

IMS Health & Quintiles are now



# Avaliação do Mercado Institucional & Oportunidades para a Distribuidor X

*Novembro de 2019*

Alexandre Santos, Diretor Associado de  
Relacionamento com Parceiros Estratégicos,  
América Latina

# De onde viemos?

+51,000 Funcionários no mundo.

**imshealth**™

**16,000+** Empregados servindo clientes em mais de **100+** países

**1,200+** experts em Saúde , Higiêne Beleza & Mercado Farma

**7,000+** empregados em funções de vendas

**3,000+** empregados alocados em Laboratórios Farmacêuticos

**QUINTILES**®

**35,000+** Empregados (Farmacêuticos/Enfermeiras/Assis-tentes, etc....) servindo clientes em mais de **100+** países

**1,100+** Médicos

**~1,050** PhDs

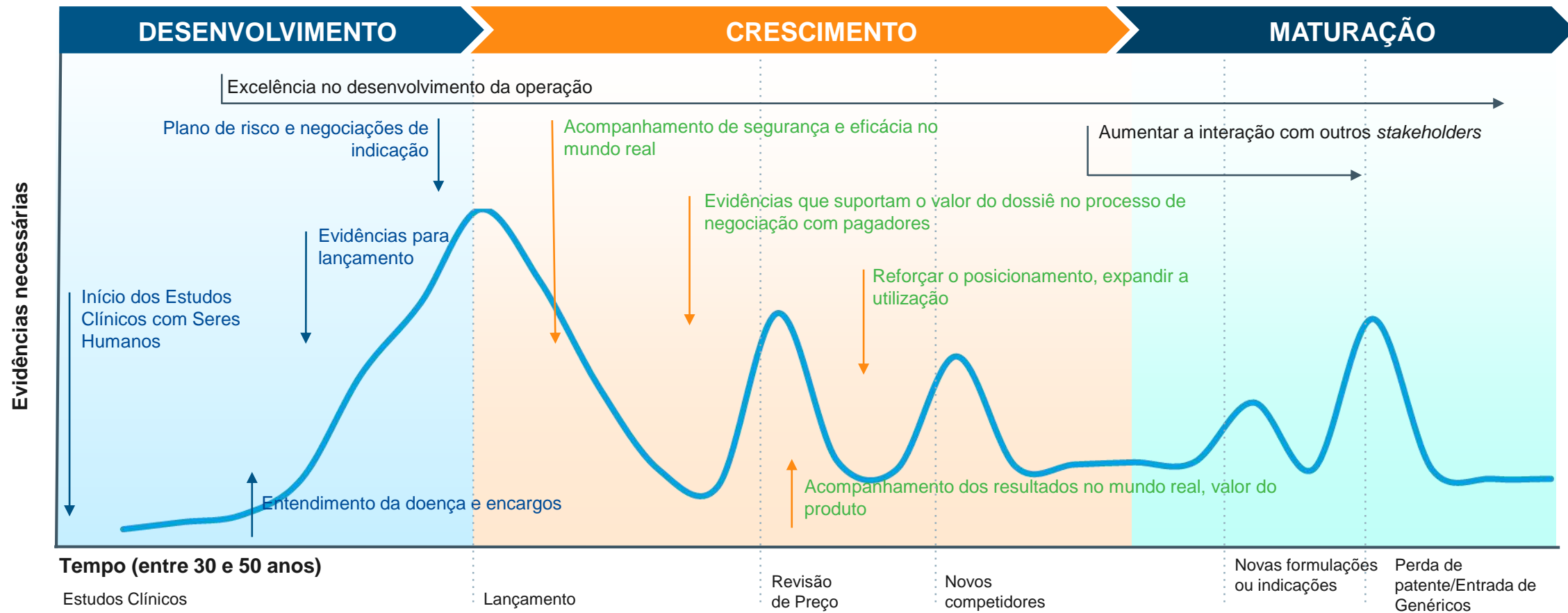
**~850** Biostatísticos & Programadores Estatísticos

**6,700+** Representantes de Vendas Farmacêuticas

**900+** Educadores Clínicos

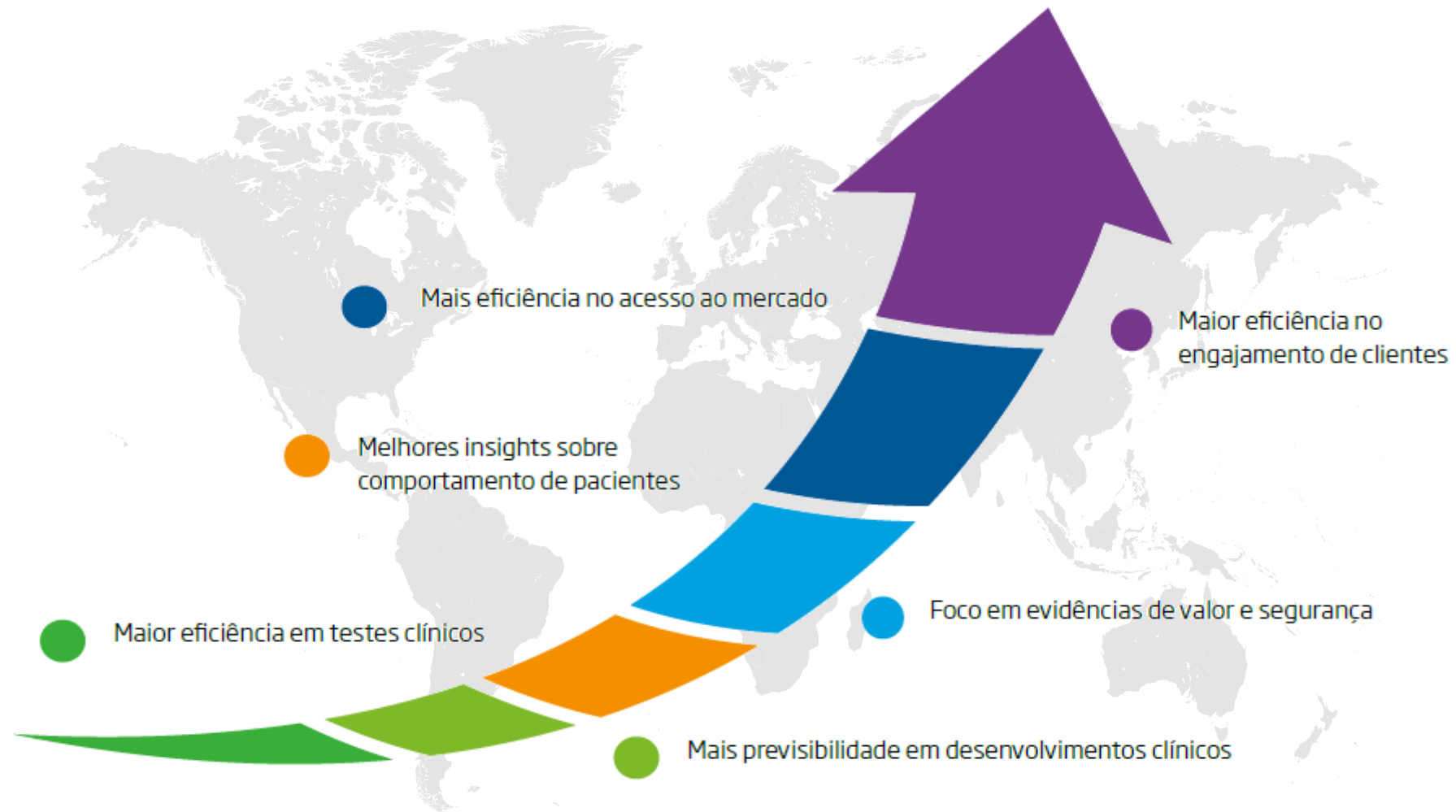
# O que fazemos?

Participamos de todo o ciclo de vida dos produtos



# Por que fazemos?

*Soluções completas e voltadas para melhorar a vida de seres humanos em todo o mundo*



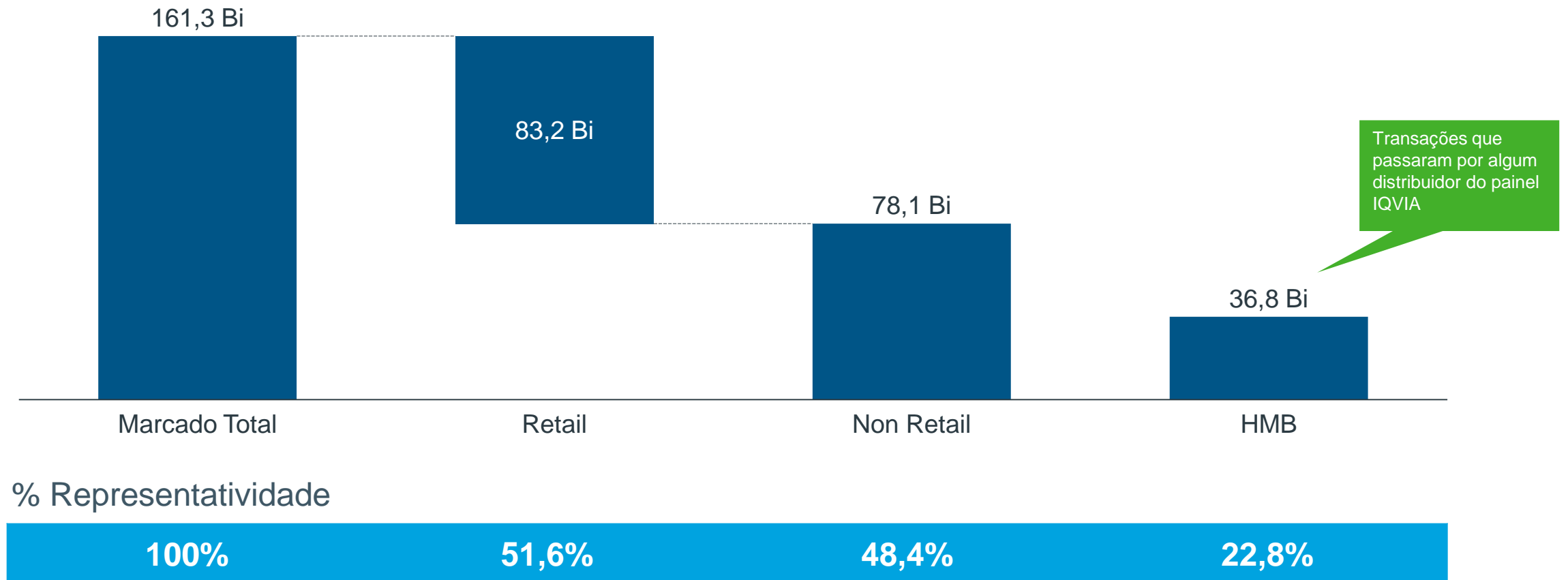
# Agenda

- + Mercado Farmacêutico Total
  - Mercado Institucional
- + Posicionamento da Distribuidor X
  - Varejo
  - Institucional

# Mercado Farmacêutico total

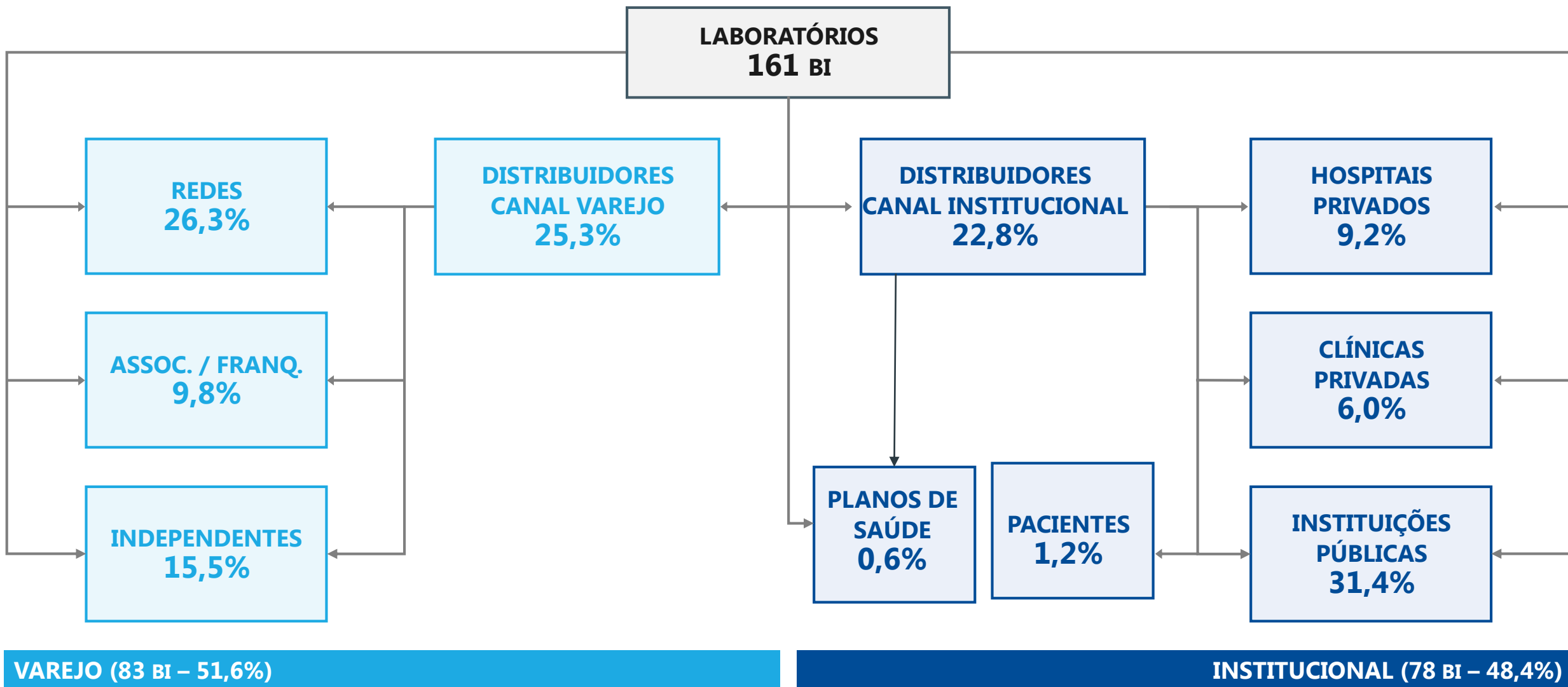
# Considerando o mercado Institucional R\$ 37 Bi passaram por Distribuidores no último ano.

## Mercado Farmacêutico – R\$ PF YTD Setembro 2019



# DISTRIBUIÇÃO DO MERCADO FARMACÊUTICO YTD SET /2019 – REAIS (FABRICA)

Painel IQVIA + Venda Direta dos Laboratórios: APENAS LABORATORIOS FARMACEUTICOS

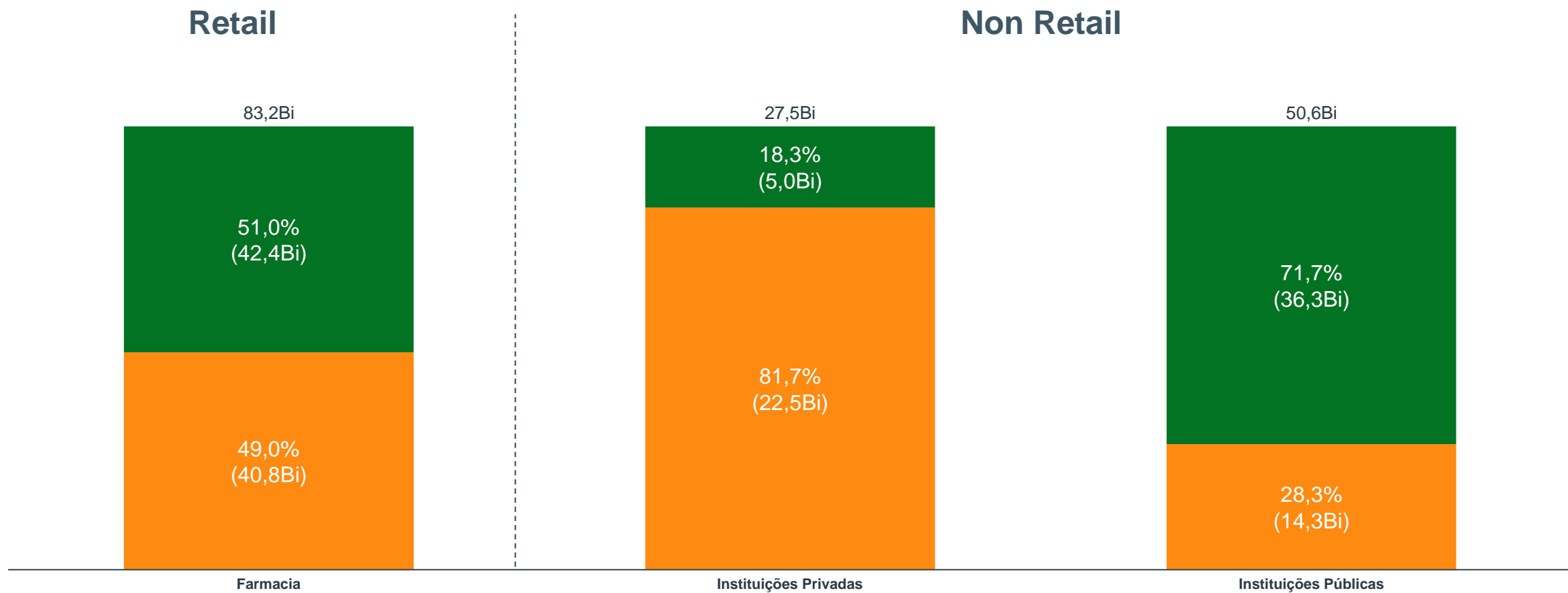




# O maior volume da venda direta está concentrada nas Instituições Públicas.

*Distribuição de vendas por subcanal – YTD Setembro 2019*

■ Venda Direta ■ Venda via Distribuição

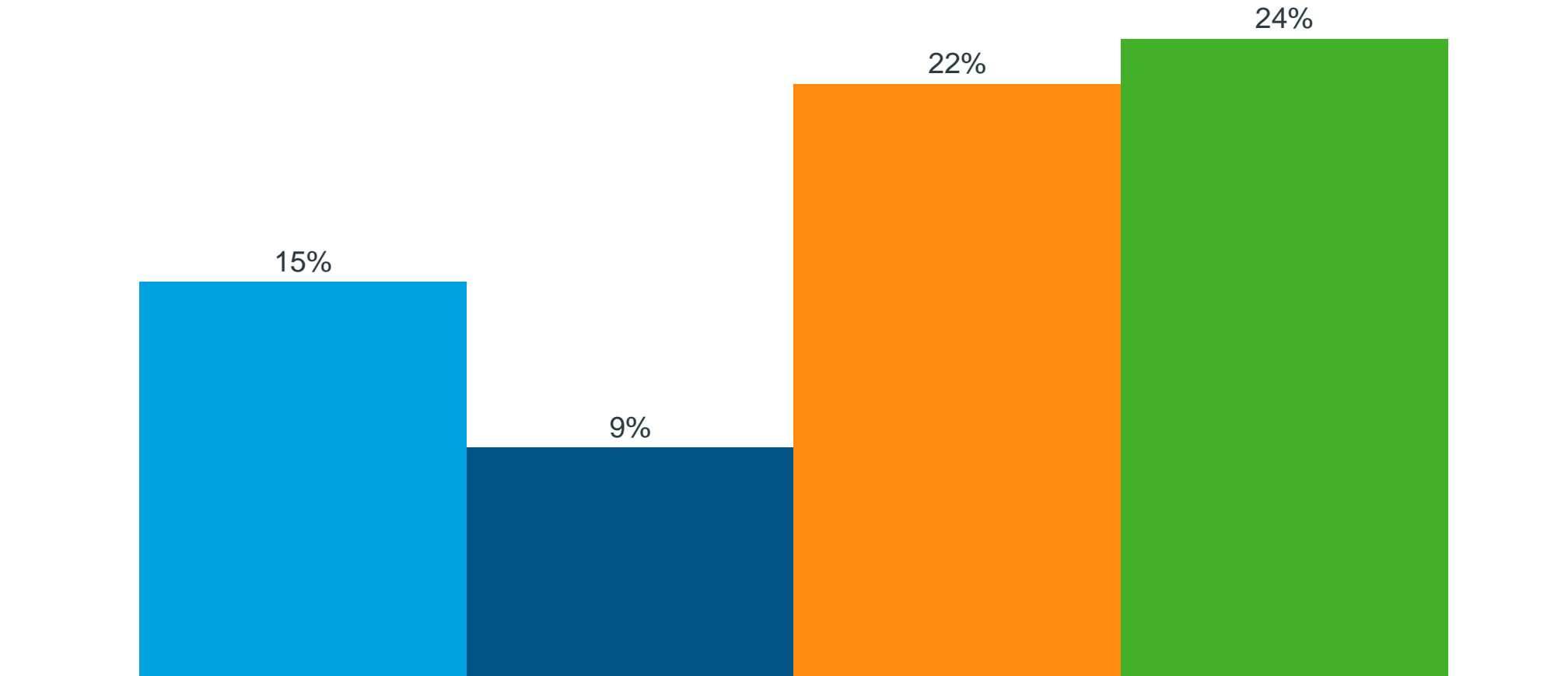


# Mercado Institucional

O mercado HMB cresce acima do Non Retail, ou seja, está ocorrendo o aumento do volume de vendas no modelo via distribuição em relação a venda direta do laboratório.

