

RESUMEN DE LOS RESULTADOS EN ESPAÑA

Informe Better Health 2025

Tendencias en prevención que están moldeando el futuro de la industria del autocuidado

Clemens Oberhammer, Christian Rebholz
Carlos Ardévol, Alberto Salas

simon-kucher.com

SIMON KUCHER
Unlocking better growth



Cinco tendencias que están transformando el mercado del autocuidado en España

- 1.**  La calidad es clave, aunque el precio sigue siendo determinante
- 2.**  Las soluciones digitales complementan, sin sustituir, a las tradicionales
- 3.**  Los profesionales sanitarios siguen siendo la voz más influyente
- 4.**  Los consumidores esperan una experiencia omnicanal integrada
- 5.**  La IA emerge como una fuente de asesoramiento preventivo

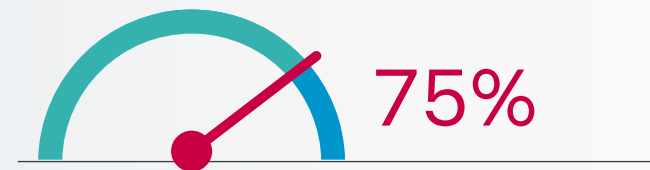


La prevención y el cuidado de la salud ya no son una opción

En los últimos cinco años la prevención se ha convertido en una prioridad para los consumidores en España

¿Cómo ha evolucionado la concienciación sobre la relevancia de la prevención y el cuidado de la salud en los consumidores Españoles?

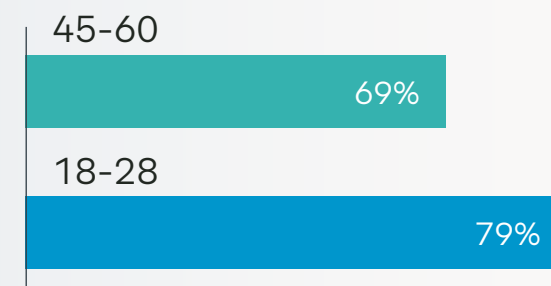
Incremento de la concienciación sobre la relevancia de la prevención



Cerca del 75 % de los consumidores españoles afirma haber aumentado su concienciación en los últimos cinco años

El crecimiento es especialmente notable entre los consumidores más jóvenes, sugiriendo un impulso por su mayor exposición al entorno digital y la accesibilidad a contenidos de salud

Comparativa por edad (incremento de la concienciación en prevención)





Los consumidores no buscan vivir más, sino vivir mejor

¿Por qué cada vez más consumidores se interesan por la prevención?

La respuesta está en sus propias experiencias y en la influencia de los contenidos digitales

Causas principales del aumento de la conciencia sobre la prevención

30% Vivencias personales o familiares

19% Mayor comunicación con profesionales sanitarios

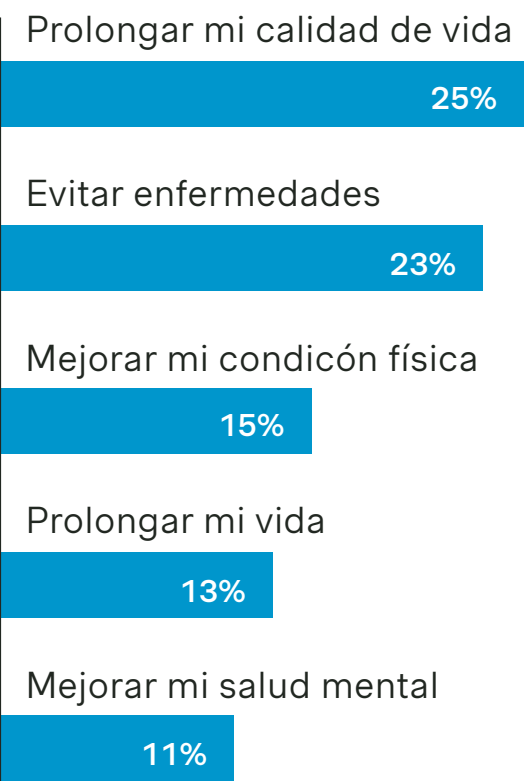
18% Mayor exposición a contenido de salud online

14% Uso de herramientas digitales de salud

¿Qué buscan los consumidores?

