

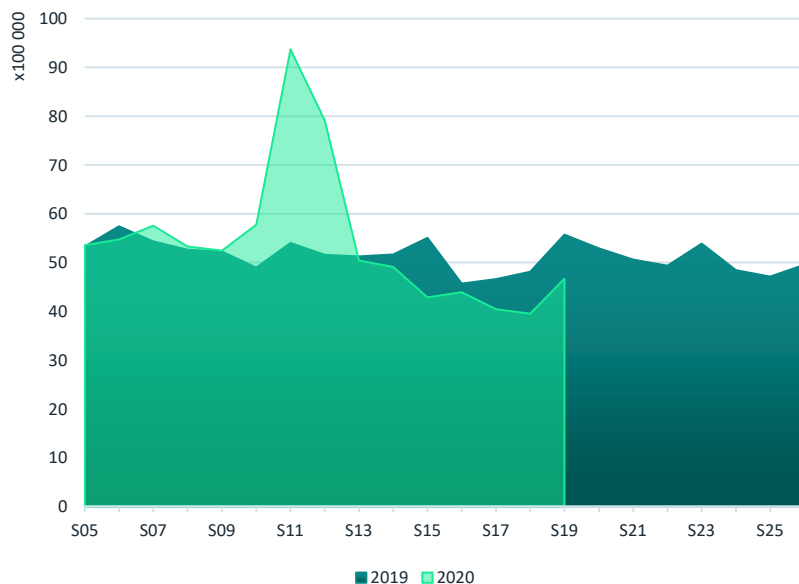
MARKET WATCH PORTUGAL - 2020 SEMANA 19 - PHARMACY MARKET

Especial COVID-19: Medicamentos



Dispensa de Medicamentos

Semanas 05 – 26 do ano, 2019 vs 2020
Volume de vendas semanais (x100.000 unidades)



Ao longo das últimas semanas, desde o início da pandemia em Portugal, o mercado tem apresentado comportamentos atípicos. No início observou-se um aumento da procura, tendo sido notório o pico de consumo entre as semanas 11 e 13, a que se seguiu uma queda. Na semana 19 assiste-se a uma normalização da tendência face ao homólogo, com o mercado a crescer, mas ainda bastante abaixo dos valores de 2019.

TOP 10 Dispensa de Medicamentos por ATC2

Semana 19 de 2020 vs Semana 19 de 2019
Semana 19 de 2020 vs Semana 18 de 2020
Volume de vendas semanais (x100.000 unidades)

TOP	ATC2	Varição Absoluta W19 2019	Varição Relativa W19 2019	Varição Absoluta W18 2020	Varição Relativa W18 2020
Mercado Total					
1	N02 - Analgésicos	-1,14	-23,2%	0,41	11,5%
2	N05 - Psiclépticos	-0,48	-11,5%	0,61	18,8%
3	C09 - Agentes activos no sistema renina-angiotensina	-0,43	-11,3%	0,59	20,3%
4	C10 - Agentes reguladores dos lípidos/ Preparações anti-ateroma	-0,24	-8,0%	0,49	20,8%
5	A10 - Fármacos usados na diabetes	-0,35	-12,6%	0,39	18,4%
6	B01 - Antitrombóticos	-0,26	-10,7%	0,35	18,6%
7	N06 - Psicoanlépticos excluindo preparações antiobesidade	-0,25	-10,6%	0,31	17,2%
8	A02 - Antiácidos antiflatulentos e antiulcerosos	-0,33	-15,5%	0,26	16,3%
9	C07 - Beta-bloqueadores	-0,20	-12,4%	0,23	18,8%
10	M01 - Anti-inflamatórios e antireumáticos	-0,75	-37,7%	0,20	18,2%

O crescimento na semana 19 do ano em algumas áreas terapêuticas permanece abaixo do volume do ano anterior, possivelmente devido ao facto do aumento da procura ocorrido aquando do anúncio do estado de emergência. Possivelmente motivado pelo retomar de rotinas de parte da população, assiste-se a um crescimento face à semana anterior.