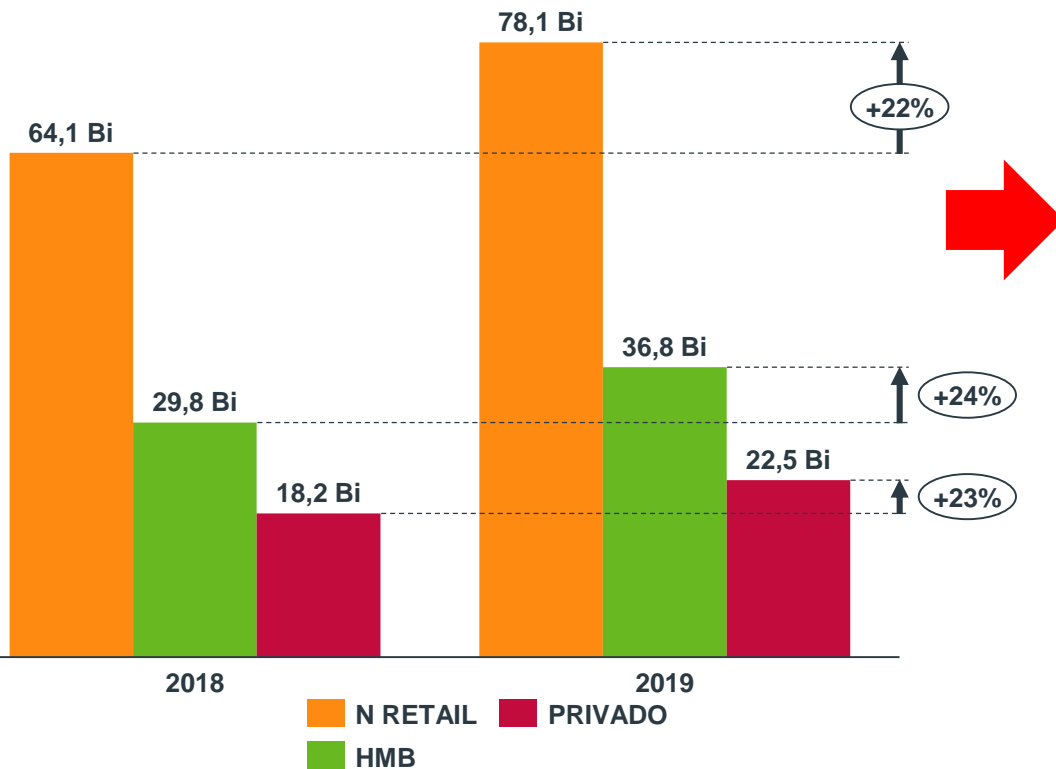
Crescimento do Mercado Farmacêutico – R\$ PF YTD Setembro 2019 x 2018

■ Mercado Total ■ Retail ■ Non Retail ■ HMB



# Ocorreu um aumento da relevância da venda via distribuição no último ano nas 3 principais CTs para o canal Institucional. Elas representam 70% do mercado.

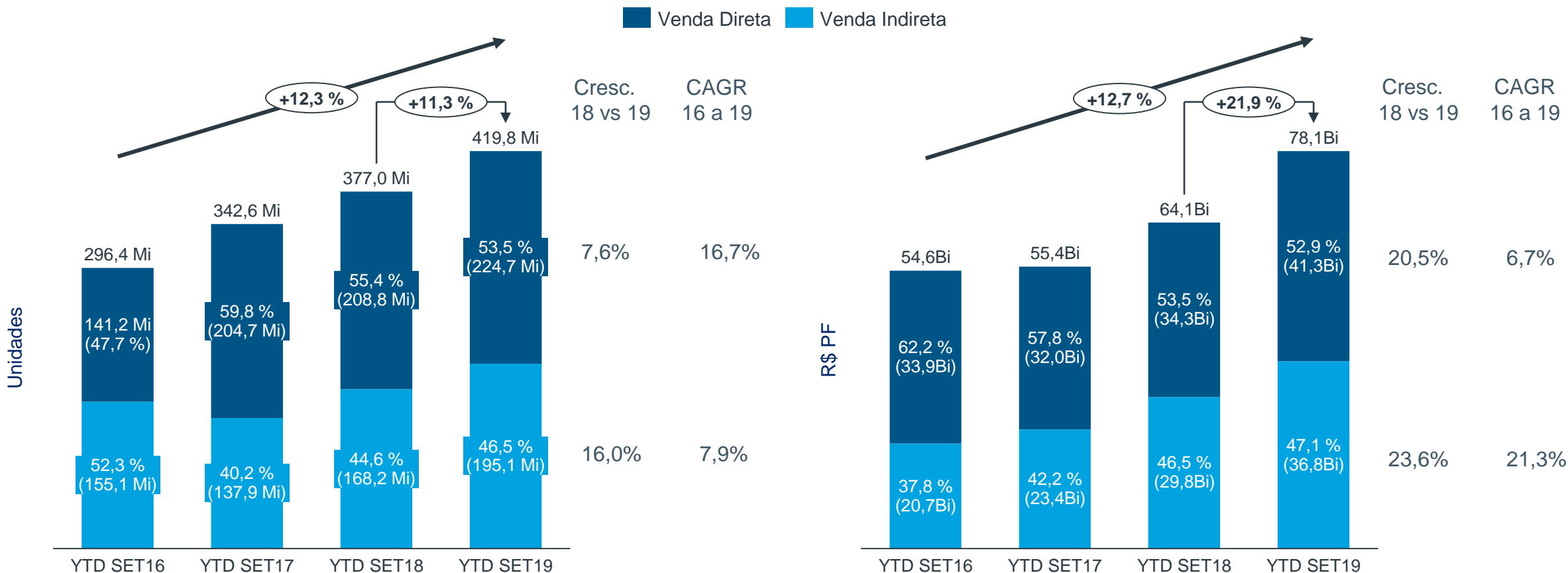
## Crescimento do Non Retail e HMB medicamentos – R\$ PF YTD Setembro 2019



CT NÍVEL 1	N RETAIL	Cresc. N RETAIL	HMB	Cresc. HMB	%Venda Direta
L - A.A./NEO-PLAS./IMUNOMOD	25.087.362.255	15,2%	12.570.900.446	34,25%	50%
J - ANTINFECIOSOS SIST	24.146.587.380	41,1%	6.987.567.642	40,98%	29%
N - SISTEMA NERVOSO	5.338.920.958	27,1%	3.580.508.479	26,77%	67%
A - AP DIGEST E METABOLISMO	4.909.426.049	-1,9%	3.351.290.258	1,95%	68%
B - SANGUE/ORG HEMATOPOET	3.680.206.540	44,4%	1.694.833.335	15,66%	46%
C - SISTEMA CARDIOVASCULAR	2.936.479.888	11,5%	1.593.544.214	-3,99%	54%
H - HORM SIST EXC HORM SEX	2.570.318.625	13,6%	1.243.046.175	14,48%	48%
M - SIST MUSCULO/ESQUELETICO	1.911.894.962	4,8%	1.211.533.472	7,34%	63%
V - DIVERSOS	1.596.232.430	20,4%	910.789.151	1,44%	57%
K - SOLUCOES HOSPITALARIES	1.554.205.529	-10,0%	747.725.689	22,21%	48%
R - APARELHO RESPIRATORIO	1.440.420.772	17,5%	868.344.567	17,10%	60%
D - DERMATOLOGICOS	766.509.665	20,0%	615.882.054	11,57%	80%
G - SIST GENITUR/HORM/SEX	713.880.096	15,8%	470.343.003	4,72%	66%
T - PROD.UTIL.MEIOS DIAGNOST	704.109.985	37,0%	703.726.880	36,98%	100%
S - ORGAOS DO SENSORIO	675.046.769	19,3%	235.699.218	10,03%	35%
P - PARASITOLOGIA	65.971.425	-4,6%	26.064.329	-24,43%	40%
<b>TOTAL</b>	<b>104.734.848.236</b>	<b>23,6%</b>	<b>48.684.019.909</b>		

# Os laboratórios estão buscando a distribuição para atendimento do canal Institucional nos produtos de maior valor agregado.

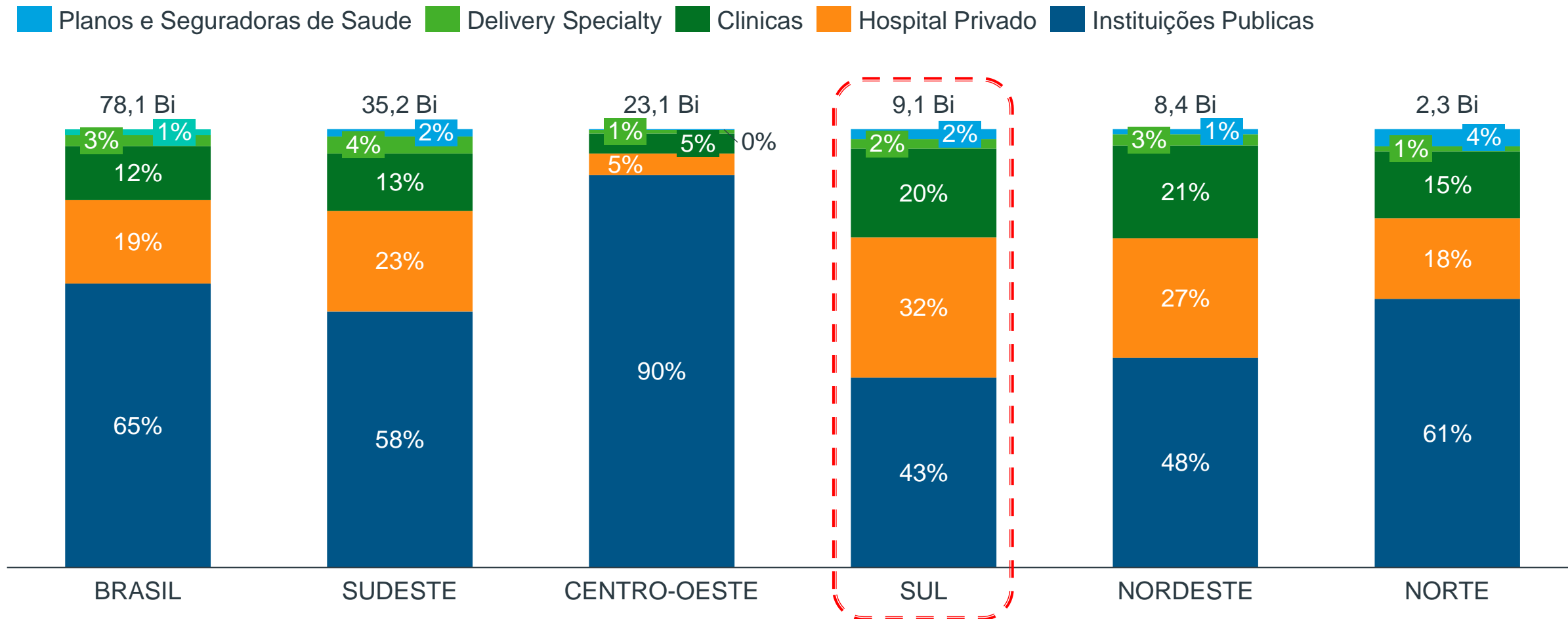
*Atendimento por canal do mercado institucional farmacêutico*



\*Vendas Diretas= Vendas dos laboratório para Hospitais, Clínicas, Governo, Planos de Saúde e Empresas

# As Instituições Públicas possuem maior participação de mercado no país, mas na região Sul o mercado Institucional Privado possui maior representatividade, com destaque para os Hospitais Privados.

(%) Market Share Por Tipo de Cliente nas Regiões no canal Institucional – YTD Setembro 19 – R\$ PF

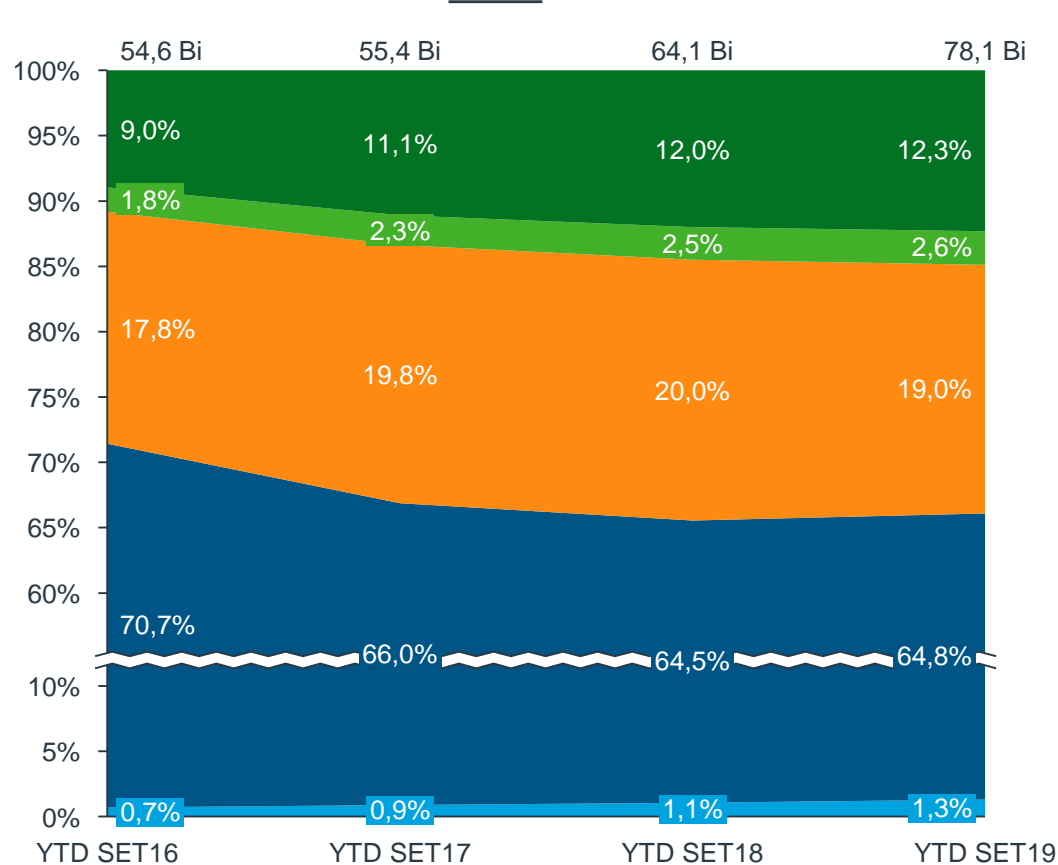


# O canal público mantém alta relevância no canal Institucional. Porém ele perdeu importância quando comparado ao YTD 2016.

## Participação por tipo do canal Institucional e região Brasil – R\$ PF YTD Setembro 2019

■ Clinicas 
 ■ Delivery Specialty 
 ■ Hospital Privado 
 ■ Instituições Publicas 
 ■ Planos e Seguradoras de Saúde

### Brasil



	YTD SET 16	YTD SET 17	YTD SET 18	YTD SET 19
<b>Sudeste</b>				
Clinicas	10,9%	12,2%	13,0%	13,1%
Delivery Specialty	3,0%	3,3%	3,7%	3,9%
Hospital Privado	24,8%	24,0%	24,5%	23,0%
Instituições Publicas	60,4%	59,4%	57,3%	58,4%
Planos e Seguradoras de Saúde	0,9%	1,0%	1,4%	1,7%
<b>Centro Oeste</b>				
Clinicas	2,5%	3,7%	4,6%	4,5%
Delivery Specialty	0,5%	0,8%	1,1%	0,9%
Hospital Privado	3,4%	5,0%	5,4%	4,9%
Instituições Publicas	93,6%	90,4%	88,8%	89,5%
Planos e Seguradoras de Saúde	0,1%	0,1%	0,2%	0,2%
<b>Sul</b>				
Clinicas	14,9%	18,0%	15,5%	20,2%
Delivery Specialty	2,2%	2,1%	1,8%	2,2%
Hospital Privado	31,1%	33,8%	28,3%	32,0%
Instituições Publicas	50,3%	44,3%	52,9%	43,3%
Planos e Seguradoras de Saúde	1,5%	1,7%	1,4%	2,3%
<b>Nordeste</b>				
Clinicas	20,5%	20,1%	21,6%	21,2%
Delivery Specialty	2,4%	2,6%	2,5%	2,6%
Hospital Privado	32,8%	31,9%	29,4%	27,2%
Instituições Publicas	43,3%	44,5%	45,6%	47,9%
Planos e Seguradoras de Saúde	1,0%	1,0%	0,9%	1,2%
<b>Norte</b>				
Clinicas	15,2%	14,8%	12,7%	15,3%
Delivery Specialty	1,0%	1,2%	1,1%	1,1%
Hospital Privado	14,0%	14,5%	12,5%	18,4%
Instituições Publicas	65,7%	65,3%	70,3%	61,3%
Planos e Seguradoras de Saúde	4,0%	4,2%	3,3%	3,9%

# As Instituições Privadas possuem maior participação de mercado em 16 estados.

(%) Market Share Por Tipo de Cliente nas UF's no canal Institucional – YTD Setembro 2019 – R\$ PF