No se trata solo de prolongar la vida, sino de mejorar su calidad y bienestar diario

Principales motivaciones de los consumidores



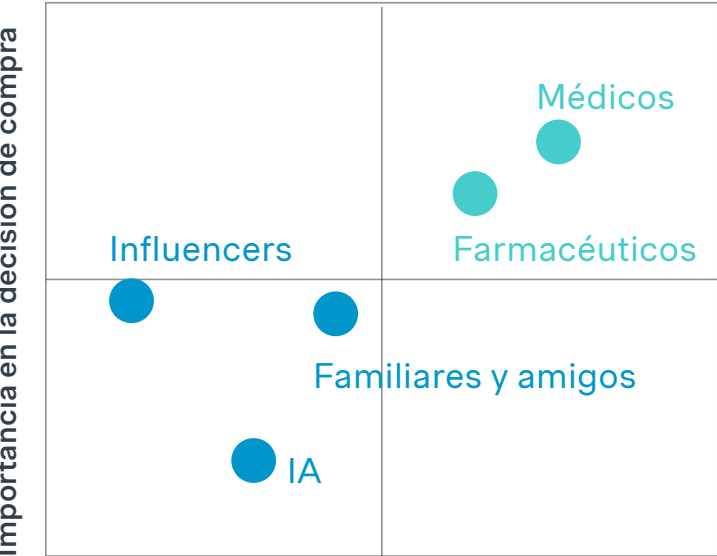


La IA gana terreno, pero no reemplaza

Los profesionales sanitarios siguen siendo la fuente más fiable en las decisiones sobre salud preventiva, aunque cada vez más consumidores incorporan la IA en su proceso de decisión

¿En quién confían los consumidores cuando se trata de prevención y cuidado de la salud?

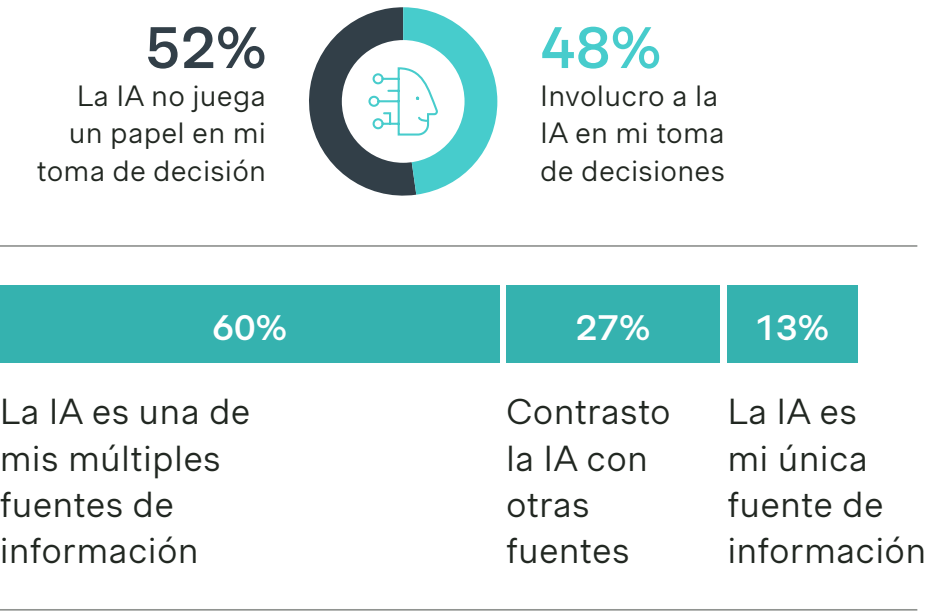
Los médicos siguen siendo la fuente de información más fiable: el 79% de los consumidores confía en ellos en la toma de decisiones



Credibilidad a la hora de buscar información

¿Qué papel está jugando la IA en las decisiones de los consumidores?

Aunque la IA se integra cada vez más en las decisiones (48%), su uso en España sigue por debajo de la media europea (55%), con preferencia por fuentes más tradicionales





¿Qué buscan los consumidores al elegir productos de prevención?

Los consumidores españoles priorizan la eficacia, pero el precio sigue jugando un papel clave a la hora de decisión

Atributos más valorados por los consumidores



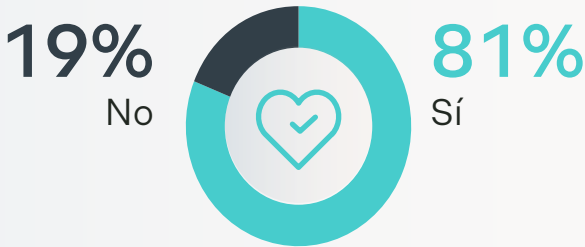
- +

Los consumidores españoles combinan el uso de herramientas digitales y tradicionales

¿Utilizan los consumidores herramientas digitales para apoyar la rutina?

