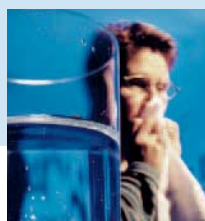


Consumer Care

Cada vez más personas se hacen responsables de su propia salud. Por este motivo, la automedicación es cada vez más importante.



Ventas netas en 2008: 2,800 millones de euros

Empleados: 7,800

Clasificación mundial: 2

Sede: Morristown, EE.UU.

División Consumer Care

Cada día aumenta el número de personas que eligen sus propios medicamentos para la prevención y el tratamiento de enfermedades en todo el mundo. Muchas de ellas confían en los medicamentos que no requieren receta médica para su venta (OTC) los cuales ofrece la División de Consumer Care de Bayer HealthCare. Por ejemplo, la *Aspirina*: La reputación mundial de esta marca, con más de 100 años de historia, no tiene igual.

La División Consumer Care se encuentra en una buena posición con una cartera balanceada de marcas fuertes en la mayoría de las categorías principales de productos OTC, incluyendo analgésicos, prevención de riesgos cardiovasculares, tos y resfriado, dermatología, productos gastrointestinales y alimenticios. Con más de 170 marcas alrededor del mundo y ocho marcas mundiales con ventas que ascienden a más de 100 millones de euros al año, Consumer Care cuenta con una buena posición para aprovechar del crecimiento proyectado de la industria de productos OTC.

Una contribución muy importante en el éxito de Bayer proviene de los analgésicos liderados por la *Aspirina*, el tercer producto en el mercado de analgésicos OTC. Otra marca fuerte en el segmento de los analgésicos es *Aleve/Flanax*. En la categoría de medicamentos dermatológicos, *Canesten*, para el tratamiento de infecciones micóticas, y *Bepanthen*, para la cicatrización y el cuidado de la piel, ocupan el primer lugar en sus respectivos mercados. El antiácido *Rennie* ha tenido éxito en el tratamiento para la indigestión desde finales de la década de 1920. *Talcid* y *Alka-Seltzer* también son tratamientos conocidos para los malestares estomacales. Además, Consumer Care tiene una presencia significativa en la categoría de los complementos alimenticios, con el segundo lugar mundial y con varios preparados vitamínicos y minerales, incluyendo *Supradyn* y *Berocca*, el suplemento de calcio *CitraCal*, el cual fue adquirido en el 2007 a la compañía estadounidense Mission Pharmacal, así como la línea de multivitaminas *One-A-Day*, especialmente famosa en Estados Unidos.

La División va por el buen camino en regiones de alto crecimiento como Europa Central y Oriental, y Asia y el Pacífico, con medidas tales como las adquisiciones del negocio de OTC Sagmel Inc., de Europa del Este, y la cartera de productos OTC para el resfriado de la empresa china Topsisun Science and Technology.

Las ventas generadas por Consumer Care de 2,800 millones de euros representan el 18% de las ventas totales de Bayer HealthCare en 2008.