,97 millones de euros en 2018, frente a los 183 millones de euros registrados en el mismo periodo del año anterior. **Las ventas totales en ecommerce alcanzaron 39.243 millones de euros el año pasado**, con un incremento del 29% en comparación con los datos de un año antes.

En paralelo, las ventas online de productos farmacéuticos desde España con el exterior, es decir, consumidores españoles que compran en plataformas digitales en el extranjero, se incrementaron un 17% en 2018 respecto al mismo periodo de 2017, hasta 26,7 millones de euros. Por otro lado, el negocio digital de medicamentos desde el exterior con España, es decir, en plataformas españolas con destino al extranjero, se incrementó un 29,94%, hasta 21,68 millones.

Las ventas de productos sanitarios a través de Internet en España ascendieron a 210,97 millones de euros en 2018

Think-Pharma Tank, propietaria de la farmacia y parafarmacia online Farmaciasdirect, anunció el pasado junio la adquisición de Miotrafarmacia y

PlantaDoce.

Minhaoutrafarmacia, con la que reforzó su posicionamiento en el mercado nacional y abrió mercado en Portugal, según informó PlantaDoce. Es uno de los mayores *pure players* del sector.

Otros de los *players* del sector es Promofarma, un *marketplace* para la venta de productos de parafarmacia. La compañía cuenta con más de 100.000 productos en su catálogo online y suma cerca de 5.000 marcas.