Ranking em Ordem de Importância – Mercado R\$ PF

ESTADO	Clínicas	Delivery Especialidade	Hospital Privado	Instituições Públicas	Planos de Saúde	TOTAL R\$PF
SP	9,17%	4,28%	23,35%	61,63%	1,57%	22.846.933.758
DF	1,53%	0,45%	2,07%	95,93%	0,02%	20.680.898.982
RJ	20,66%	2,95%	14,08%	60,94%	1,37%	7.666.754.045
MG	20,61%	3,70%	35,17%	37,51%	3,01%	3.749.725.510
PR	23,19%	2,18%	24,55%	48,09%	1,99%	3.572.050.924
RS	18,53%	2,32%	41,49%	35,09%	2,57%	3.374.287.090
CE	8,78%	0,71%	16,31%	73,87%	0,33%	2.705.960.960
SC	17,82%	2,01%	29,49%	48,31%	2,36%	2.166.871.322
PE	23,56%	3,85%	35,22%	36,47%	0,90%	1.693.974.435
BA	34,25%	4,57%	34,70%	25,82%	0,66%	1.561.208.199
PA	15,27%	0,82%	21,76%	55,06%	7,10%	1.237.645.800
GO	31,33%	6,55%	36,14%	25,56%	0,42%	1.099.109.487
ES	16,39%	2,51%	37,58%	42,35%	1,17%	943.759.578
MT	33,76%	3,00%	25,49%	35,84%	1,90%	730.489.377
MS	23,94%	1,98%	22,75%	47,92%	3,40%	563.767.596
PB	28,21%	3,74%	15,61%	42,31%	10,13%	492.320.591
RN	24,76%	3,50%	36,36%	35,39%	0,00%	480.643.741
AM	10,04%	1,17%	15,75%	73,04%	0,00%	417.394.158
MA	15,35%	1,46%	36,81%	46,26%	0,12%	393.531.417
AL	16,62%	2,29%	47,27%	33,77%	0,05%	382.649.280
PI	25,16%	1,52%	24,03%	49,27%	0,02%	366.395.038
SE	41,20%	2,02%	11,70%	41,34%	3,74%	327.791.573
AC	3,69%	0,39%	4,12%	91,79%	0,00%	243.931.801
RO	29,81%	1,07%	15,31%	52,66%	1,15%	213.356.836
TO	21,57%	4,15%	24,06%	49,99%	0,23%	133.960.827
RR	35,56%	3,36%	0,71%	60,37%	0,00%	27.084.633
AP	34,22%	5,86%	48,98%	10,94%	0,00%	25.076.370

- O subcanal Planos de Saúde se destaca nos estados da PA e PB;
- O DF e AC tem a maior representatividade em Instituições Públicas;
- Em RR, SE e RO se destacam Clínicas privadas dentro do Institucional Privado;
- Em AP, AL, MA e RS os hospitais privados tem a maior representatividade de vendas;

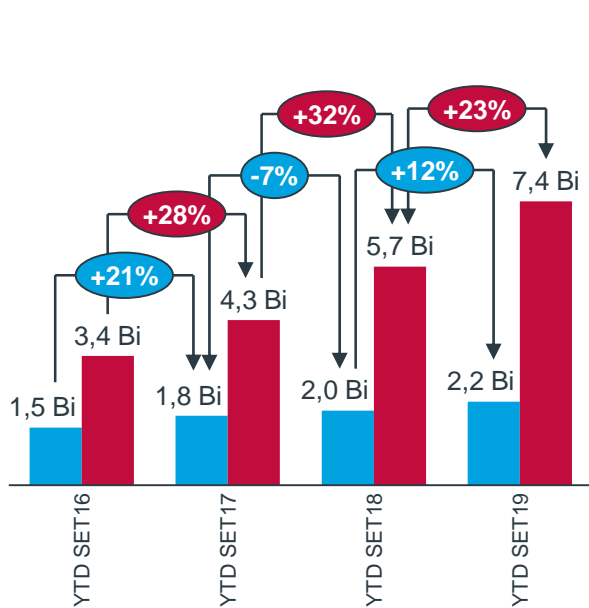


# A venda via distribuição ganha importância em todos os subcanais, com destaque para o avanço em clínicas nos últimos anos.

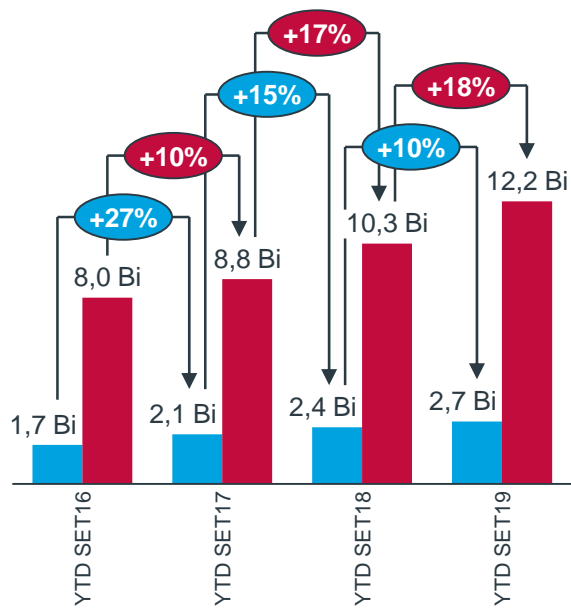
## Crescimento e Vendas por Subcanal do Mercado Institucional (Privado) – YTD Setembro R\$PF

■ Venda Direta ■ Venda Distribuição

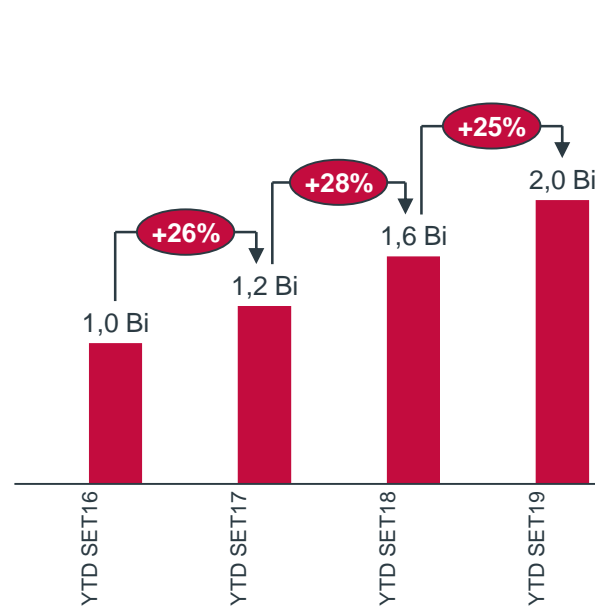
### Clinicas



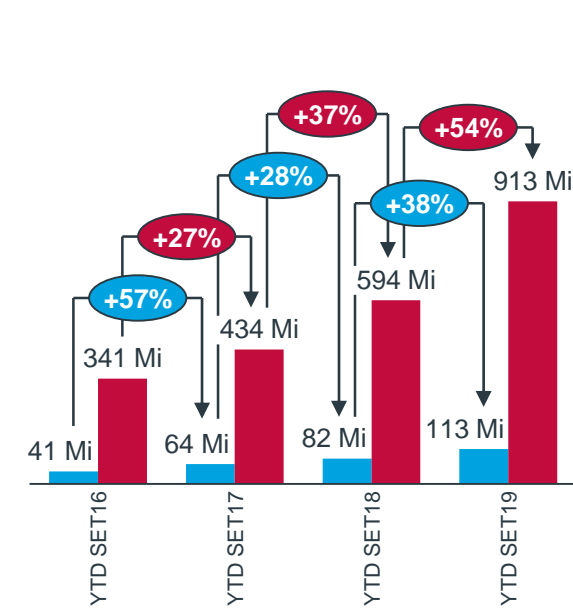
### Hospitais Privados



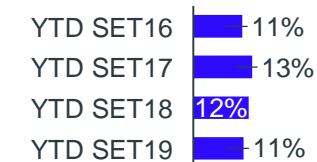
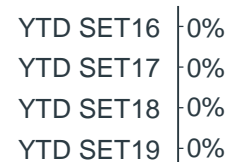
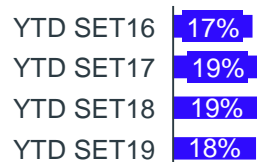
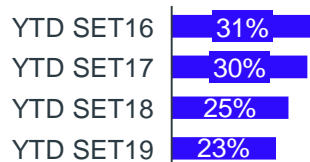
### Paciente (Delivery Specialty)



### Planos e Seguradoras de Saúde

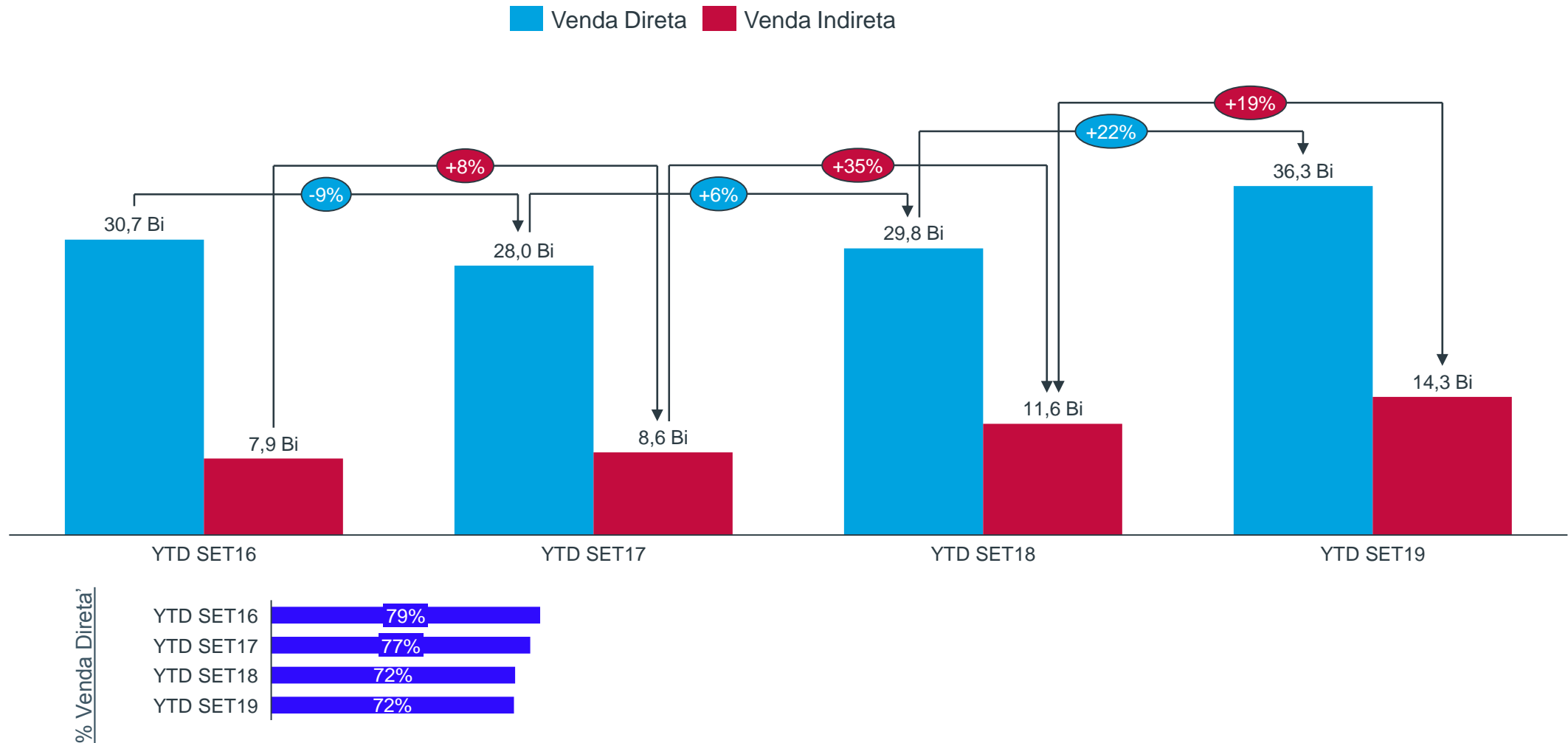


% Venda Direta



# Apesar do aumento da venda via distribuição no canal Institucional Público, a venda direta mantém a sua alta relevância.

Crescimento e Vendas por Subcanal do Mercado Institucional (Público)– YTD Setembro 19 R\$PF



# O aumento do Price/Mix de vendas teve um impacto de 9% no crescimento do mercado Institucional, ou seja, foi o principal responsável pelo crescimento no último período.

*Decomposição de Crescimento – YTD Setembro 2019*

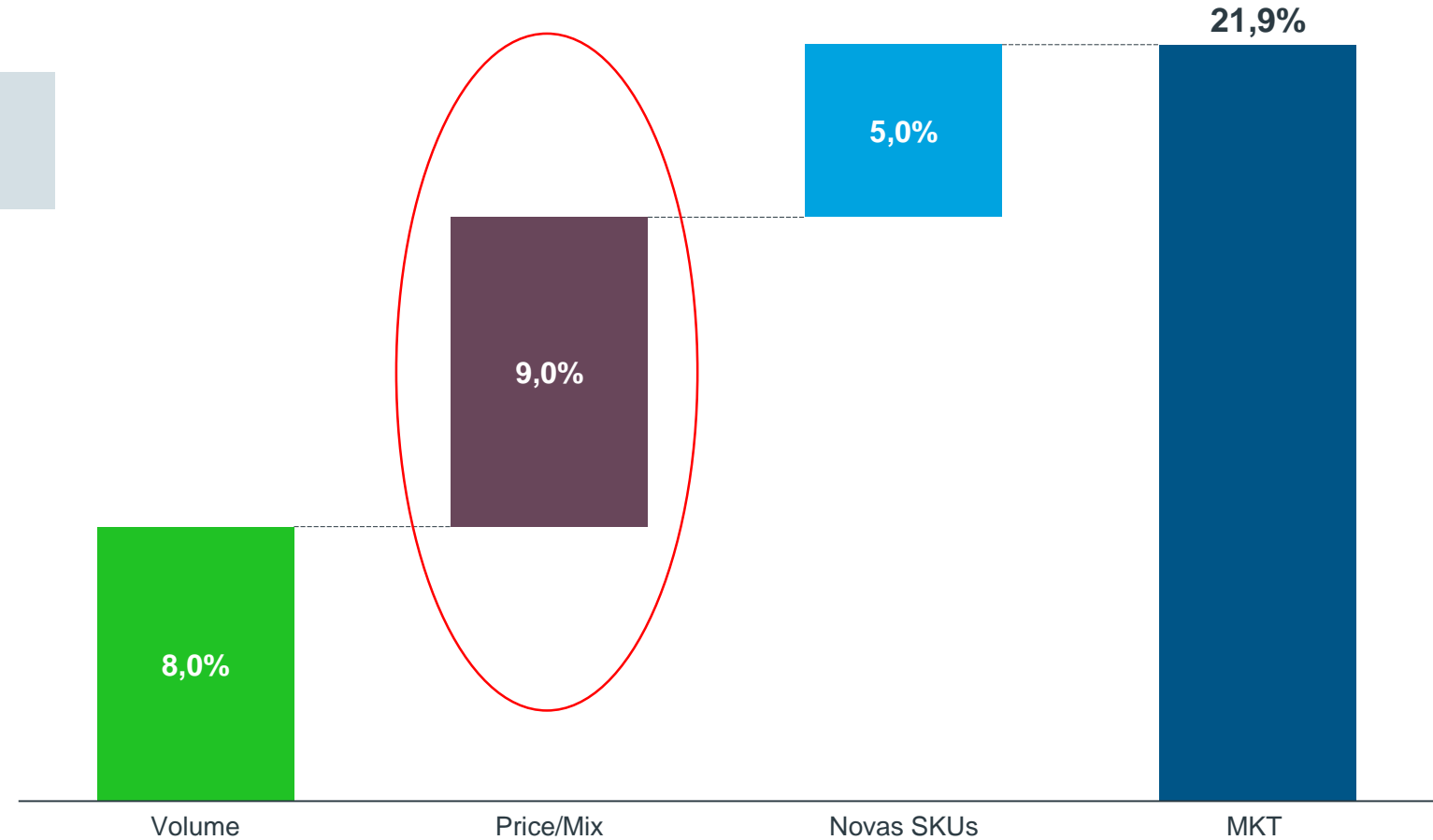
## Market Size

**R\$78 bilhões** [+21,9%]

**420 milhões de unidades** [+11,3%]

## Elementos de Crescimento (R\$ milhões)

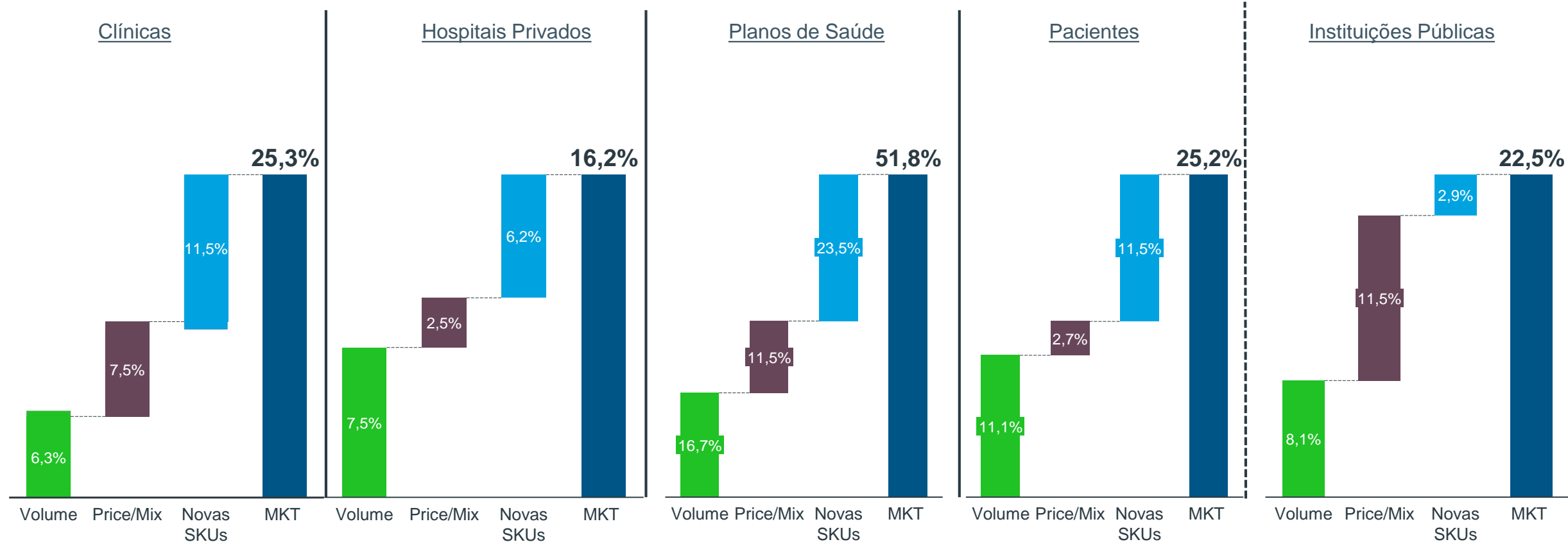
YTD SET /19 vs a.a.



