

Leve crecimiento del mercado de antiparasitarios externos

El de los mercados antiparasitarios externos es, sin ninguna duda, el principal segmento del mercado de medicamentos de animales de compañía. De entre las principales opciones, los collares son los que cuentan con mayor cuota de mercado.

Prevenir es mejor que curar. Sin duda, esta es la gran máxima que hay que tener en cuenta cuando se habla de los parásitos en los animales. Y es que mantener a estos organismos a raya, principalmente en épocas de calor, es clave para que perros y gatos no se infesten con todas las enfermedades que estos transmiten, entre las que destacan la Leishmaniosis o la Ehrlichiosis. Para ello, es necesario llevar a cabo ciertas precauciones como revisar a menudo el pelaje del animal y mantener una correcta higiene del mismo con productos específicos. Asimismo, a todo ello hay que añadirle el uso de algún antiparasitario externo, la elección del cual tendrá que ir de acorde con el estilo de vida del perro y la zona en la que viva y/o pasee. Así, los animales que vivan en zonas rurales, y fincas abiertas, probablemente van a necesitar mayor protección, pues están expuestos a más agentes externos.

Hoy en día, existe una gran variedad de productos con diversos formatos que se adaptan a las necesidades la mayoría de propietarios y animales. Cada uno de ellos cuenta de diferentes características, pero entre los principales formatos encontramos: collares antiparasitarios, pipetas antiparasitarias, sprays antiparasitarios y dispositivos ultrasónicos.

Leve crecimiento

La gran importancia que tienen los antiparasitarios para una buena salud de las mascotas también se traslada al peso que tienen en el mercado total de medicamentos de animales de compañía de nuestro país. Así, como viene siendo tradición, el de los antiparasitarios es el principal segmento del mercado. De este modo lo demuestran los datos de vetEvidence, que recientemente ha publicado el Dossier del mercado de alimentos de animales de compañía de 2018, y según los cuales el mercado de antiparasitarios externos facturó algo más de 113,6 millones de euros. Pese a que este segmento creció respecto al 2017, lo hizo solo un 4,18%. De hecho, se produjo un aumento menor que el vivido en el año anterior, que fue de 14,84% y que situó la cifra total en 109,1 millones de euros.

Los motivos de este menor crecimiento, en comparación con el del año pasado, recaen en dos aspectos. Por una parte, podríamos hablar de un año climatológicamente adverso. Así, si bien, en términos generales, el 2017 fue un año cálido, este 2018 lo fue algo menos. Y es que hay que tener en cuenta que los climas más templados favorecen la reproducción de los parásitos, incentivando así las parasitaciones externas. El otro factor que ha propiciado un menor crecimiento global del mercado de antiparasitarios externos ha sido el menor incremento vivido por

RANKING MARKET SHARE DE EMPRESA

MSD	35,55%
BAYER	29,12%
BOEHRINGER	19,49%
ZOETIS	4,70%
VIRBAC	3,54%
CEVA	3,24%

Datos acumulados hasta junio 2018
Fuente: vetEvidence, Informe petSellout.
Venta semibruta del tramo del distribuidor a detallista.

RANKING MARKET SHARE DE PRODUCTOS

SERESTO	52%
BRAVECTO	
SCALIBOR	
ADVANTIX	18%
NEXGARD	
FRONTLINE TRI-ACT	
NEXGARD SPECTRA	11%
BROADLINE	
VECTRA	
SIMPARICA	7%
FRONTLINE SPOT ON	
EFFITIX	
STRONGHOLD	4%
FRONTLINE SPRAY	
STRONGHOLD PLUS	

Datos acumulados hasta septiembre 2018
Fuente: vetEvidence, Informe petSellout.
Venta semibruta del tramo del distribuidor a detallista.

Los collares antiparasitarios son los que cuentan con mayor cuota de mercado

MERCADO ANTIPARASITARIOS EXTERNOS

2017

Volumen 109.102.470€

Crecimiento 14,84%

2018

Volumen 113.658.862€

Crecimiento 4,18%

Fuente: vetEvidence, Informe petSellout. Venta semibruta del tramo del distribuidor a detallista.

parte de los antiparasitarios externos orales, que entre 2015 y 2017 vivió un crecimiento considerable.

El collar, el rey

Como se ha mencionado un poco más arriba, existen una gran diversidad de formatos y opciones dentro del segmento de antiparasitarios externos. Sin embargo, según las cifras de vetEvidence, y por primera vez, los collares han sido los antiparasitarios externos más vendidos. De esta manera, mientras que en 2015 tenían solo una cuota del 20,3%, siendo la última opción, el año pasado se erigieron como la opción preferida, con un 31,7% de la cuota. El crecimiento de los collares en estos últimos años (2015-2018) se ha producido, principalmente, por el collar Seresto (Bayer), que proporciona protección hasta ocho meses contra pulgas, garrapatas y enfermedades de

transmisión vectorial. Otros collares también interesantes son Scalibor (MSD) y los presentados más recientemente por Calier, Merlin, y por Virbac, Prevendog.

