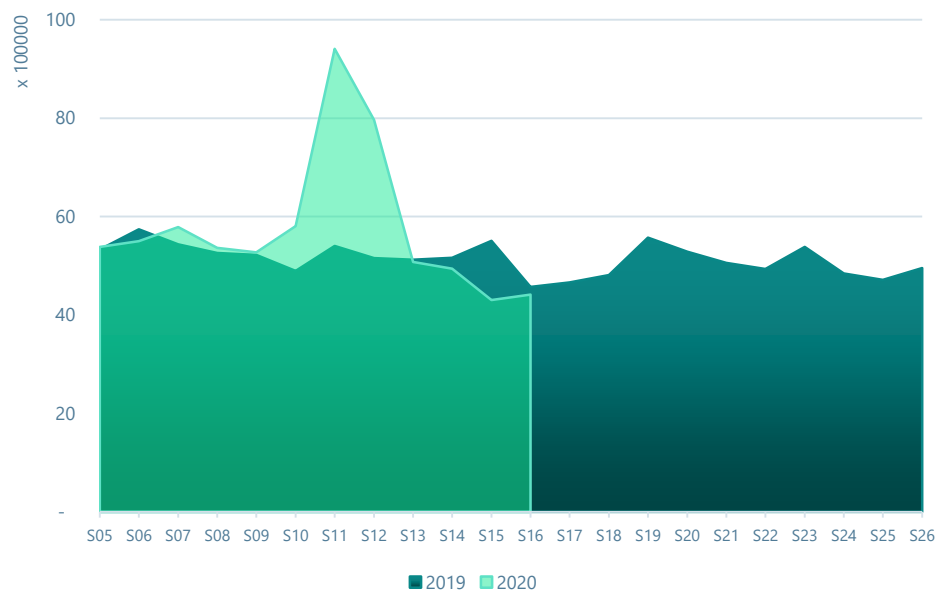


Especial COVID-19: Medicamentos

Dispensa de Medicamentos

Semanas 05 – 26 do ano, 2019 vs 2020

Volume de vendas semanais (x100.000 unidades)



Varição da Dispensa de Medicamentos por ATC2

Semana 16 de 2020 vs Semana 16 de 2019

Volume de vendas semanais (x100.000 unidades)

RANK	ATC2	Varição Unidades Absolutas	Varição Unidades Relativas
1	C10 – Agent. regul. lípidos/ Prep. anti-atero.	+0,35	+15,0%
2	N05 - Psicolépticos	+0,24	+7,1%
3	C09 – Agent. activos sis. renina-angiot.	+0,23	+7,7%
4	A10 - Fármacos usados na diabetes	+0,23	+10,4%
5	N06 - Psicoanalépticos excluindo prep. antiobesidade	+0,17	+9,6%
....			
88	J01 - Antibacterianos sistémicos	-0,61	-44,9%
87	R05 - Preparações para tosse e constipações	-0,54	-49,9%
86	M01 - Anti-inflamatórios e antireumáticos	-0,53	-31,2%
85	R01 - Preparações nasais	-0,23	-31,2%
84	R06 - Anti-histamínicos sistémicos	-0,19	-17,6%

A semana 11 de 2020 provavelmente representa um abastecimento reforçado de medicamentos por parte da população e um comportamento excepcional.

O estado de emergência em Portugal foi anunciado na quarta-feira, 18 de março e a sua implementação começou no domingo, 22 de março. O pico de vendas na semana 11 de 2020 parece indicar uma provável antecipação do abastecimento de medicamentos por parte dos utentes, face à tomada de medidas que ocorreu no final da semana 12.

O nível de crescimento na semana 16 do ano em algumas áreas terapêuticas permanece acima do comportamento normal, provavelmente por se manter um sobreabastecimento para determinadas patologias crónicas.