\*Novas SKUs = Lançados nos últimos 36 meses

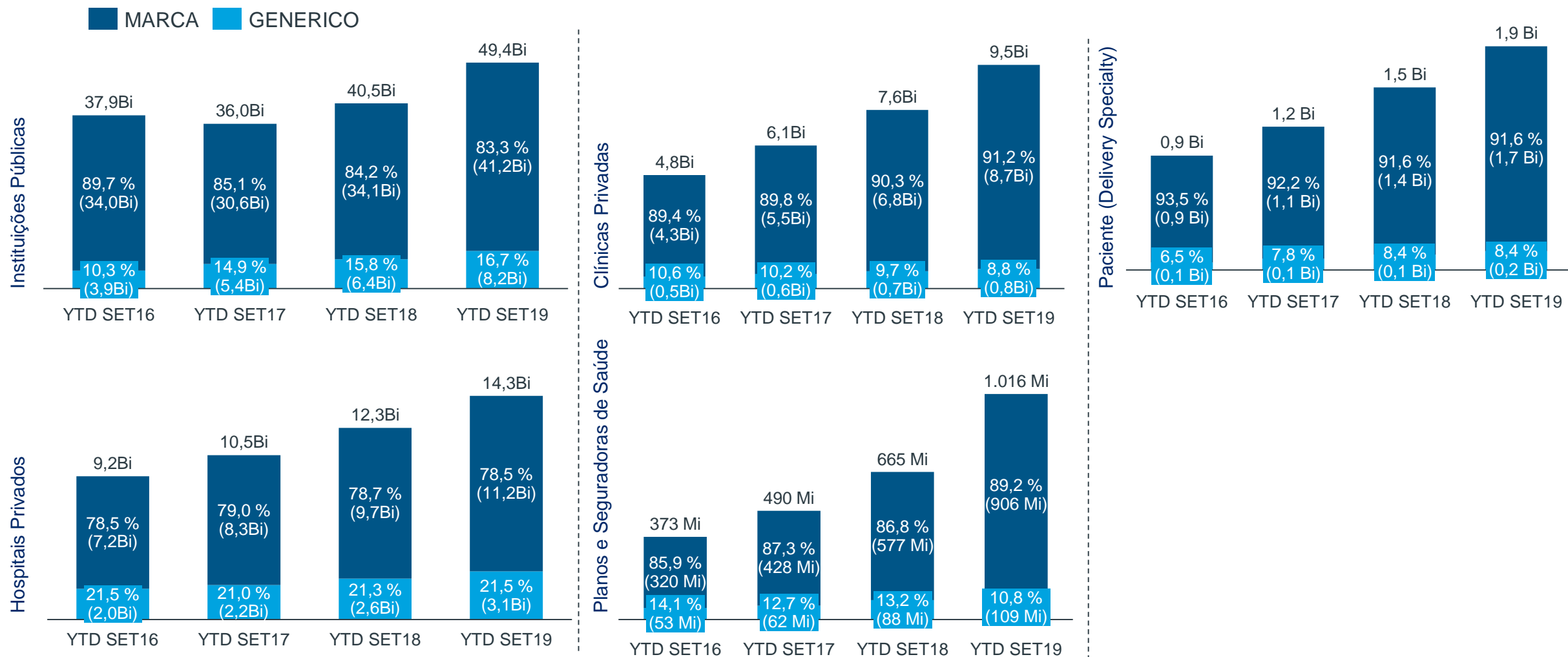
# A adoção de novas terapias acelera o crescimento do canal Institucional Privado, onde o impacto das novas SKUs contribuiu mais para o crescimento, tendo como destaque Planos de Saúde

*Decomposição de Crescimento – YTD Setembro 2019*



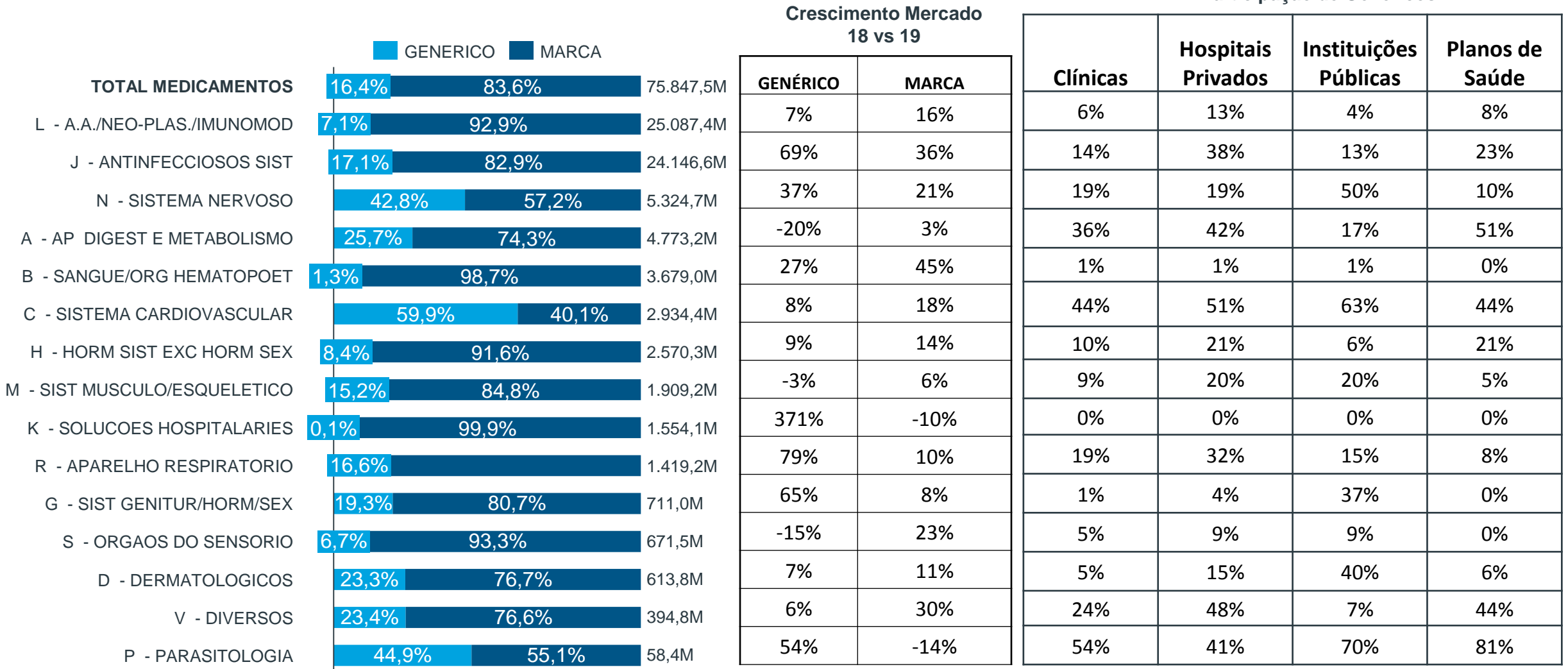
# Os Hospitais Privados apresentam maior penetração de medicamentos genéricos nos últimos anos. Mas quando comparamos 2019x2016, os genéricos tiveram o maior ganho de participação de mercado nas Instituições Públicas.

*Atendimento por segmento do Mercado Institucional - medicamentos – R\$PF YTD Setembro 2019*



# A penetração de genéricos ainda é baixa em boa parte das CTs mais importantes, inclusive no canal público

Participação de Genéricos por CT1 e Subcanal – YTD Setembro 2019



# Posicionamento Distribuidor X

## DISTRIBUIÇÃO DAS VENDAS DO Distribuidor X POR SUBCANAL - YTD SET /2019 – REAIS (FABRICA)



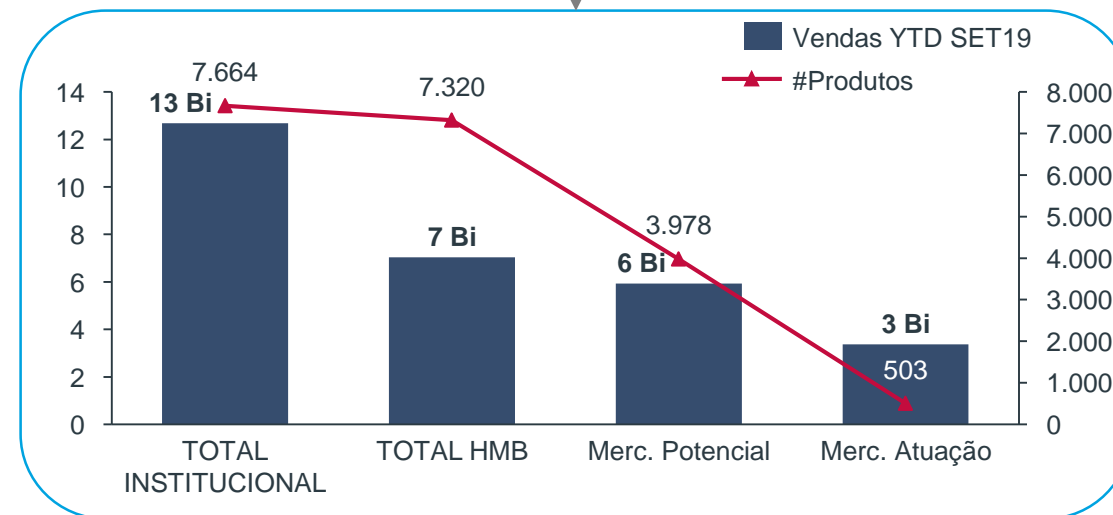
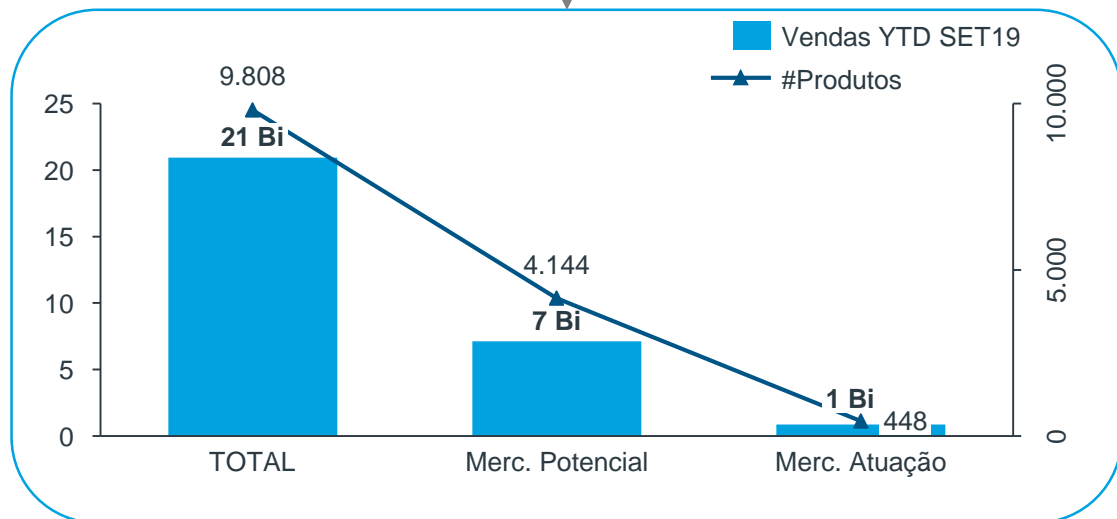
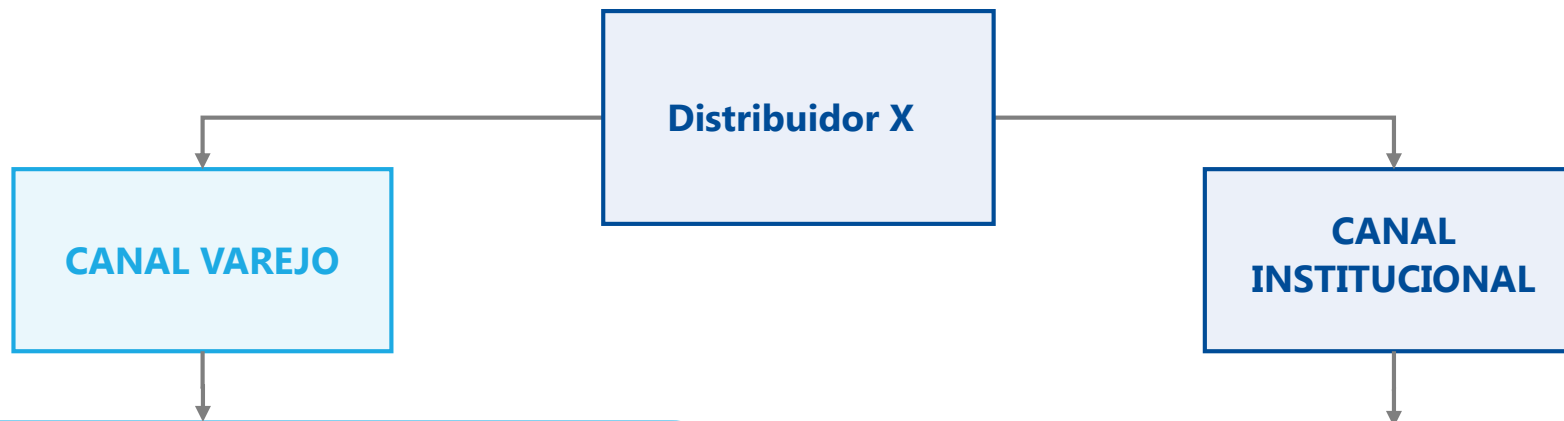
VAREJO (2 MI – 0,5%)

INSTITUCIONAL (302 Mi – 99,5%)



# O mercado de atuação (varejo+institucional) da Distribuidor X é avaliado em R\$ 4 Bi.

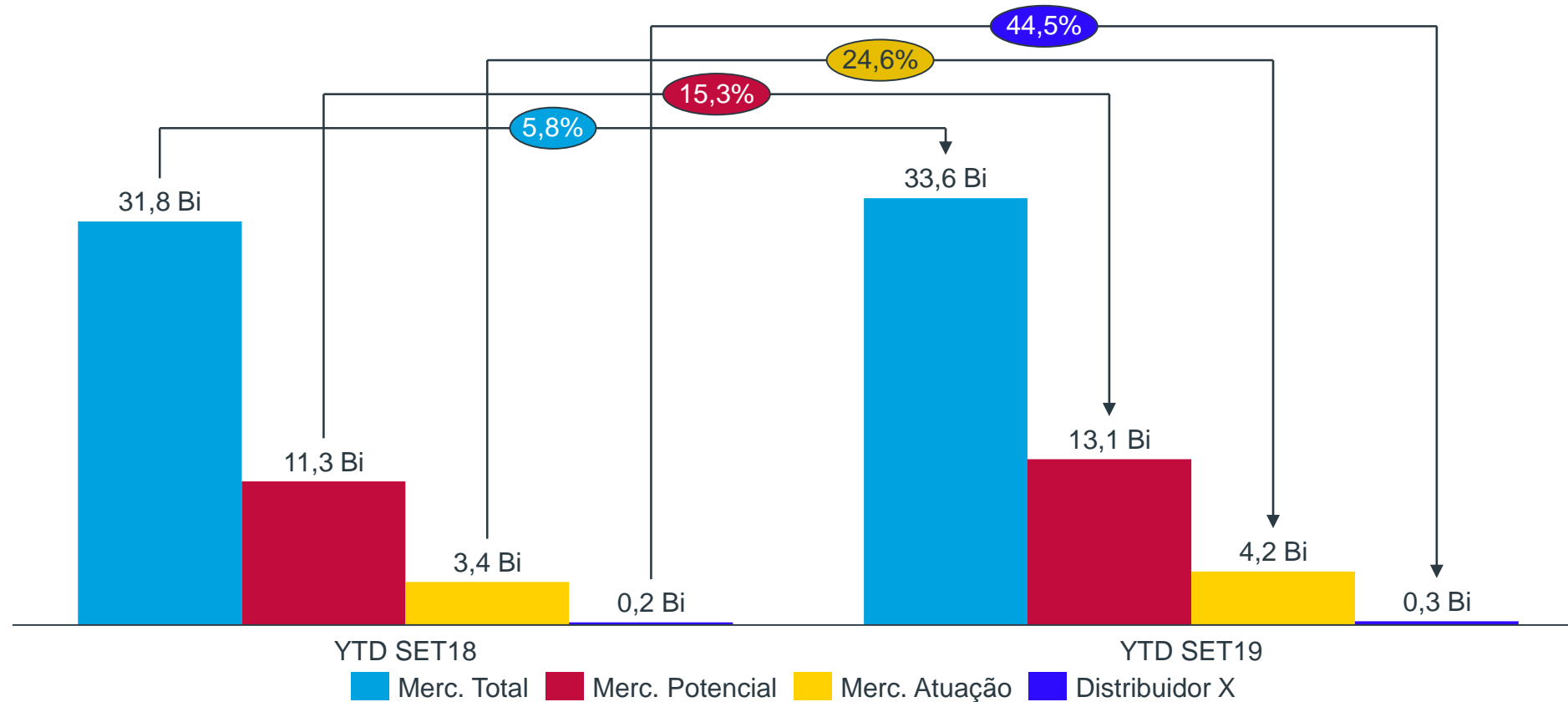
Avaliação do mercado de atuação Distribuidor X – YTD Setembro 2019 – R\$PF



Merc. Potencial = Todos os produtos de mesma CT4 trabalhados pelo Distribuidor X no canal durante o YTDSET 19; Merc. Atuação = Todos os produtos trabalhados pelo Distribuidor X no canal durante o YTDSET 19

# Sendo que a Distribuidor X cresceu acima do mercado de atuação.

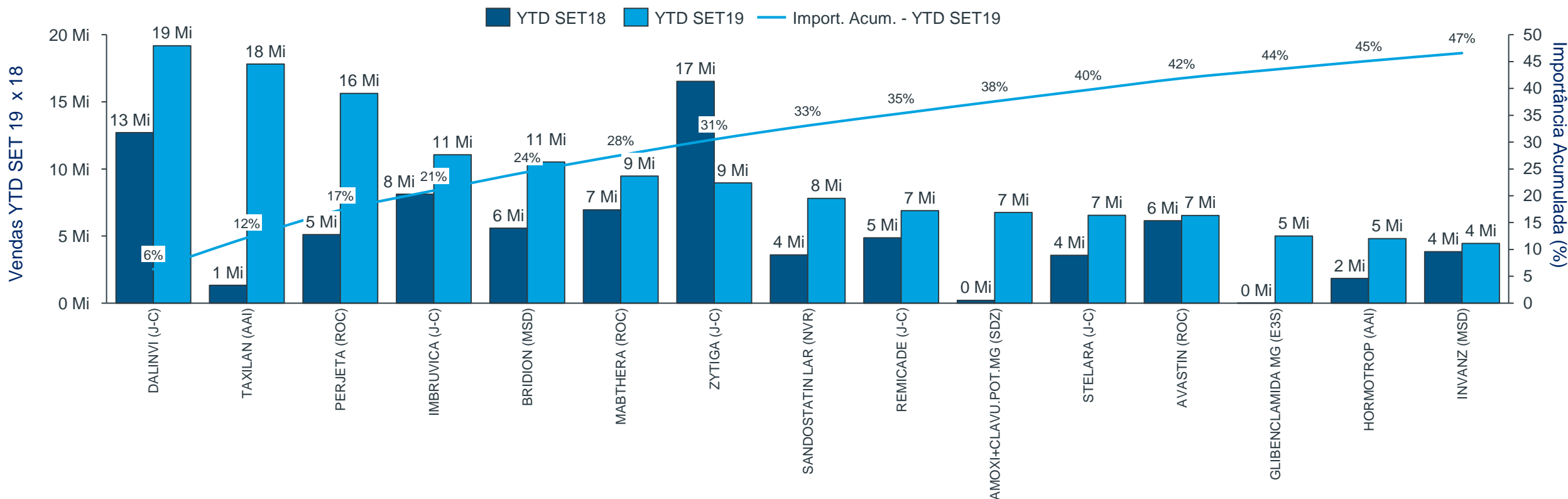
Crescimento do mercado total – R\$PF - YTD Setembro 2019



Merc. Potencial = Todos os produtos de mesma CT4 trabalhados pelo Distribuidor X no canal durante o YTDSET 19; Merc. Atuação = Todos os produtos trabalhados pelo Distribuidor X no canal durante o YTDSET 19