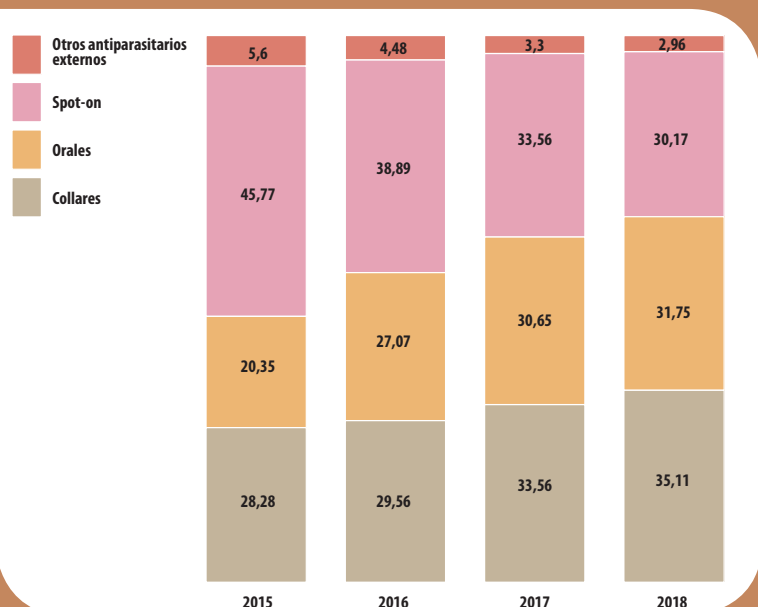
Los spot-on, que hasta la fecha habían sido los antiparasitarios externos más vendidos, retroceden hasta la tercera posición, con un 30,1%, y dejaron así a los antiparasitarios externos orales en segundo lugar, con un 31,7% del *market share* de este segmento.

Según el Informe petSellout, con datos acumulados hasta junio del 2018, MSD sería la compañía con una mayor cuota en antiparasitarios externos con un 35,5%. Y es que, en este segmento, MSD cuenta con los comprimidos masticables Bravecto, Bravecto Spot on Perros y Gatos, Exspot, Ectodex 50mg/ml y el ya mencionado collar Scalibor. A MSD le seguiría Bayer (29,1%), Boehringer (19,5%), Zoetis (4,7%), Virbac (3,5%) y Ceva (3,2%).

En cuanto a los productos destacados, con cifras hasta septiembre del año pasado, el collar antiparasitario de Bayer Seresto es el líder de este segmento. Le seguiría, bastante cerca, el comprimido masticable Bravecto, de MSD, y el collar Scalibor, también de MSD. A continuación, la pipeta Advantix (Bayer), los comprimidos Nexgard (Boehringer) y los spot-on Frontline Tri-Act (Boehringer).

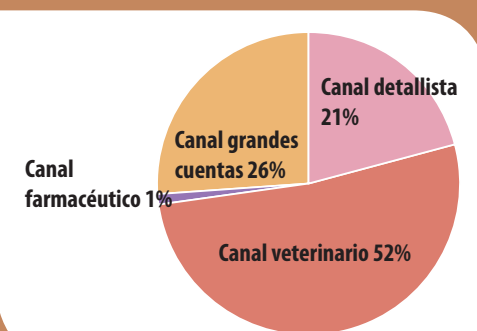
Finalmente, el Informe petSellout incluye también detalles sobre los principales canales de venta. Así, las cifras, que se basan en un panel de los siete principales productos antiparasitarios externos para perros en formato spot-on y collares, muestran que el canal veterinario es el elegido mayoritariamente por los consumidores. Le siguen las grandes cuentas y el canal detallista. Progresivamente, el canal veterinario y el detallista van perdiendo relevancia en favor del canal grandes cuentas, que va creciendo paulatinamente. Un porcentaje muy residual se decanta por el canal farmacéutico para adquirir estos productos. 🐾

EVOLUCIÓN POR SEGMENTOS DE PRODUCTOS



Fuente: vetEvidence, Informe petSellout. Venta semibruta del tramo del distribuidor a detallista.

CUOTA POR CANAL DE VENTA 2018



Fuente: vetEvidence, Informe petSellout. Panel de los siete principales productos APEX para perros en formato spot-on y collares.

El mercado de antiparasitarios externos facturó algo más de 113,6 millones de euros