A nossa análise:

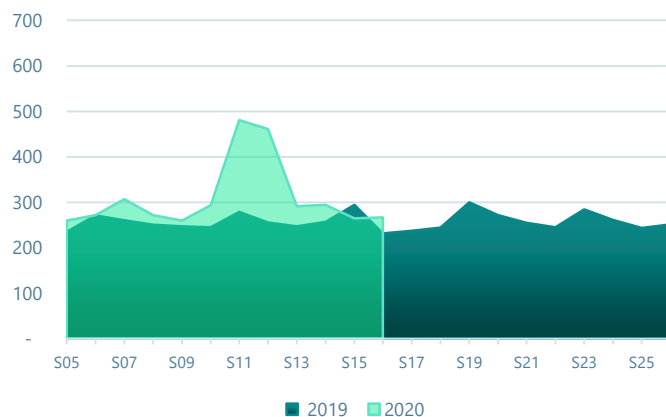
- Na 16ª semana do ano, 13-19 abril, e a 4ª semana de confinamento, **verifica-se uma ligeira redução em volume do Sell Out de medicamentos face a igual semana do ano anterior (-3,4%)**. No entanto, **a S16 apresenta um incremento de +2,5% em volume de Sell Out em relação à semana 15 de 2020**, comportamento normal na semana seguinte à Semana da Páscoa.
- Por outro lado, e atendendo a que a Semana da Páscoa e respetivas festividades são móveis, **comparando a Semana da Páscoa de 2020 (S15) com a de 2019 (S16) o decréscimo em volume de Sell Out torna-se mais expressivo (-5,8%)**. A semana 16 de 2020 apresenta um decréscimo de -5,3% vs a semana 17 de 2019.
- Após 2 semanas de decréscimo de Sell Out (-4,2% na primeira semana de abril (S14) e -21,9% na segunda semana (S15) face a iguais períodos de 2019) **o volume de Sell Out de medicamentos sugere uma tendência de normalização na terceira semana do mês**.
- Notamos um crescimento **no Sell Out de medicamentos Psicolépticos (+7,1%, +23,7K unidades na S16 de 2020 face à mesma semana de 2019 e de + 6,2%, +21,0K unidades face à S17 de 2019)**.

Especial COVID-19: Classes Terapêuticas

C10 - Reguladores dos lípidos

Semanas 05 – 26 do ano, 2019 vs 2020

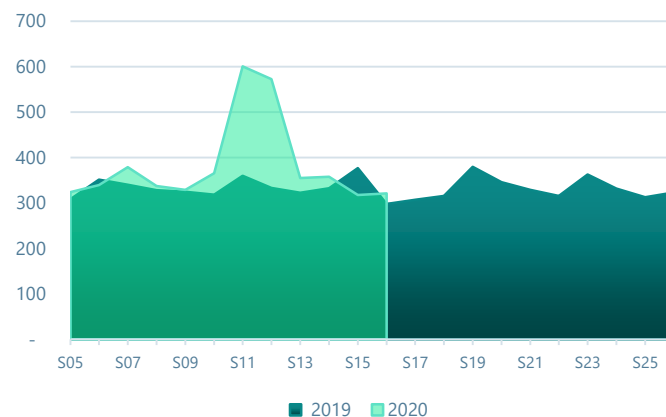
Volume de vendas semanais (x1.000 unidades)



C09 - Sistema renina-angiotensina

Semanas 05 – 26 do ano, 2019 vs 2020

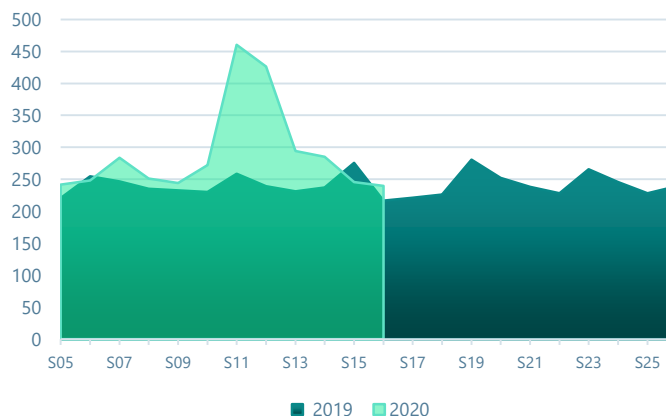
Volume de vendas semanais (x1.000 unidades)