# Os 15 principais produtos da Distribuidor X equivalem 47% da venda da distribuidora no último MAT.

Crescimento do produtos top 15 por subcanal - YTD SET 19 x18 R\$PF



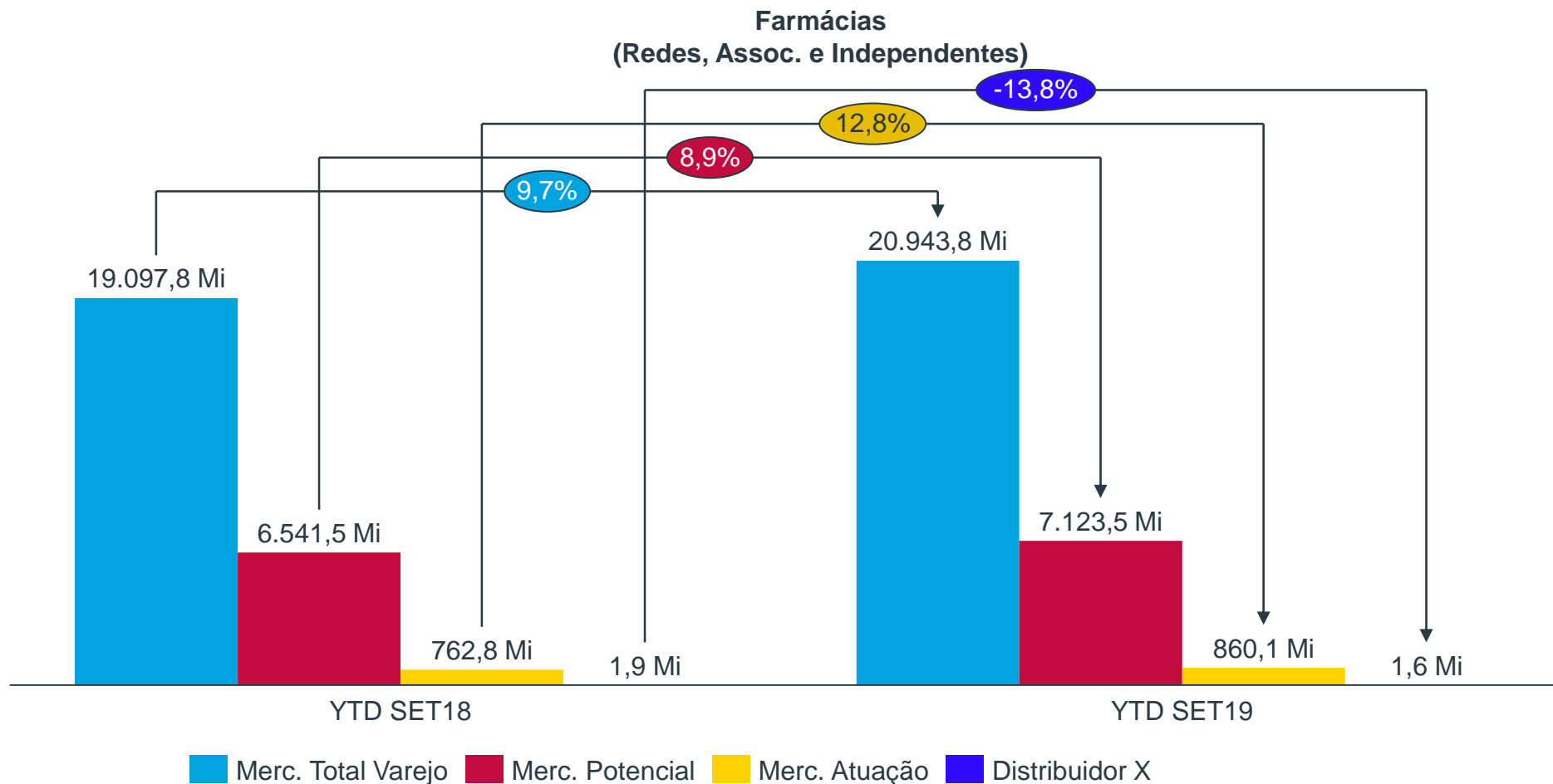
	Farmácias	Clinicas	Hospital Privado	Instit. Públic.	Planos de Saúde
DALINVI (J-C)	0,0%	71,2%	12,0%	5,7%	11,1%
TAXILAN (AAI)	0,1%	3,5%	0,0%	87,7%	8,7%
PERJETA (ROC)	0,1%	79,0%	7,5%	0,8%	12,5%
IMBRUVICA (J-C)	0,3%	10,8%	17,5%	46,3%	25,0%
BRIDION (MSD)	0,0%	2,7%	66,6%	30,7%	0,0%
MABTHERA (ROC)	8,8%	18,4%	19,5%	45,3%	8,0%
ZYTIGA (J-C)	0,1%	6,8%	53,7%	20,9%	18,5%
SANDOSTATIN LAR (NVR)	0,3%	5,5%	5,9%	82,4%	5,9%
REMICADE (J-C)	4,0%	61,2%	23,6%	1,2%	10,0%
AMOXI+CLAVU.POT.MG (SDZ)	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%
STELARA (J-C)	0,0%	15,8%	45,4%	33,1%	5,7%
AVASTIN (ROC)	0,0%	17,9%	17,3%	20,9%	43,9%
GLIBENCLAMIDA MG (E3S)	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%
HORMOTROP (AAI)	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%
INVANZ (MSD)	0,0%	5,6%	38,2%	56,2%	0,0%

Distribuição por canal de atuação no YTD SET /19

# Posicionamento Distribuidor X - Varejo

# O mercado de atuação cresce acima do mercado potencial, mas a Distribuidor X apresenta queda quando é comparado o período 19x18.

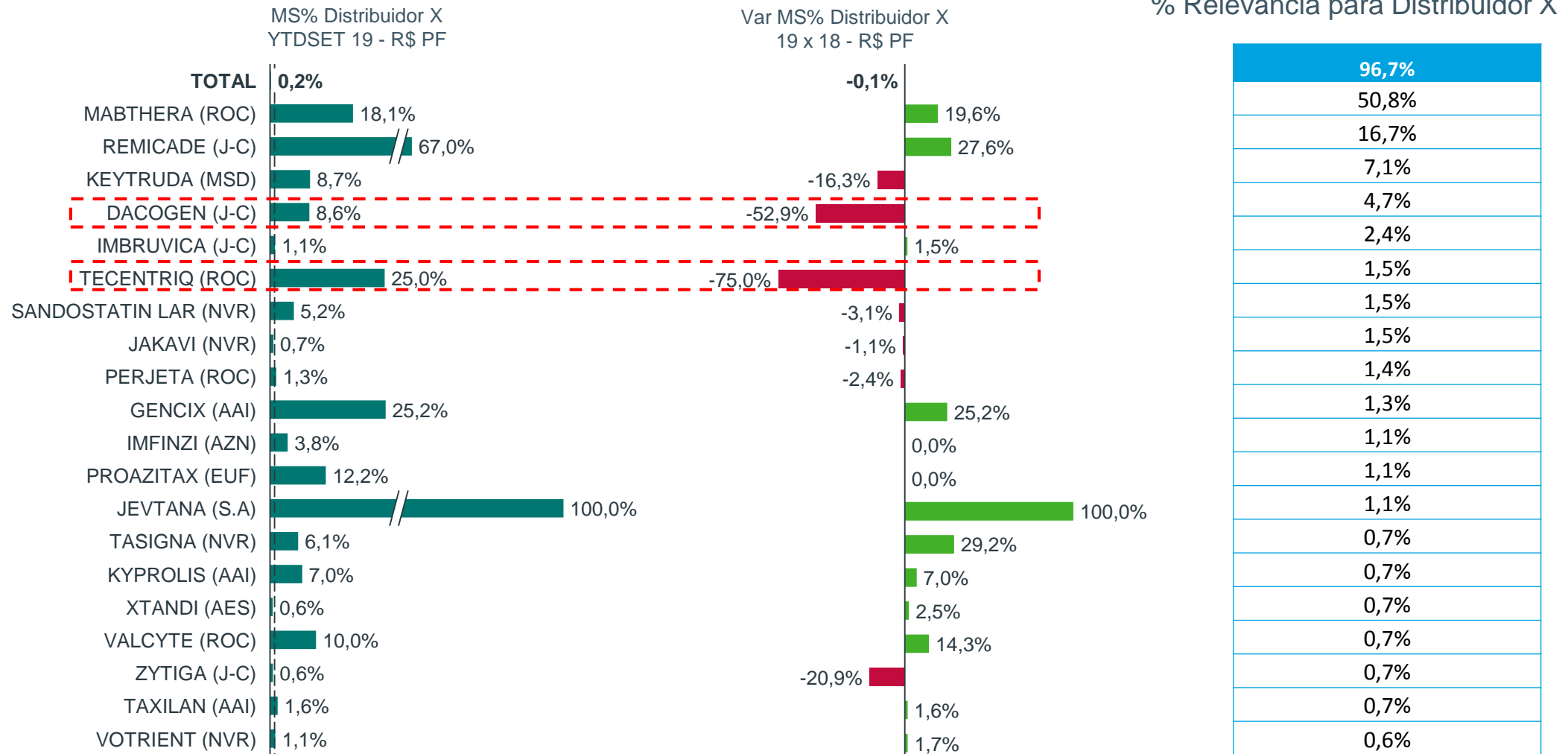
Crescimento Canal Varejo – R\$PF - YTD Setembro 2019



Merc. Potencial = Todos os produtos de mesma CT4 trabalhados pelo Distribuidor X no canal durante o YTDSET 19; Merc. Atuação = Todos os produtos trabalhados pelo Distribuidor X no canal durante o YTDSET 19

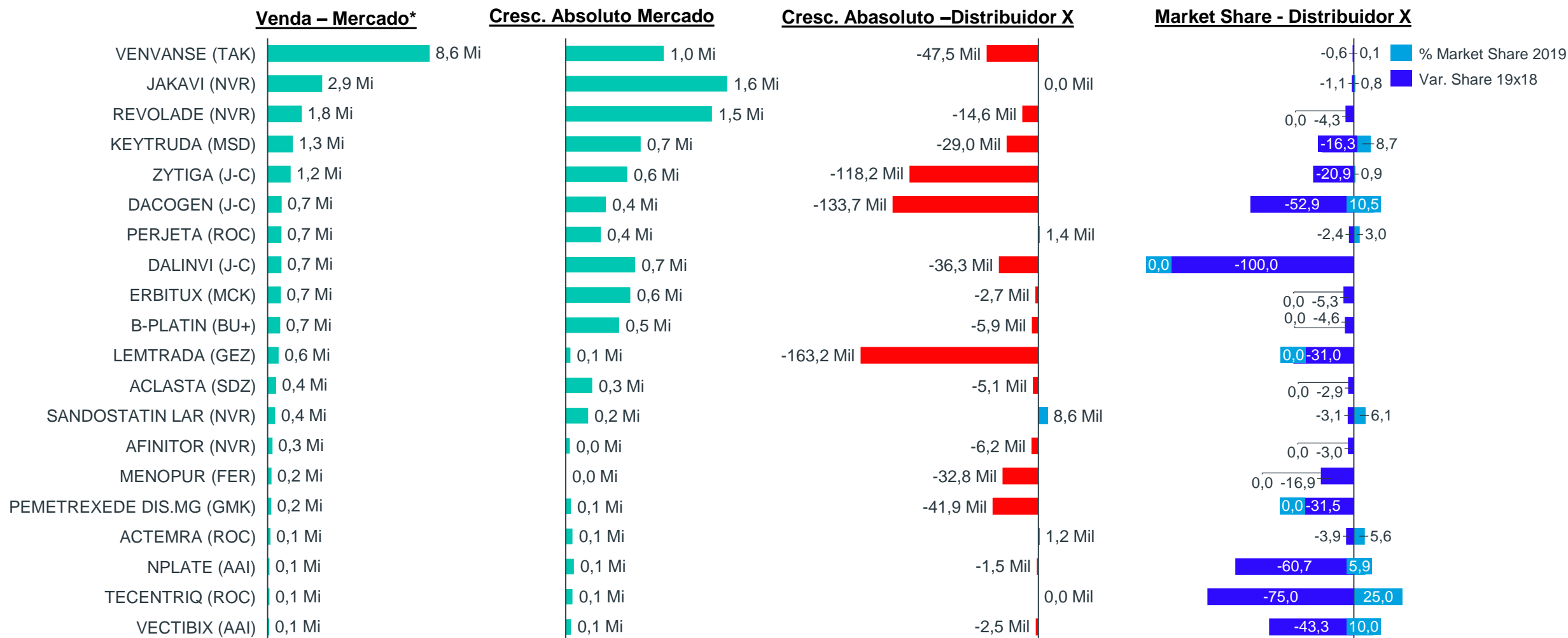
# A Distribuidor X ganha participação de mercado na maioria dos produtos, mas perde participação com Dacogen e Tecentriq, produtos que a distribuidora tinha uma participação relevante.

Principais Produtos para a Distribuidor X no Varejo - YTD Setembro 2019 R\$PF - Farmácias



# Top 20 Produtos foco Distribuidor X

Top 20 dos produtos que a Distribuidor X *perdeu* Market Share no Varejo – YTD SET19 – R\$ PF

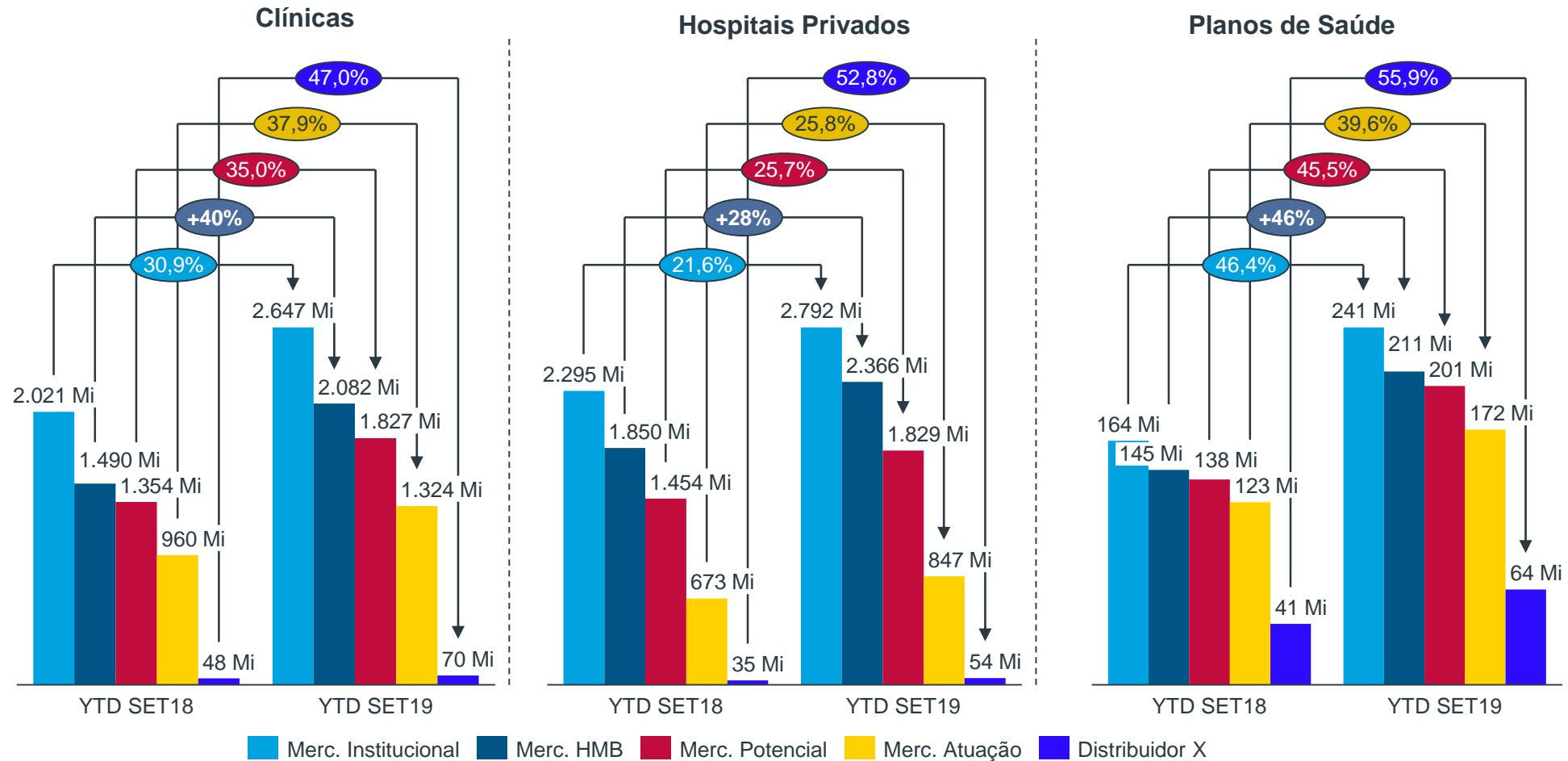


# Posicionamento Distribuidor X - Institucional



# A Distribuidor X cresceu acima do mercado de atuação em todos os canais Institucionais privados em que atua.

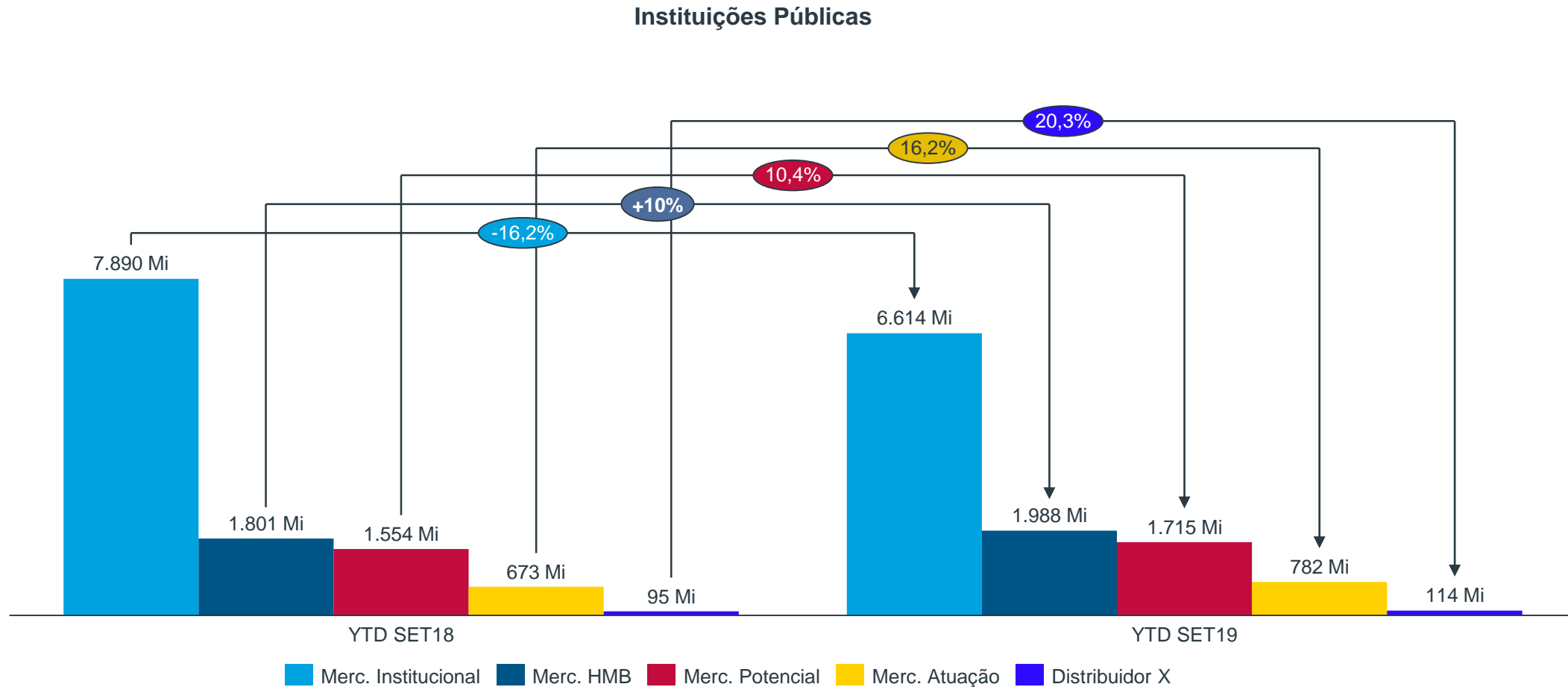
Crescimento Canal Institucional Privado – R\$PF - YTD Setembro 2019