Los españoles integran cada vez más herramientas enfocadas al cuidado y la prevención de la salud en su vida diaria

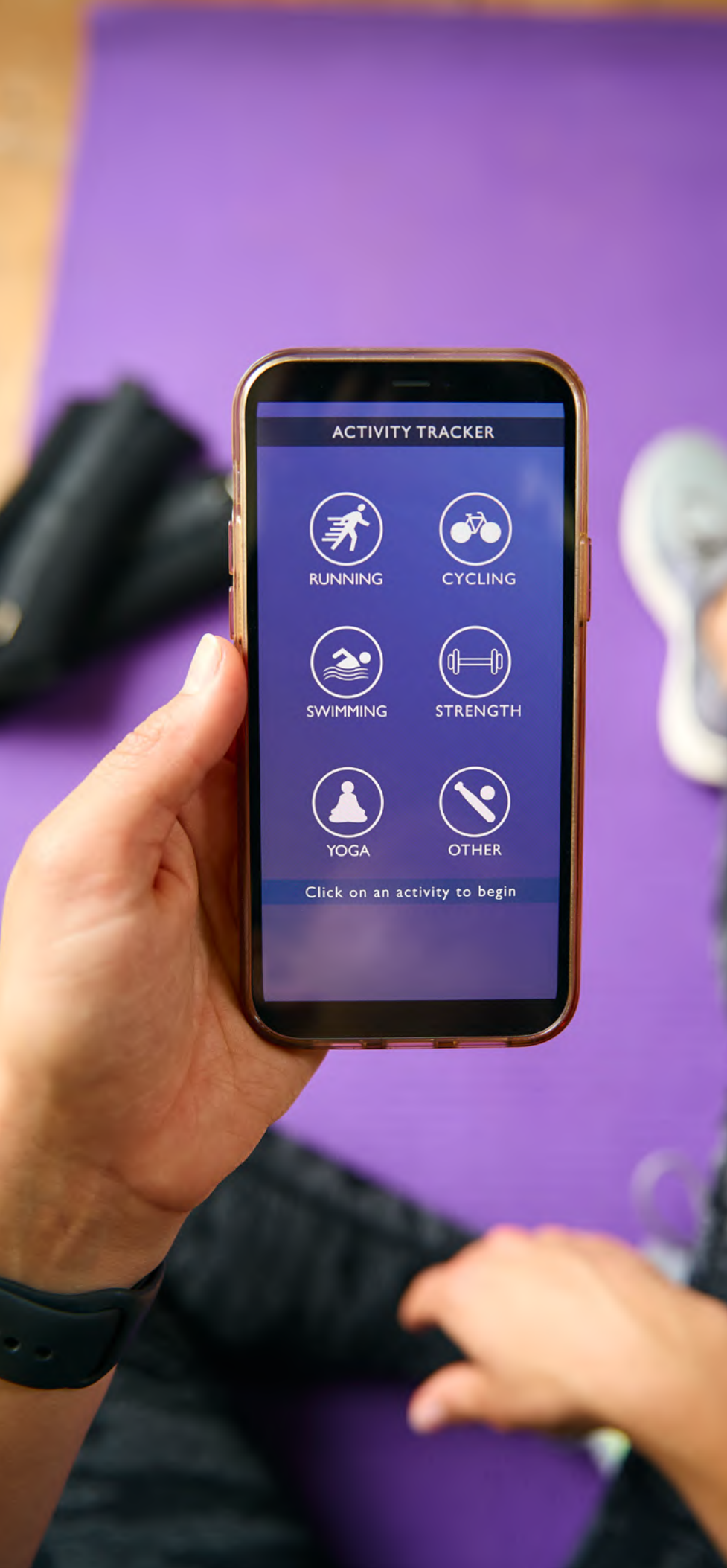
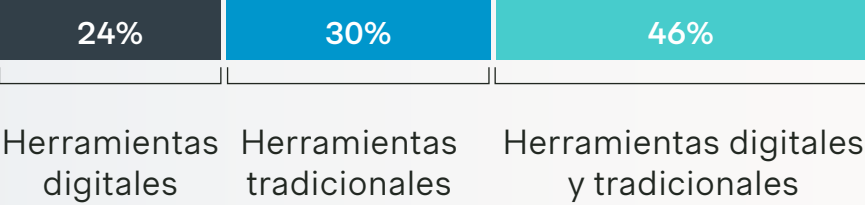
Porcentaje de consumidores que utilizan alguna herramienta digital en su rutina de prevención



¿Qué herramientas son las más utilizadas por los consumidores españoles?