A10 - Fármacos usados na diabetes

Semanas 05 – 26 do ano, 2019 vs 2020

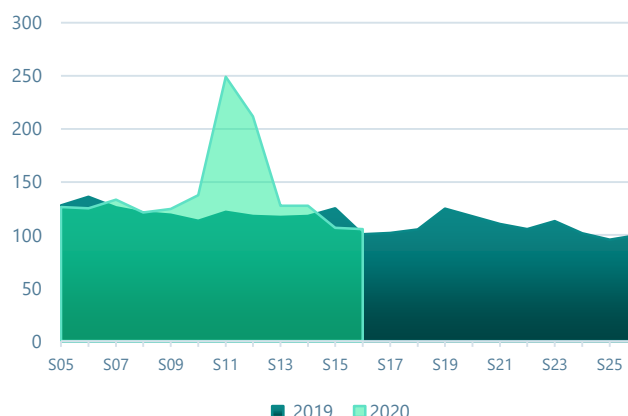
Volume de vendas semanais (x1.000 unidades)



R03 - Medicamentos para a asma e DPOC

Semanas 05 – 26 do ano, 2019 vs 2020

Volume de vendas semanais (x1.000 unidades)



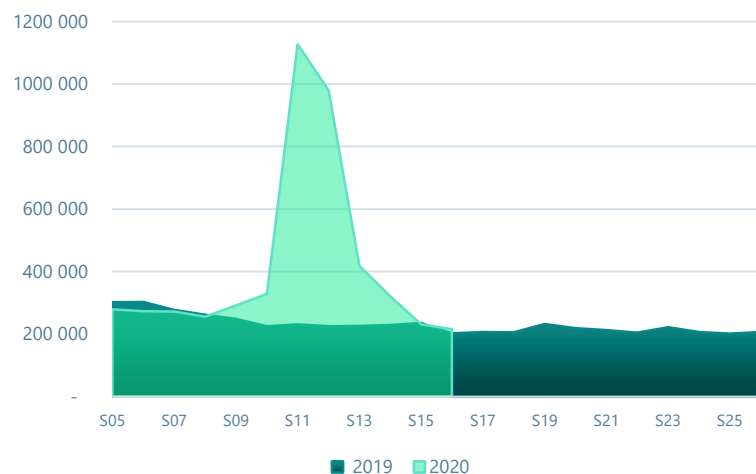
A nossa análise:

- A generalidade das classes terapêuticas crónicas registam na 16ª semana do ano volume de Sell Out superior ao registado em igual semana do ano anterior, com uma tendência sugestiva de normalização.
- Comparando o Sell Out destas quatro classes na Semana da Páscoa de 2020 vs 2019 as tendências destas são igualmente de crescimento.
- Entre as classes terapêuticas que mantêm um elevado nível de Sell Out comparando com igual semana do ano anterior observamos, entre outras, as seguintes:
 - **C10 – Reguladores dos lípidos** (+15,0%) ,
 - **C09 – Sistema Renina-angiotensina** (+7,7%),
 - **A10 – Antidiabéticos** (+10,4%),
 - **R03 – Medicamentos para a asma e DPOC** (+4,8%)