Merc. Potencial = Todos os produtos de mesma CT4 trabalhados pela Distribuidor X no canal durante o YTDSET 19; Merc. Atuação = Todos os produtos trabalhados pela Distribuidor X no canal durante o YTDSET 19

# O canal Institucional Público cai quando comparado ao período anterior, mas a Distribuidor X mantém o seu crescimento.

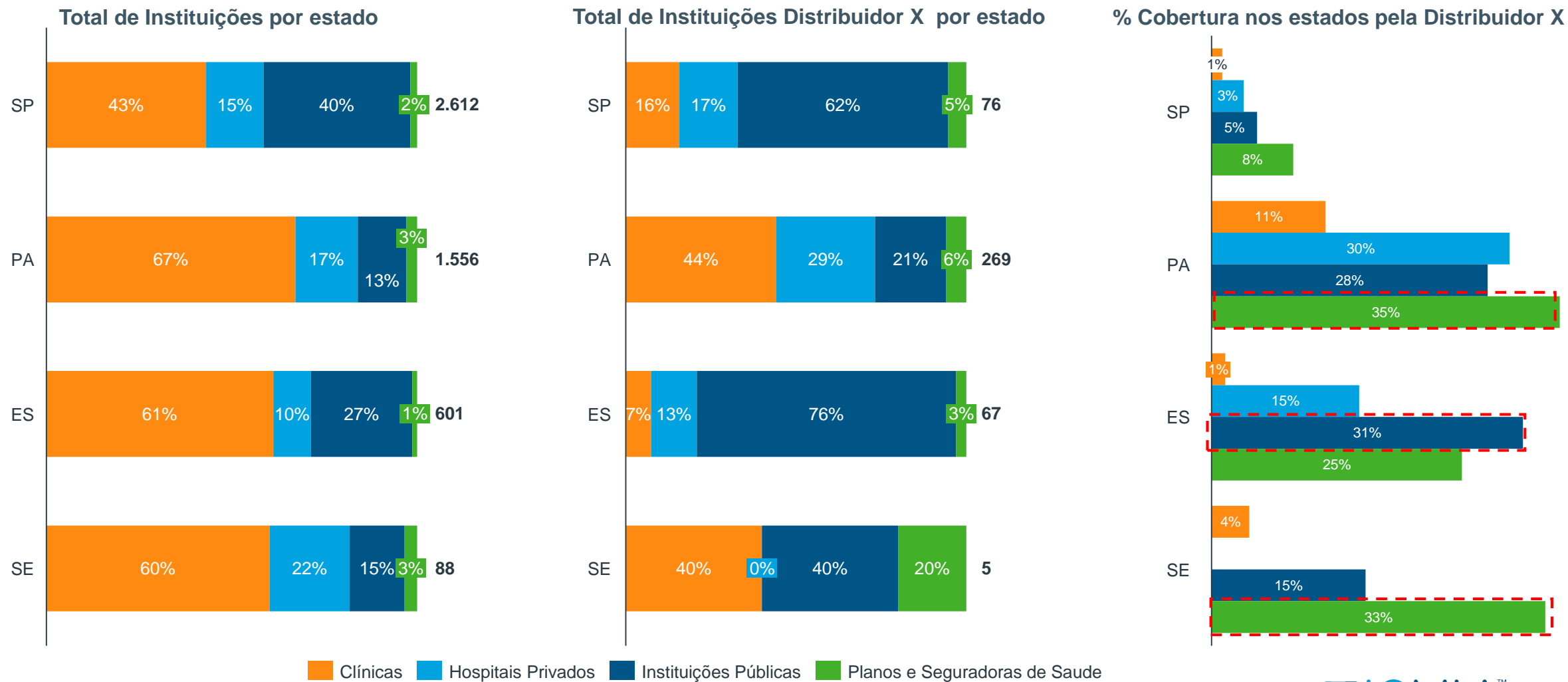
*Crescimento Canal Institucional Público – R\$PF - YTD Setembro 2019*



Merc. Potencial = Todos os produtos de mesma CT4 trabalhados pelo Distribuidor X no canal durante o YTDSET 18; Merc. Atuação = Todos os produtos trabalhados pela Distribuidor X no canal durante o YTDSET 19

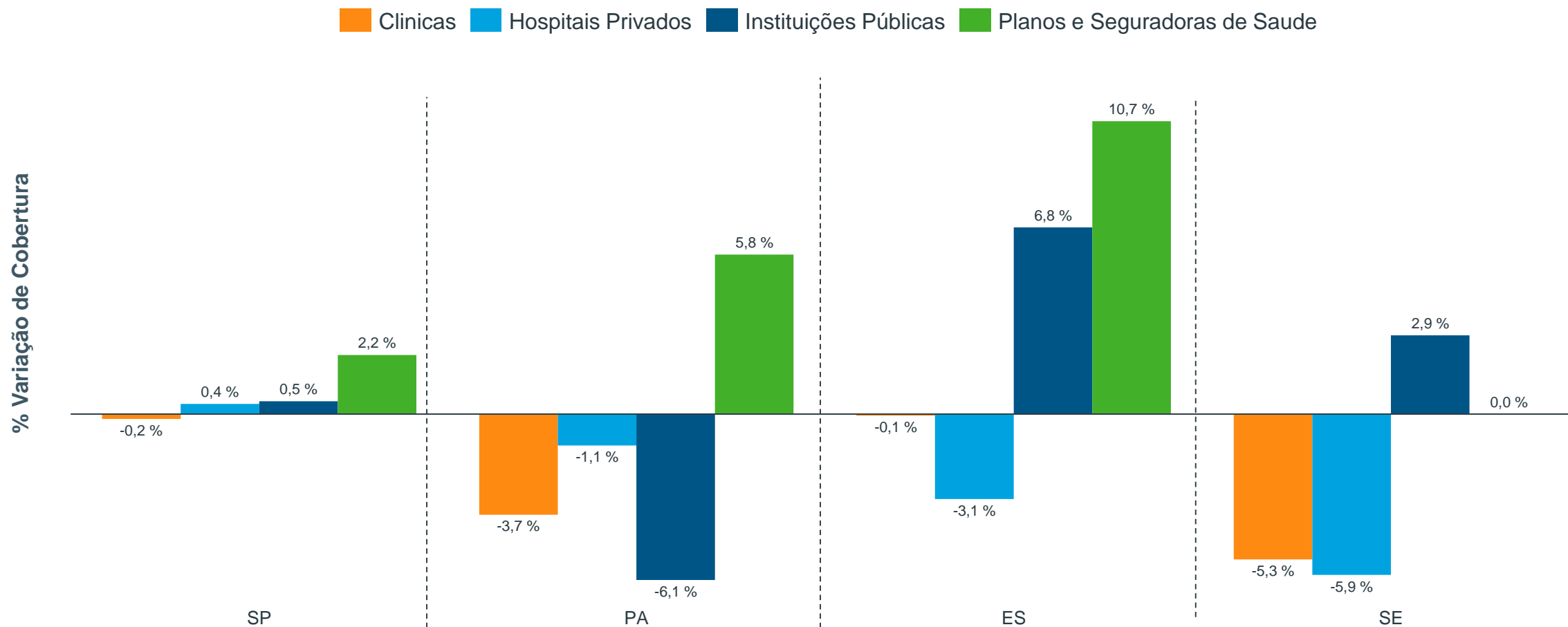
# A Distribuidor X se destaca com um alto percentual de cobertura no canal Planos de Saúde nos estados de RJ e ES, e Hospitais Privados no ES.

*Distribuição de Instituições Brasil – YTD Setembro 2019*



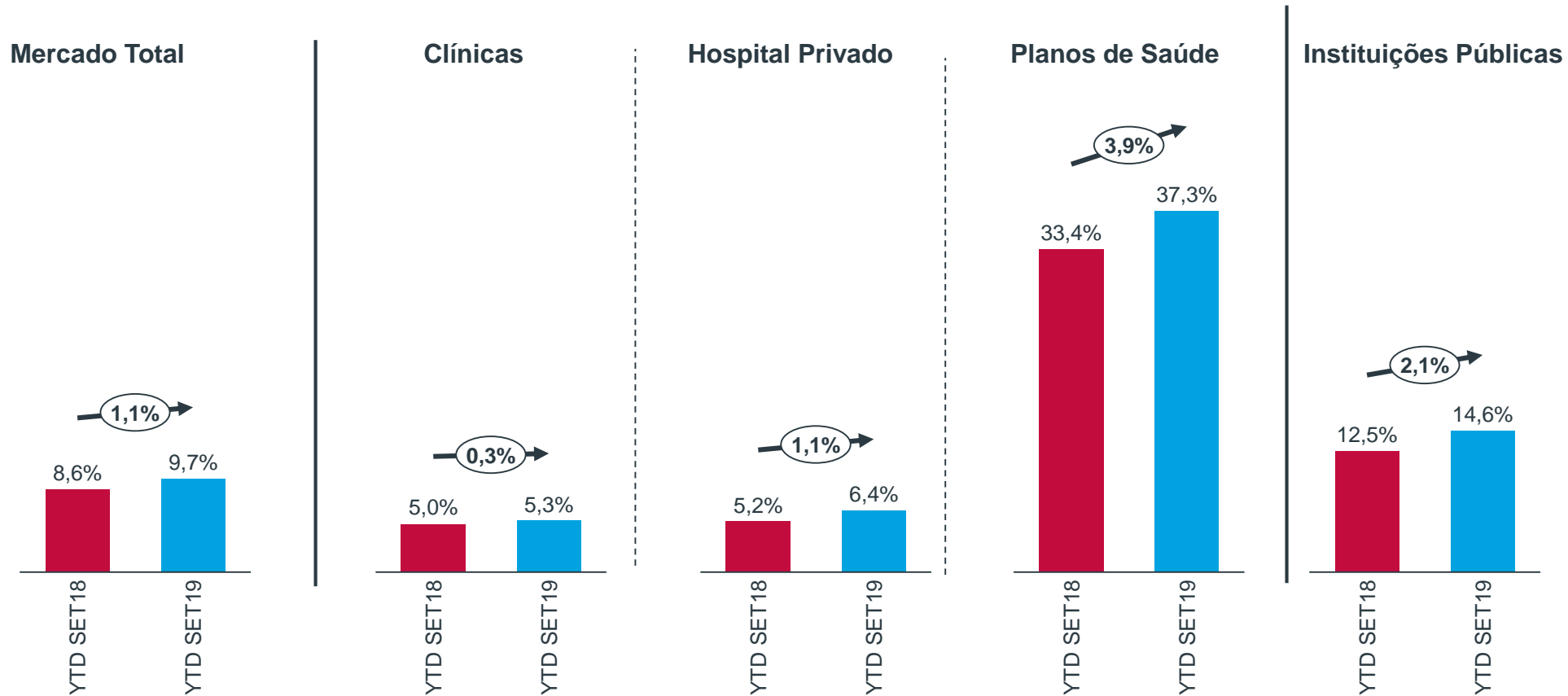
# A Distribuidor X apresenta queda de cobertura no canal Clínicas em todos os estados.

*Variação de cobertura Distribuidor X nos estados – YTD Setembro 19 vs 18*



# A Distribuidor X ganha participação de mercado em todos os subcanais em que atua.

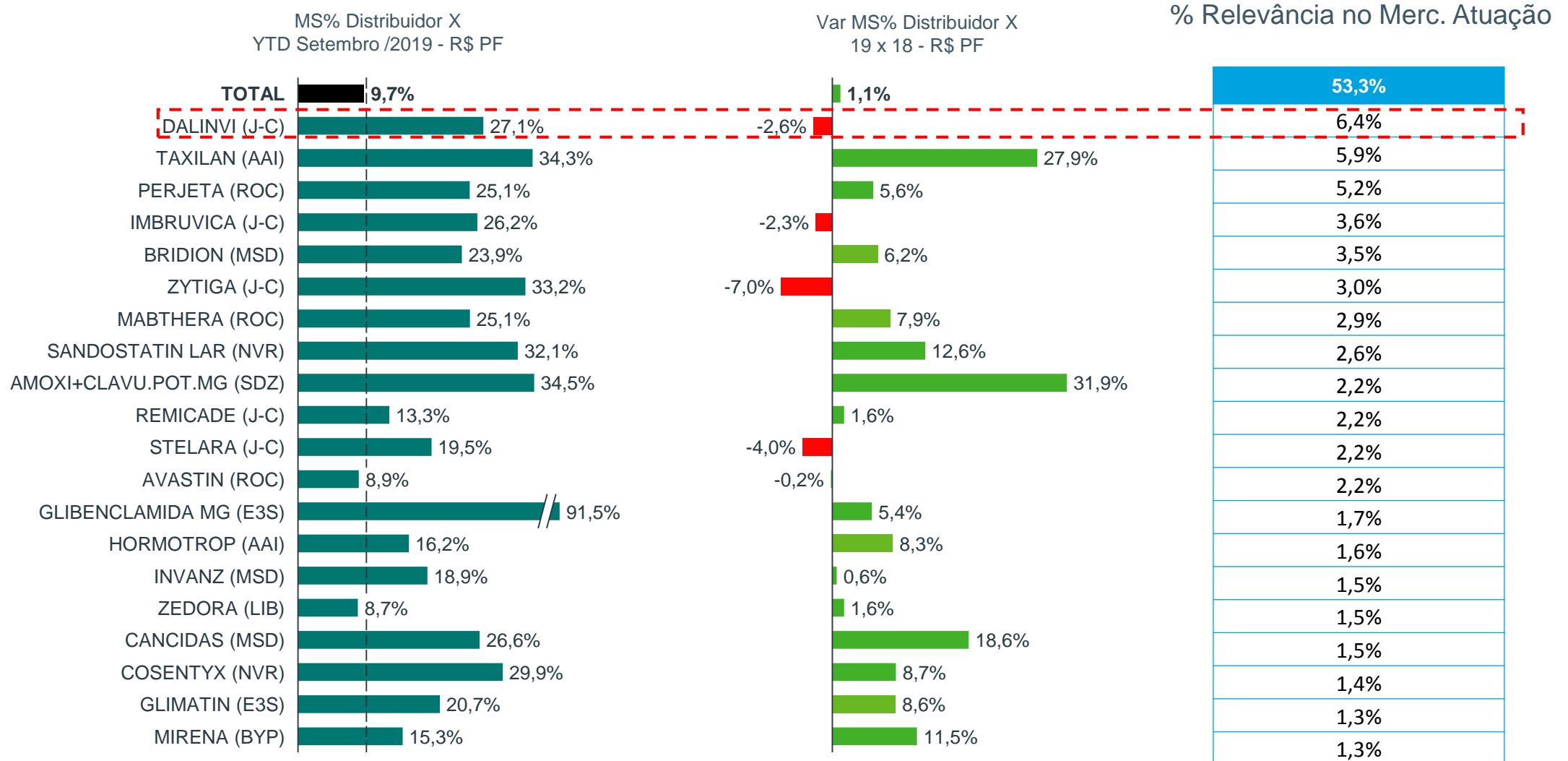
Market Share por subcanal e a variação do Share no mercado de atuação institucional – R\$PF – YTD Setembro 2019



Merc. Potencial = Todos os produtos de mesma CT4 trabalhados pelo Distribuidor X no canal durante o YTDSET 18; Merc. Atuação = Todos os produtos trabalhados pela Distribuidor X no canal durante o YTDSET 19

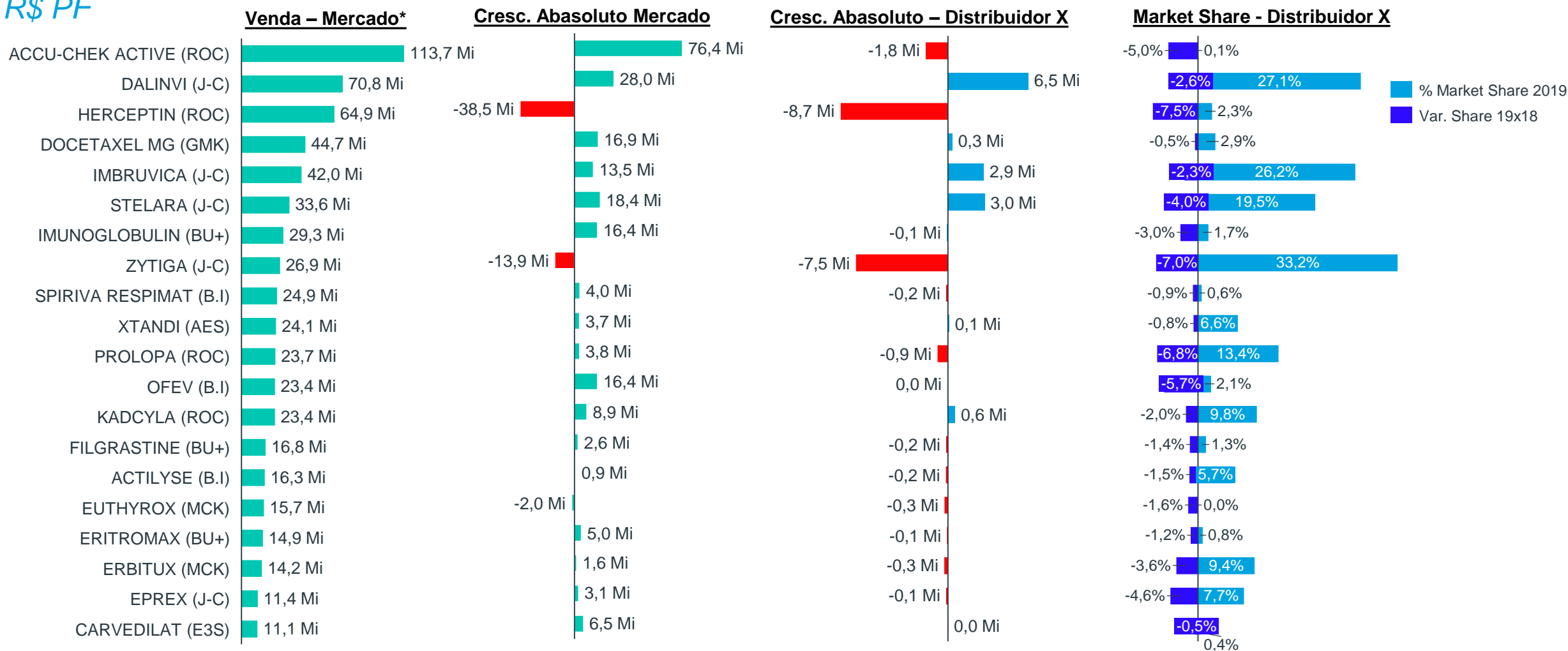
# A Distribuidor X ganhou participação de mercado no canal Institucional, mas perdeu share com Dalinvi, o produto mais importante para o seu negócio.