Los consumidores combinan soluciones digitales y tradicionales en su rutina de prevención

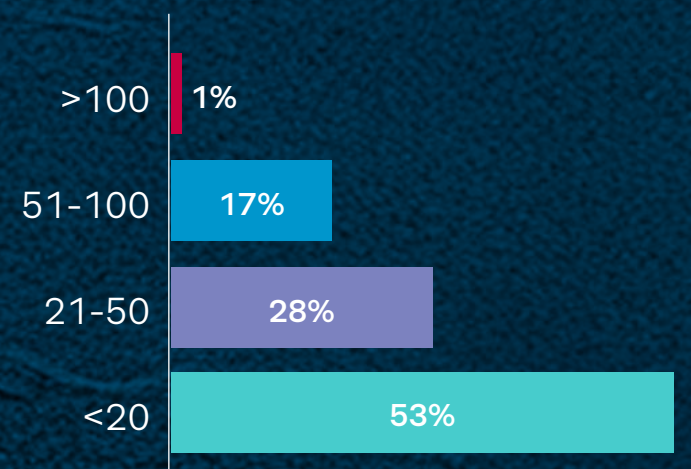
Tipo de herramientas utilizadas por los consumidores españoles en su rutina de prevención



¿Cuánto están invirtiendo de manera mensual los consumidores?

La prevención ya forma parte del presupuesto familiar: casi la mitad de los consumidores españoles gasta más de 20 € al mes en productos o servicios relacionados con la salud preventiva

Gasto mensual en productos relacionados con la prevención de la salud



~80% ↗

Espera incrementar o mantener su gasto en los próximos años

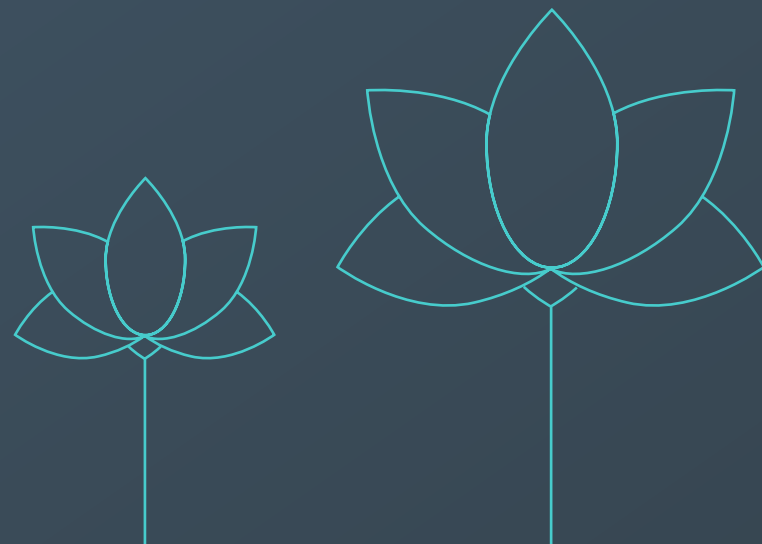
Crece con éxito en el mercado de la prevención

Como pueden las empresas crecer de forma rentable, acompañados por Simon-Kucher

El mercado de la prevención evoluciona rápidamente. Para mantenerse competitivos, las empresas necesitan una estrategia clara, presencia omnicanal y una estrategia de precios en línea con el valor que perciben los consumidores. A continuación, mostramos como las empresas pueden tener éxito y como Simon-Kucher puede ayudarlos.

Hablemos. Comienza con una evaluación comercial de dos semanas enfocada en prevención para desbloquear tu próxima ola de crecimiento.

[Contáctanos hoy.](#)



Lo que necesitan las empresas



Portfolios de producto atractivos

Demostración de eficacia, ecosistemas híbridos, y propuesta de valor convincente



Impulso de la demanda

Activación dirigida en segmentos clave de consumidores



Estrategia omnicanal y excelencia comercial

Conexión fluida entre los canales online y offline



Monetización inteligente

Los consumidores pagan, si el valor es claro y relevante

Cómo ayuda Simon-Kucher

- Estrategia de portfolio
- Innovación y excelencia en lanzamientos

- Estrategia de entrada al mercado
- Excelencia en ventas y detailing para farmacias y profesionales de la salud

- Estrategia omnicanal y D2C
- Optimización de canales y efectividad comercial
- Optimización del Gross-to-Net

- Pricing basado en valor
- Modelos de suscripción y digitales
- Excelencia en pricing digital

Contactos en España



Ana Mozetic

Socia
Oficina de Madrid

[ana.mozetic@
simon-kucher.com](mailto:ana.mozetic@simon-kucher.com)



Carlos Ardévol

Senior Manager
Oficina de Madrid

[carlos.ardevol@
simon-kucher.com](mailto:carlos.ardevol@simon-kucher.com)



Alberto Salas

Manager
Oficina de Copenhagen

[alberto.salas@
simon-kucher.com](mailto:alberto.salas@simon-kucher.com)

Follow us on



Discover more on

simon-kucher.com

© 2025 Simon Kucher & Partner Strategy & Marketing Consultants GmbH.
All rights reserved.

SIMON 
KUCHER
Unlocking better growth