Especial COVID-19: Paracetamol e Ibuprofeno

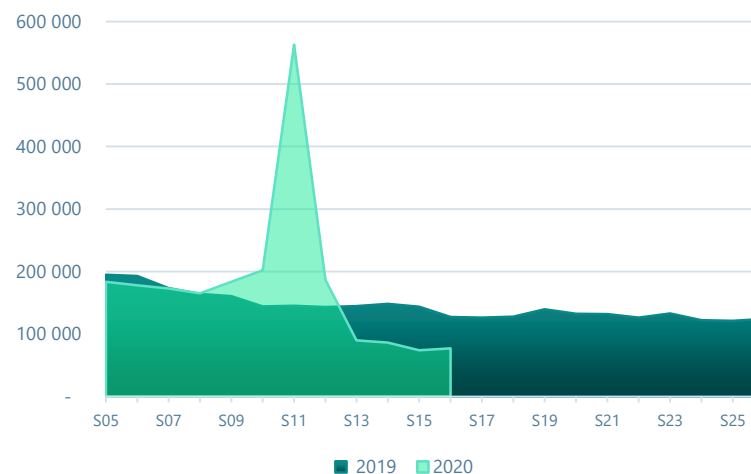
Dispensa de Paracetamol

Semanas 05 – 26 do ano, 2019 vs 2020
Volume de vendas semanais (unidades)



Dispensa de Ibuprofeno

Semanas 05 – 26 do ano, 2019 vs 2020
Volume de vendas semanais (unidades)



A nossa análise:

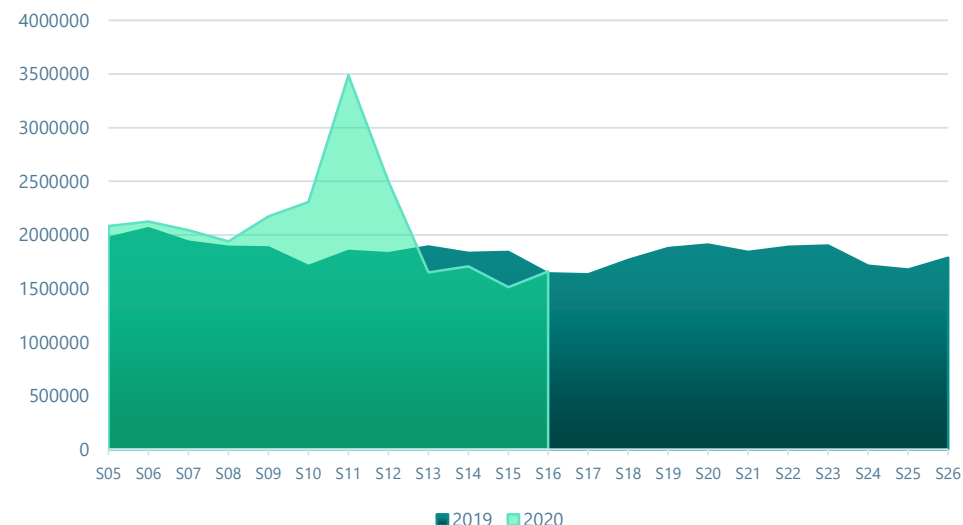
- Na 16ª semana do ano observa-se uma **normalização no volume de Sell Out de paracetamol (+6,2% face a igual semana de 2019).**
- Apesar da progressiva redução do Sell Out de paracetamol a partir do início da 12ª semana de 2020, os níveis de vendas mantêm-se superiores aos do ano de 2019.
- A partir da 13ª semana do ano, **após uma queda drástica, o Sell Out de ibuprofeno tem-se mantido substancialmente abaixo do observado em igual período do ano passado: -39,3% na semana 16 de 2020 quando comparado com a mesma semana do ano anterior.**
- O Sell Out em volume de ibuprofeno na semana 16 reflete um ligeiro crescimento face à semana anterior (S15 de 2020), o que pode sugerir uma tendência para a progressiva normalização deste mercado.

MARKET WATCH PORTUGAL - 2020 SEMANA 16 - PHARMACY MARKET
Especial COVID-19: Consumer HealthCare



Venda de Produtos Consumer HealthCare (CHC)

Semanas 05 – 26 do ano, 2019 vs 2020
 Volume de vendas semanais (unidades)



A semana 11 de 2020 provavelmente representa uma dinâmica de armazenamento de produtos de Consumer HealthCare que reflete o comportamento de "pânico" do consumidor, conforme observado noutros canais de consumo.