## Principais Produtos para a Distribuidor X no Mercado Institucional – Mercado Total



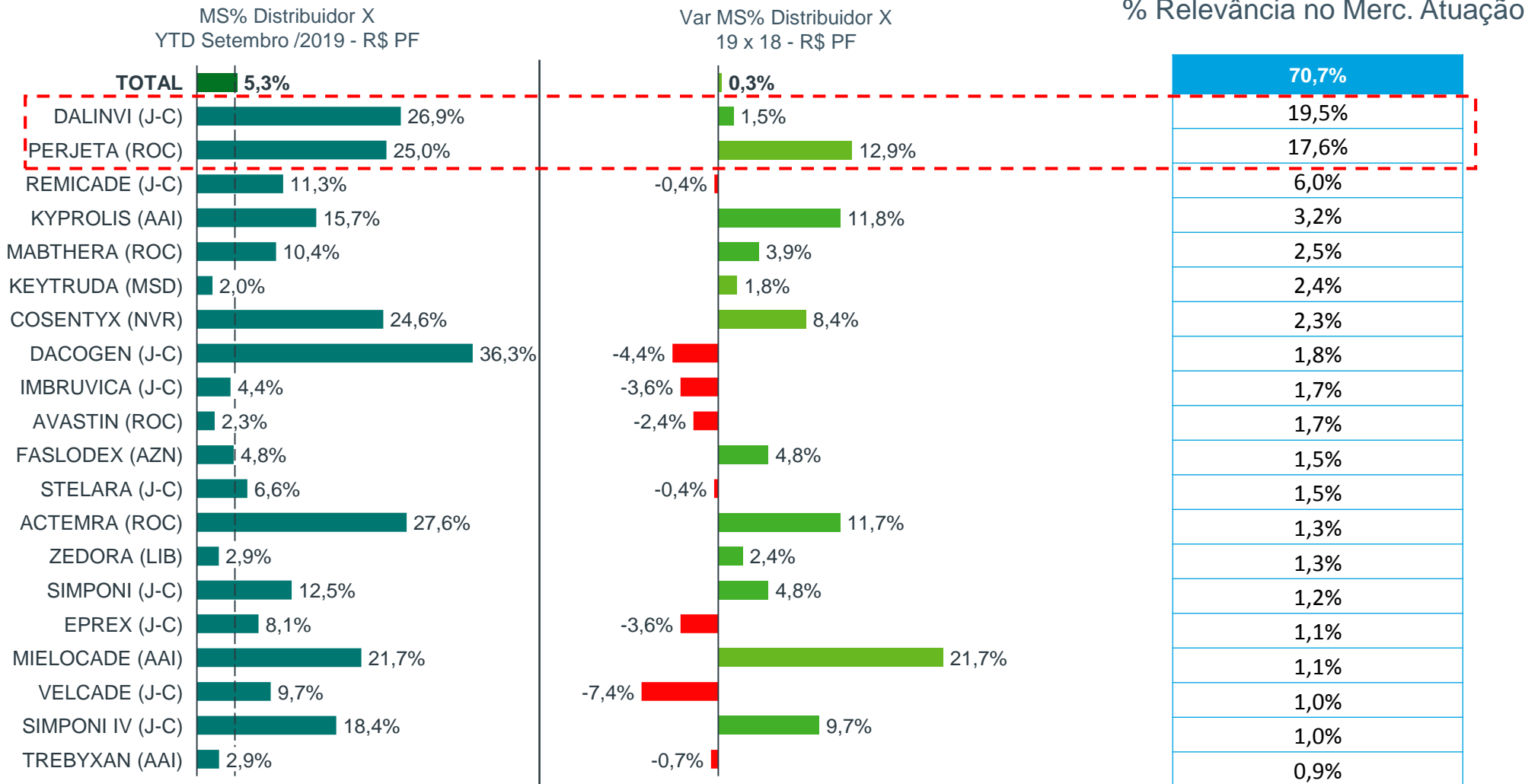
# Top 20 Produtos foco para Distribuidor X

Top 20 dos produtos que a Distribuidor X perdeu Market Share Mercado Institucional – YTD Setembro 2019 – R\$ PF



# Em Clínicas a Distribuidor X apresentou perda de participação em alguns produtos, mas ganhou share nos produtos Dalinvi e Perjeta. Juntos os produtos representam 37,1% da venda da distribuidora no canal.

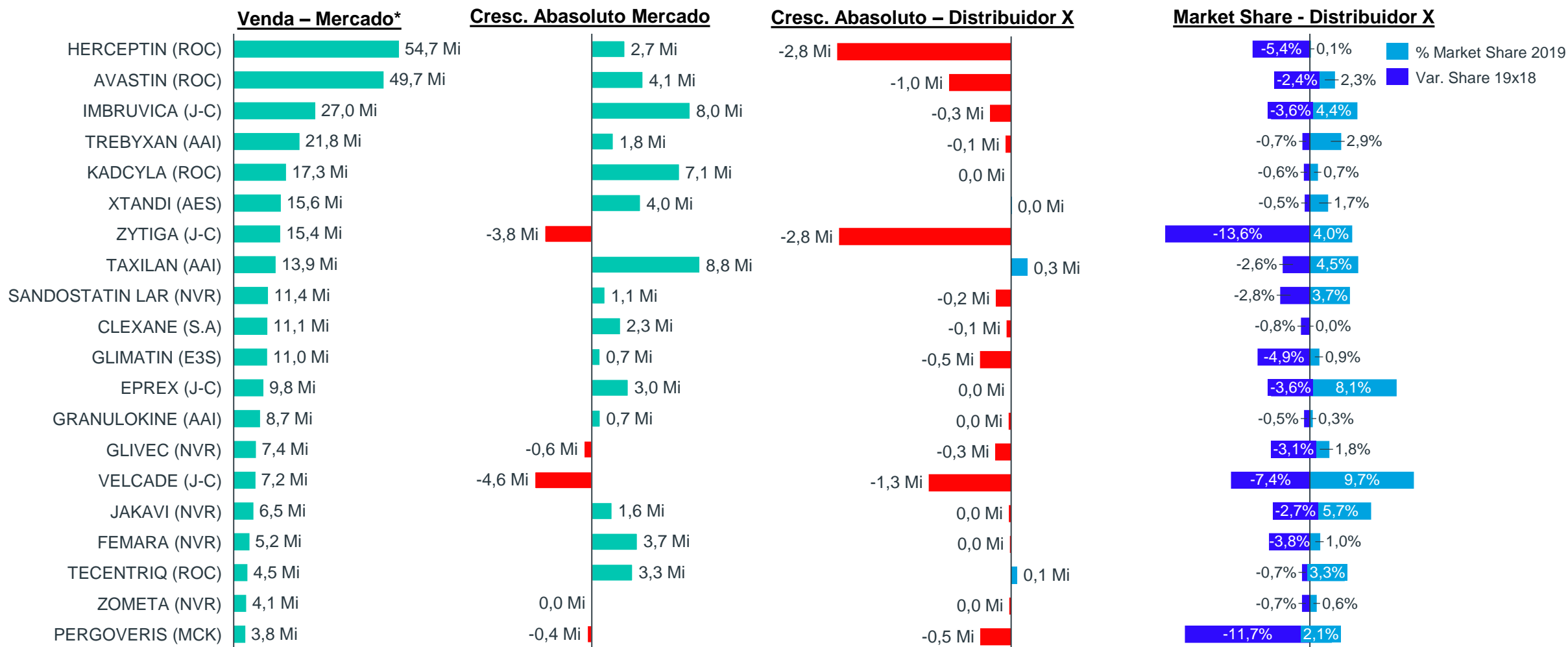
## Principais Produtos para a Distribuidor X no Mercado Institucional – Clínicas





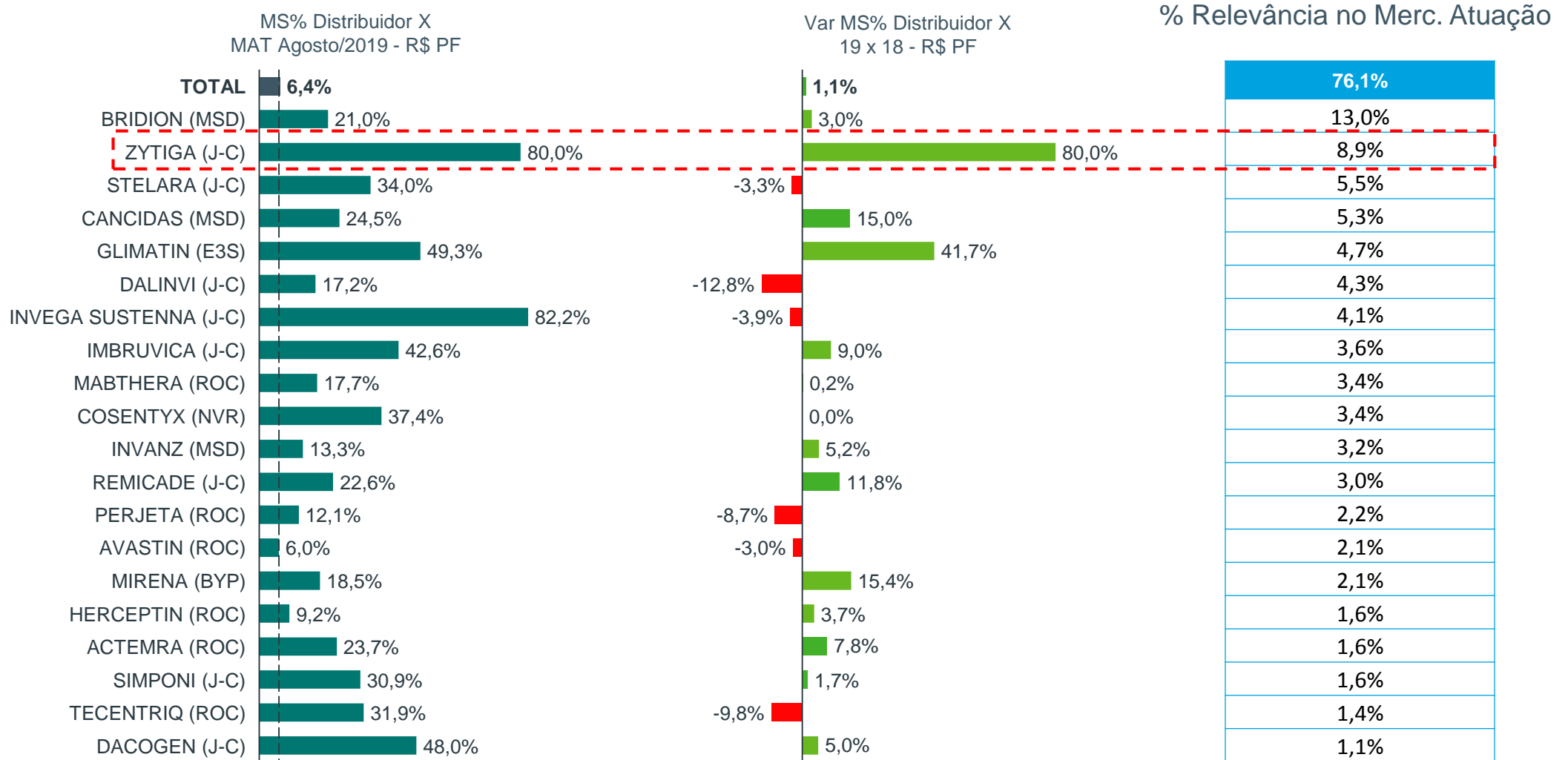
# Top 20 Produtos foco para Distribuidor X

Top 20 dos produtos que a Distribuidor X perdeu Market Share em Clínicas – YTD Setembro 2019 – R\$ PF



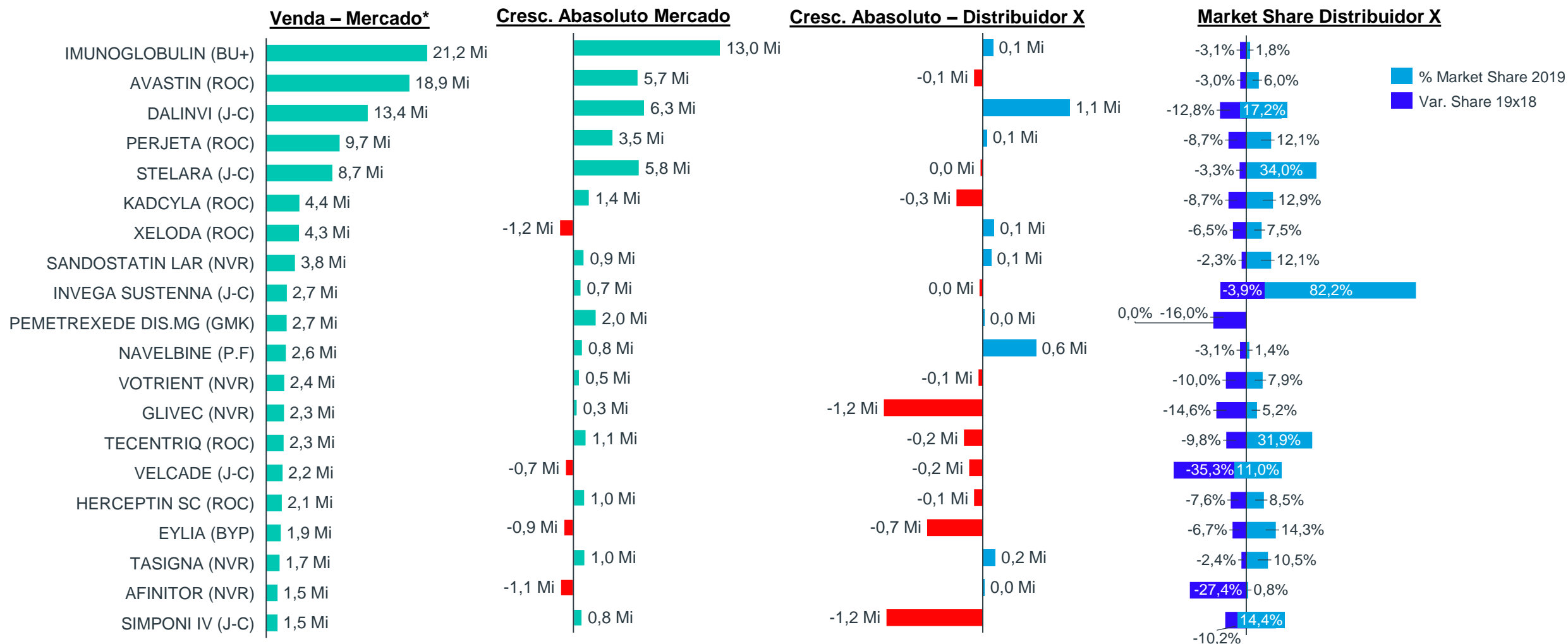
# O produto que a Distribuidor X ganha mais share no canal de Hospitais Privados é o Zytiga, que representa 8,9% de importância para o seu negócio.

## Principais Produtos para a Distribuidor X no Mercado Institucional – Hospitais Privados



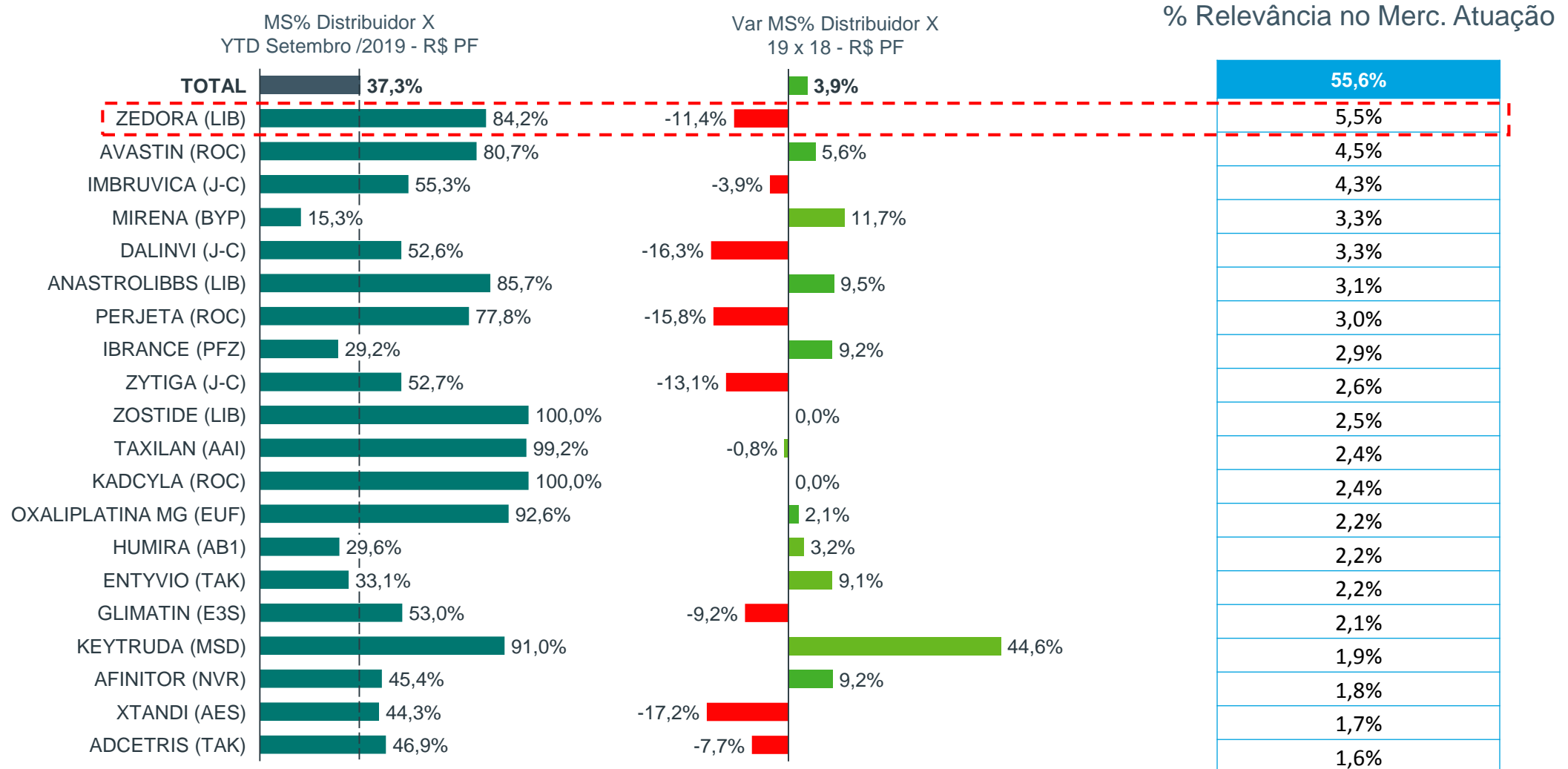
# Top 20 Produtos foco para Distribuidor X

Top 20 Produtos que a Distribuidor X perdeu Market Share no Hosp. Privado – YTD Setembro 2019 – R\$ PF



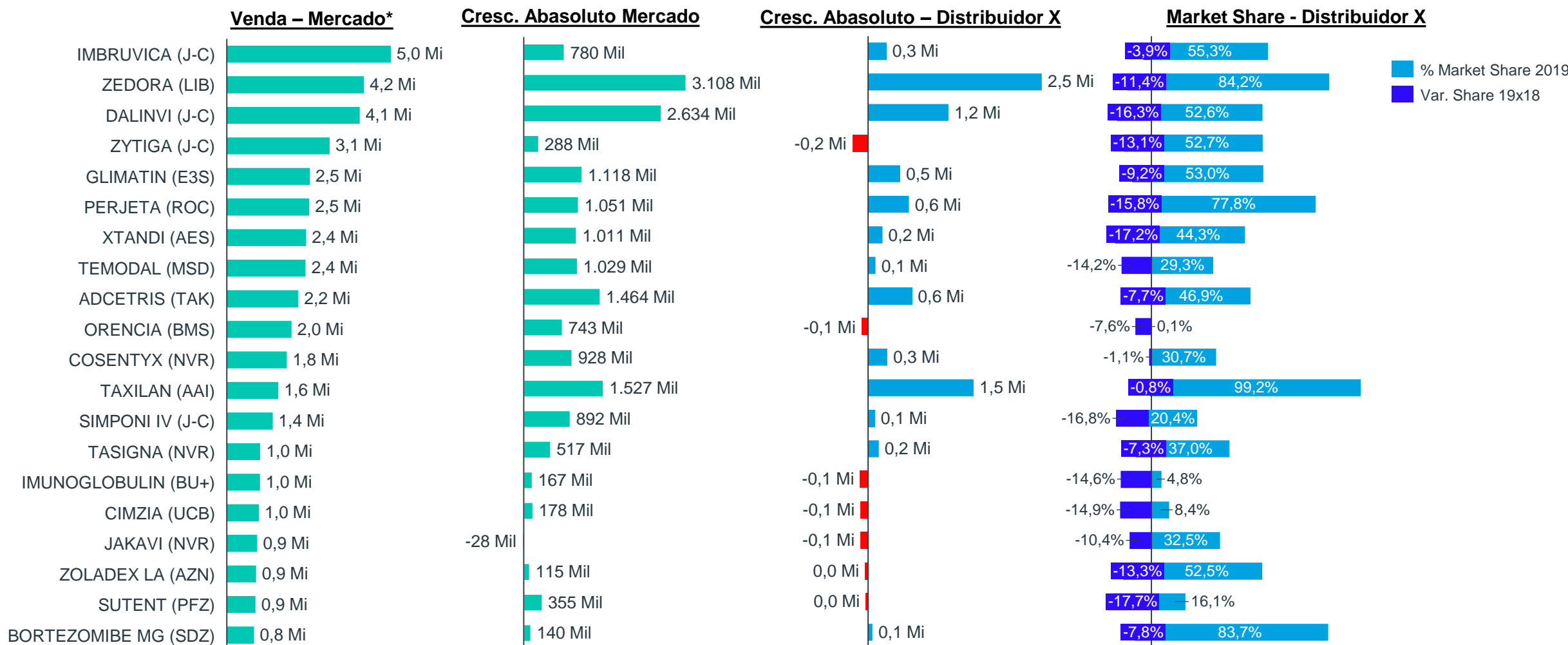
# Em Planos de Saúde a Distribuidor X apresentou ganho de participação de mercado, só que perdeu participação do Zedora, o principal produto para o seu negócio.