O estado de emergência em Portugal foi anunciado na quarta-feira, 18 de março e sua implementação começou no domingo, 22 de março. O pico de vendas de produtos CHC registado na semana 11 de 2020 parece indicar uma provável antecipação do armazenamento destes produtos por parte dos consumidores, face à tomada de medidas que ocorreu no final da semana 12.

Varição da Venda de Produtos CHC por Segmento

Semana 16 de 2020 vs Semana 16 de 2019
 Volume de vendas semanais (unidades)

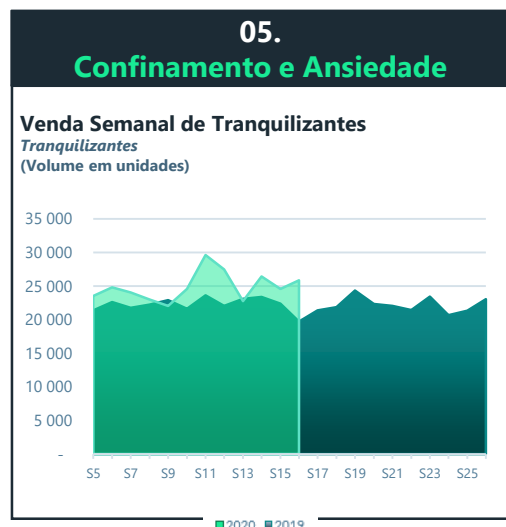
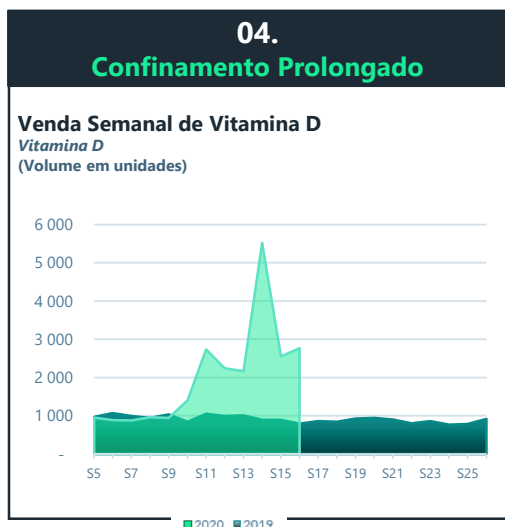
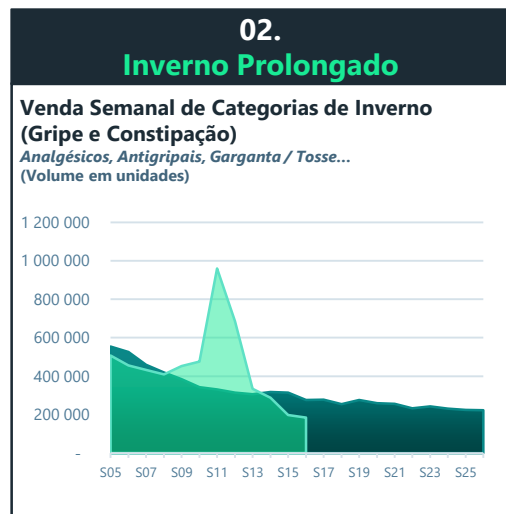
Semana 16 de 2020	Varição Unidades Absolutas	Varição Unidades Relativas
Consumer HealthCare	+16.170	+1,0%
<i>Patient Care</i>	+252.929	+67,2%
<i>Supplement</i>	-1.958	-1,2%
<i>Nutrition</i>	-8.569	-18,9%
<i>OTC</i>	-151.440	-19,2%
<i>Personal Care</i>	-74.792	-27,6%

A diminuição de vendas de produtos CHC a partir da semana 13 do ano, devida à expansão do novo coronavírus e ao confinamento da população portuguesa, contraria a tendência esperada para este mercado nesta época do ano.

A nossa análise:

- Na 16ª semana do ano, 13-19 abril, **deteta-se uma ligeira recuperação no volume de Sell Out de produtos Consumer HealthCare em comparação com a verificada nas três semanas anteriores**, registando-se na 16ª semana de 2020 um crescimento ligeiro de +1,0% face à mesma semana de 2019.
- Comparando a Semana da Páscoa de 2019 (S16) com a de 2020 (S15) regista-se um decréscimo em volume de Sell Out de produtos CHC de -7,8%. **A semana 16 de 2020 apresenta um crescimento de +1,6% vs a semana 17 de 2019 (semana seguinte à Páscoa).**
- Por outro lado, no CHC observa-se **um crescimento de +9,5%, +144,5K unidades na S16 de 2020 face à semana anterior (S15).**
- O segmento de *Patient Care* é o único que mantém uma tendência de crescimento face à semana 16 de 2019 (+67,2%, o que corresponde a +252.929 unidades vendidas). Todos os restantes segmentos de CHC apresentam-se em queda, com destaque para o segmento *Personal Care* que regista perdas de -27,6% quando comparado com as vendas da semana 16 de 2019.

Especial COVID-19: Efeitos no *Consumer HealthCare*



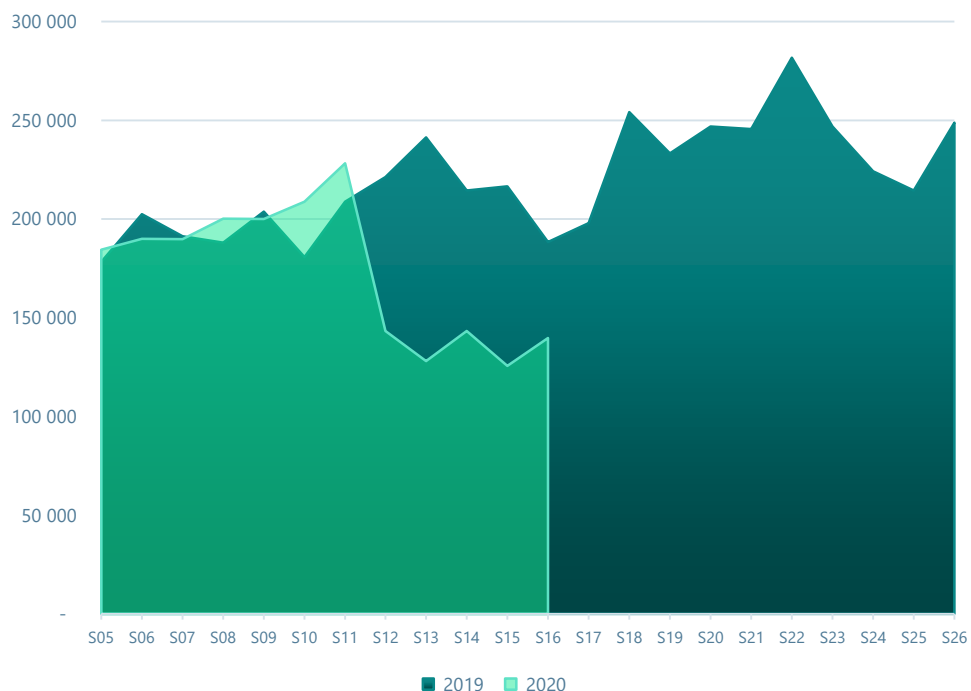
A nossa análise:

- De acordo com a nossa compreensão do mercado, agrupamos os efeitos da atual crise da expansão do novo coronavírus em Portugal no mercado de farmácia em seis fenómenos, com alguns exemplos de categorias afetadas:
- Rupturas de Stock** - em produtos como máscaras, luvas, termómetros e desinfetantes provocam padrões irregulares de compra e venda vinculados à disponibilidade dos mesmos na cadeia de abastecimento.
 - Inverno prolongado** - a procura por produtos de categorias normalmente associadas à estação da gripe e constipações teve um pico na semana 11 de 2020, registando a partir daí um abrandamento.
 - Procura excecional** - em algumas categorias não específicas de inverno deteta-se uma procura de produtos comumente associados à melhoria da resposta imunitária contra uma infeção viral.
 - Confinamento prolongado e diminuição da exposição solar** - informações que circulam sobre determinados produtos ou comportamentos que podem ajudar a prevenir ou suavizar a infeção, aumentando as vendas.
 - Confinamento e ansiedade** - possivelmente reflexo dos desafios do confinamento e do ambiente de incerteza, regista-se um aumento das vendas de tranquilizantes nas classes de produtos de saúde.
 - Primavera adiada** - devido ao confinamento, e de acordo com os padrões de compra e venda de produtos de categorias de primavera / verão detetados na farmácia, estima-se que o consumo deste tipo de produtos seja também adiado.

Especial COVID-19: Dermocosmética

Vendas de Produtos de Dermocosmética

Semanas 05 – 26 do ano, 2019 vs 2020
Volume de vendas semanais (unidades)



Varição da Venda de Produtos de Dermocosmética por categoria

Semana 16 de 2020 vs Semana 16 de 2019
Volume de vendas semanais (unidades)

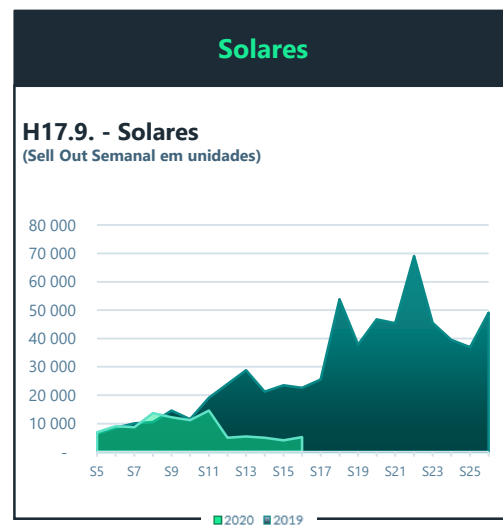
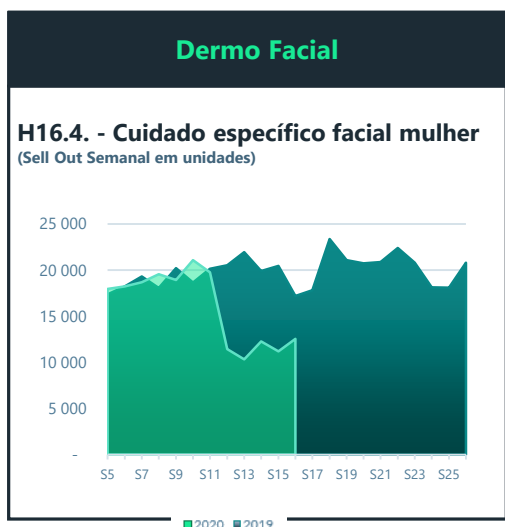
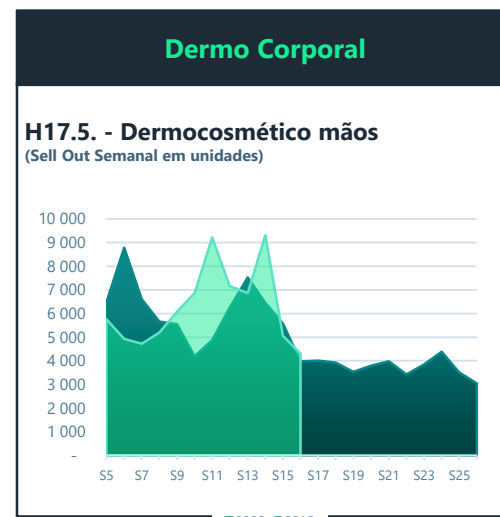
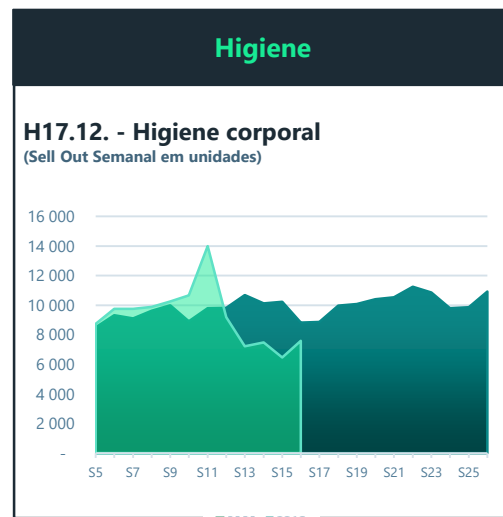
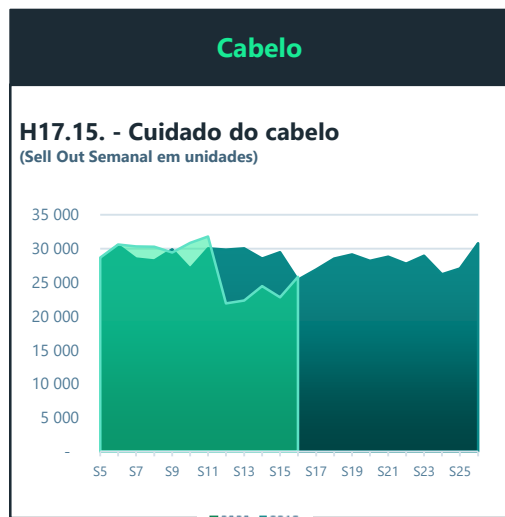
Semana 16 de 2020	Varição Unidades Absolutas	Varição Unidades Relativas
Dermocosmética	-48.625	-25,8%
Cabelo	+387	+1,5%
Higiene	-8.979	-16,7%
Derma Corporal	-5.206	-16,8%
Derma Facial	-17.530	-31,8%
Solares	-17.297	-76,7%