Principais Produtos para a Distribuidor X no Mercado Institucional – Planos e Seguradoras de Saúde



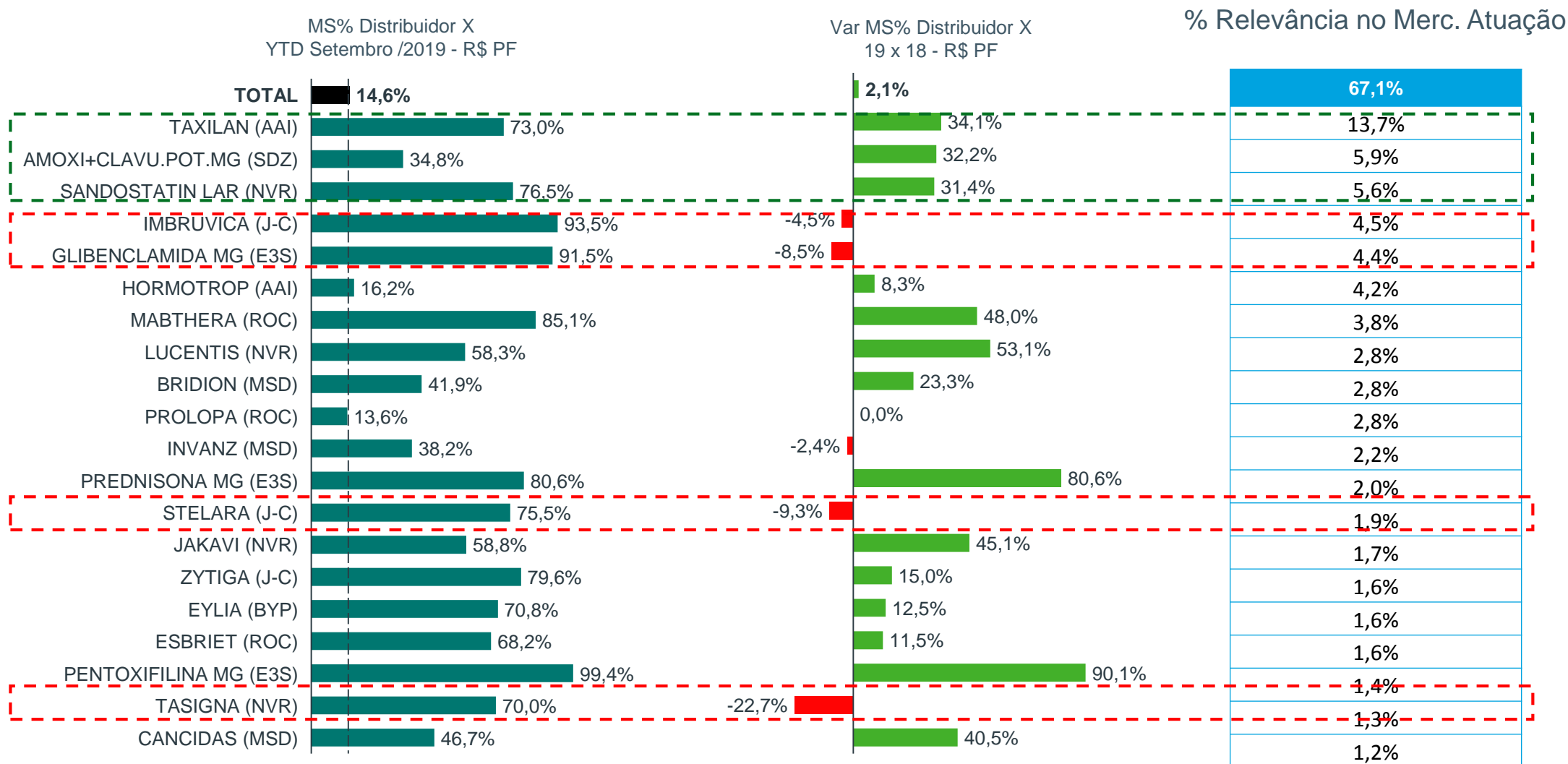
# Top 20 Produtos foco para Distribuidor X

Top 20 Produtos que a Distribuidor X *perdeu* Market Share em Plan. Saúde – YTD Setembro 2019 – R\$ PF



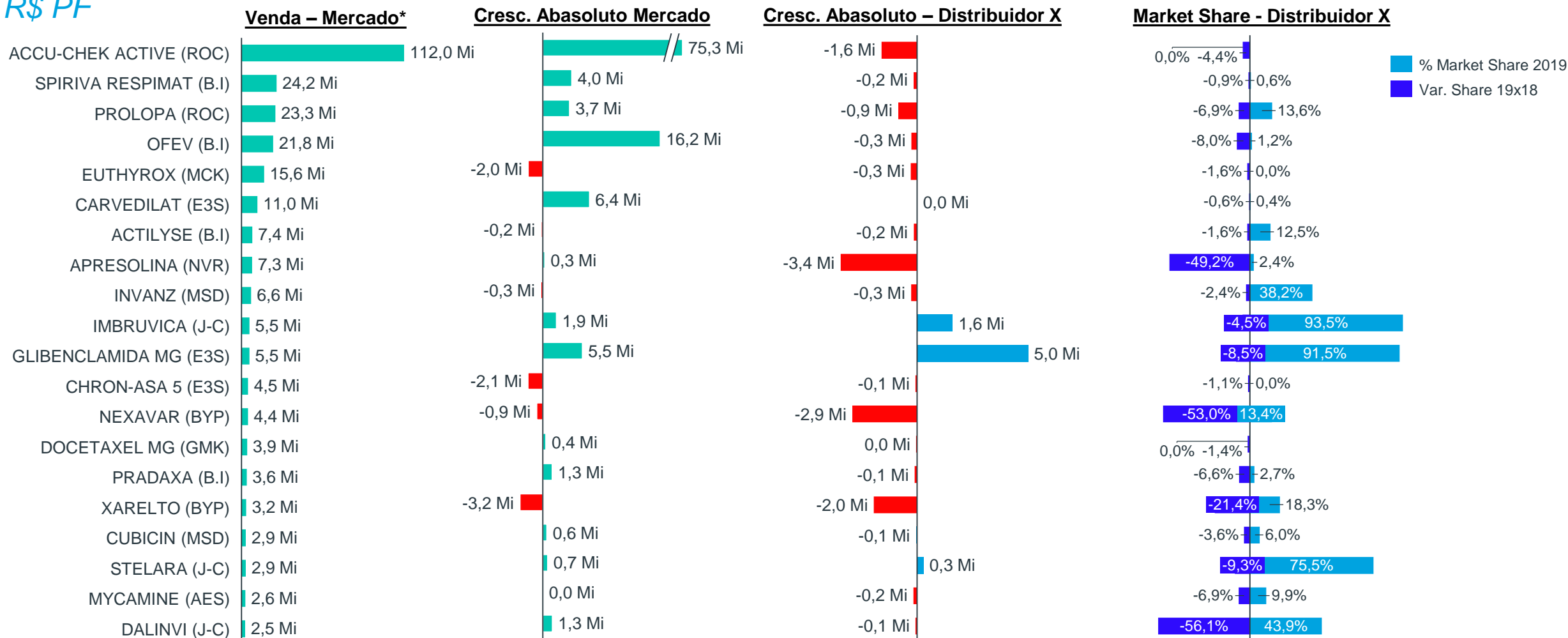
# Mesmo a Distribuidor X perdendo participação de mercado em produtos que tinham mais de 80% de share nas Instituições Públicas, ela ganha mercado nos 3 principais produtos do canal para o seu negócio.

Principais Produtos para a Distribuidor X no Mercado Institucional – Instituições Públicas



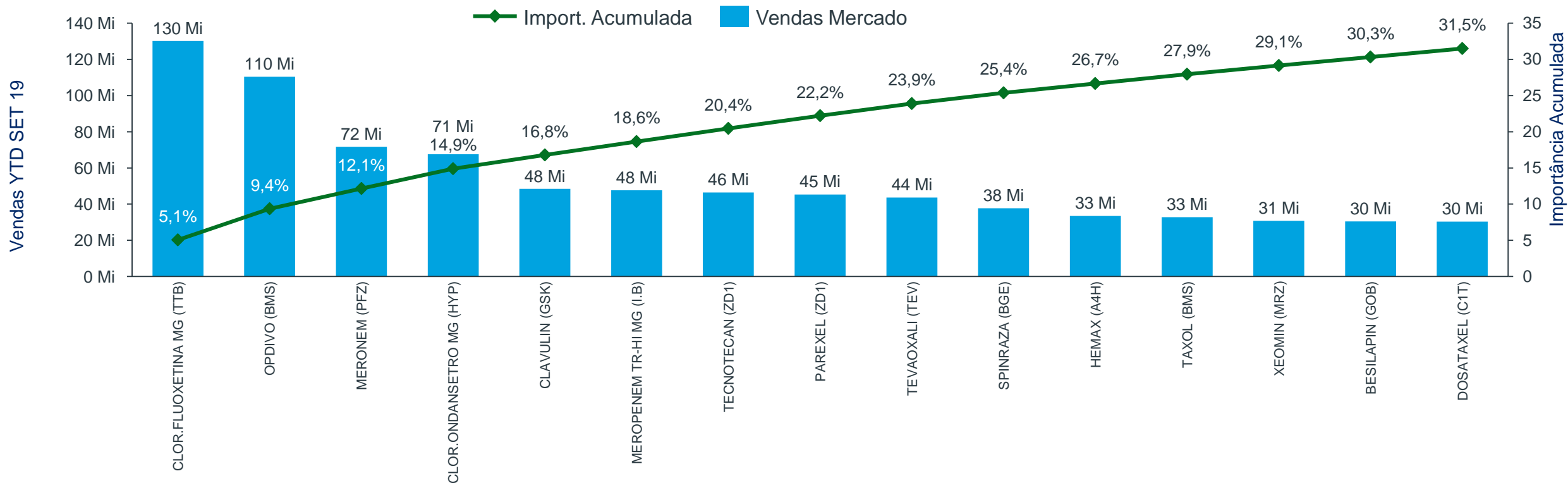
# Top 20 Produtos foco para Distribuidor X

Top dos 20 Produtos que a Distribuidor X perdeu Market Share nas Insti. Públicas – YTD Setembro 2019 – R\$ PF



# A maior parte dos produtos relevantes não trabalhados pela Distribuidor X no canal Institucional são marcas.

## Top 15 dos produtos do Mercado Potencial Institucional não trabalhado – YTD Setembro 2019



<b>%Público</b>	99,9%	0,0%	0,1%	16,8%	99,6%	14,6%	11,5%	47,7%	0,0%	37,0%	19,6%	0,3%	0,0%	98,4%	30,3%
<b>%Hosp. Priv.</b>	0,1%	22,5%	95,1%	68,2%	0,4%	76,1%	44,8%	45,0%	20,2%	11,3%	30,1%	3,5%	0,3%	1,2%	29,6%
<b>%Clínicas</b>	0,0%	75,9%	4,8%	13,7%	0,0%	8,2%	43,0%	7,3%	79,8%	3,1%	39,1%	96,2%	5,0%	0,4%	40,1%
<b>%Paciente</b>	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	28,3%	4,6%	0,0%	91,4%	0,0%	0,0%
<b>%P. Saúde</b>	0,0%	1,5%	0,0%	1,3%	0,0%	1,1%	0,7%	0,0%	0,0%	20,3%	6,6%	0,0%	3,3%	0,0%	0,0%

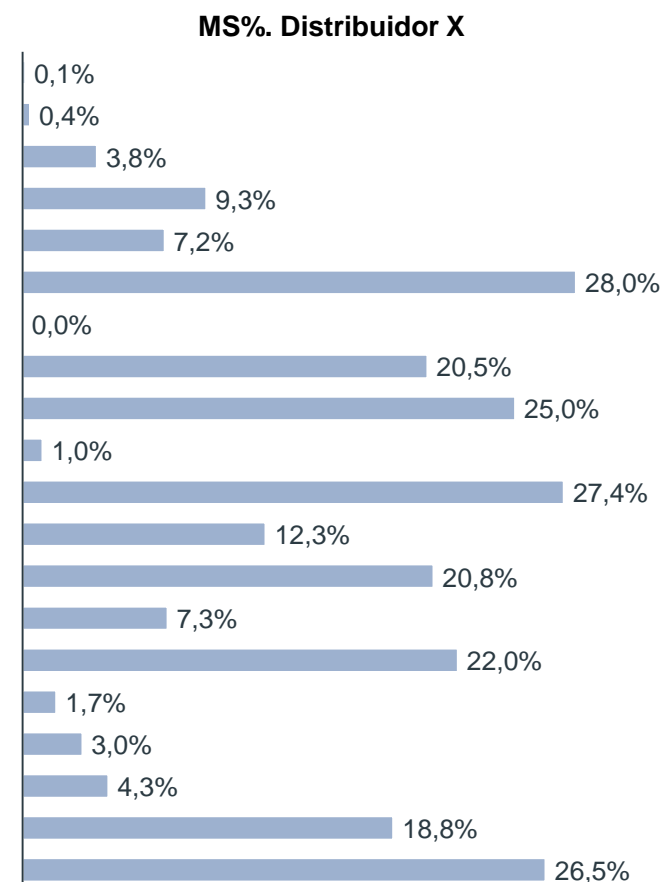
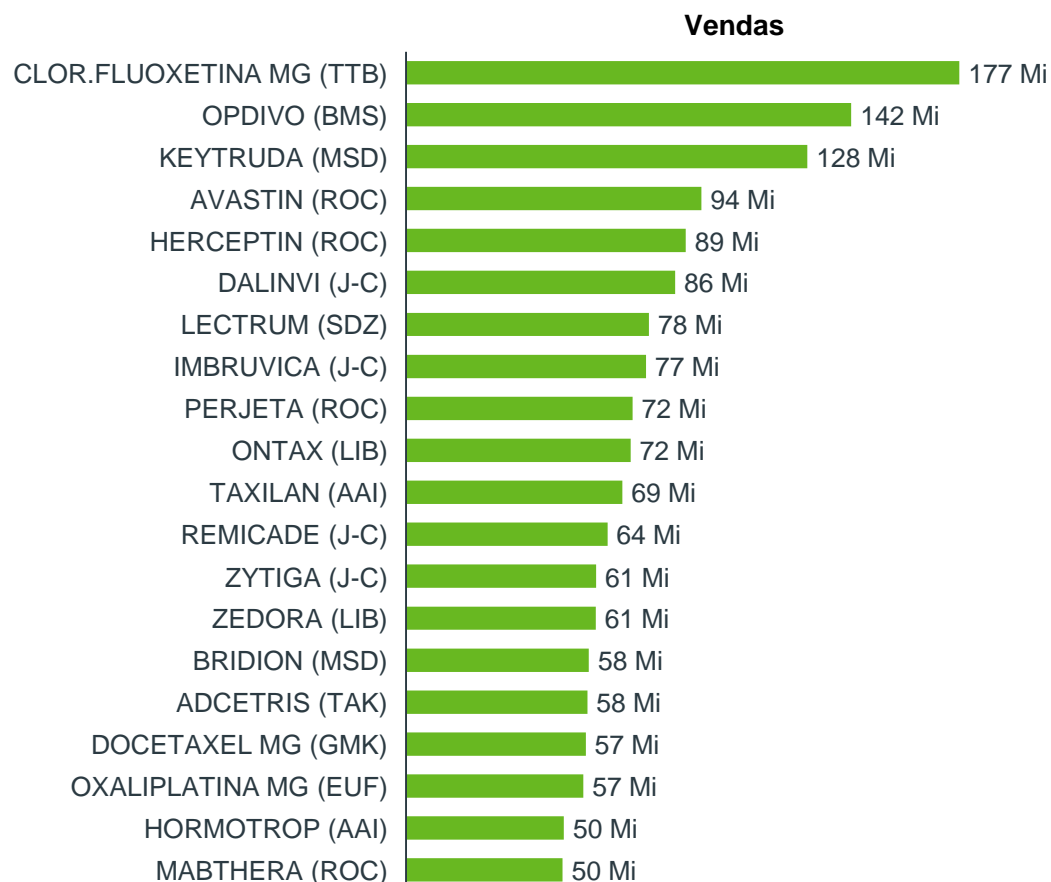
Merc. Potencial = Todos os produtos de mesma CT4 trabalhados pela Distribuidor X no canal durante o YTD SET 19; Merc. Atuação = Todos os produtos trabalhados pela Distribuidor X no canal durante o YTD SET 19



# Top 20 Lançamentos – R\$ PF

Ranking de Produtos Canal Institucional (HMB) – YTD Setembro 2019 - R\$ PF

## Vendas – Mercado Institucional



Lançamentos = Produtos lançados nos últimos 36 meses

# Obrigado!

## Alexandre Santos

Diretor Associado de Relacionamento com Parceiros  
Estratégicos, América Latina

**IQVIA: 11.5185.1500**

**Cel.: 11.97131-1981**

**email: [alexandre.santos@iqvia.com](mailto:alexandre.santos@iqvia.com)**