A categoria de Dermocosmética Facial apresenta a maior queda, em unidades absolutas, dentro do mercado de Dermocosmética. O decréscimo superior a -17K unidades na semana 16 de 2020 face a igual período de 2019 representa 17,9% da variação de vendas em unidades deste mercado.

A nossa análise:

- O mercado de Dermocosmética é um dos que mais perde na 16ª semana do ano. Com **uma diminuição no volume de Sell Out de -48,6K quando comparado com a semana 16 de 2019.**
- O volume de Sell Out de produtos Dermocosmética vendidos na 16ª semana do ano perfaz os **139,7K unidades**, correspondendo a uma diminuição de **-25,8%** versus igual semana de 2019.
- Apresenta-se, de seguida, o detalhe de algumas das subclasses de Dermocosmética mais impactadas dentro de cada uma das categorias aqui analisadas.

Especial COVID-19: Dermocosmética



A nossa análise:

- **Cabelo** – devido às exigências de confinamento e de encerramento de serviços comerciais que atendem ao público, verifica-se o crescimento consistente do Sell Out em volume de produtos para coloração do cabelo.
- **Higiene** – à semelhança de outros produtos tidos como “bens essenciais”, os produtos de higiene corporal tiveram o pico de Sell Out na semana 11 de 2020, tendo reduzido significativamente as vendas nas semanas seguintes.
- **Derma Corporal** – o crescimento acentuado do Sell Out em volume de cremes hidratantes para as mãos pode estar associado à utilização excecional de soluções desinfetantes de base alcoólica.
- **Derma Facial** – verifica-se uma queda acentuada na globalidade da classe de cuidado específico facial mulher. As subclasses de despigmentantes faciais são as que, na semana 16 de 2020 apresentam crescimentos mais significativos.
- **Solares** – em consequência do confinamento e das restrições de deslocações recreativas, as vendas de solares estão reduzidas a um volume residual, contrariando a tendência esperada para este mercado nesta época do ano.