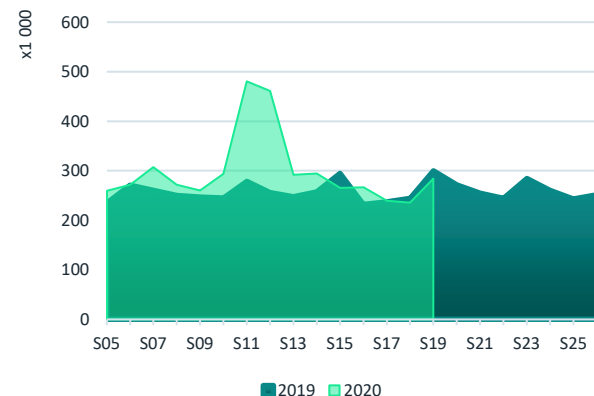
A nossa análise:

- A 19ª semana do ano, 04-10 maio, corresponde à passagem do estado de emergência para estado de calamidade, com o início do processo de “desconfinamento” e o retomar de algumas rotinas suspensas nas últimas semanas.
- Verifica-se que na **semana 19** o mercado está com um volume de Sell Out abaixo de 2019 apresentando um **decréscimo de -18,8%**.
- Por outro lado, face à **semana anterior** (semana 18) assiste-se a um **crescimento de +18,0%**, com crescimentos nas 10 classes mais relevantes (em volume).
- Estas **classes** acompanham a tendência do mercado, notando-se nestas **também crescimento face à semana anterior**, embora ainda mantenham um decréscimo face ao mesmo período em 2019.

MARKET WATCH PORTUGAL - 2020 SEMANA 19 - PHARMACY MARKET
Especial COVID-19: Classes Terapêuticas

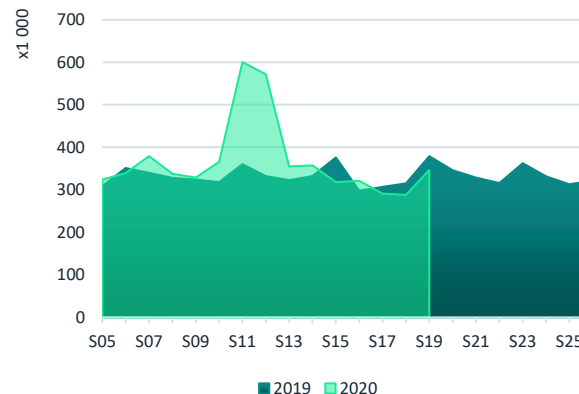
C10 - Reguladores dos lípidos

Semanas 05 - 26 do ano, 2019 vs 2020
 Volume de vendas semanais (x1.000 unidades)



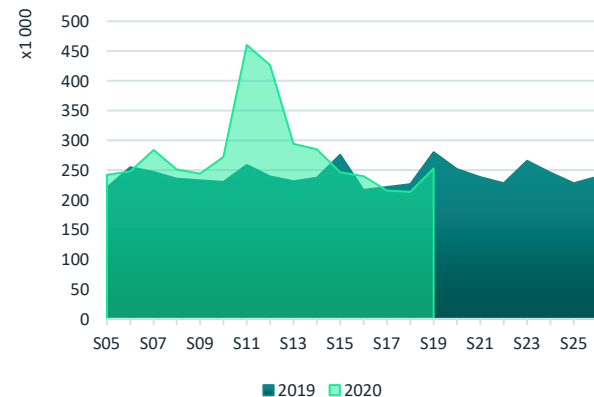
C09 - Sistema renina-angiotensina

Semanas 05 - 26 do ano, 2019 vs 2020
 Volume de vendas semanais (x1.000 unidades)



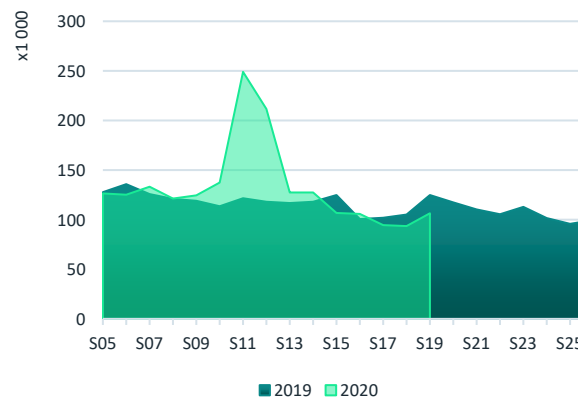
A10 - Fármacos usados na diabetes

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 que tem vindo a ser alvo de análise registam na **19ª semana** uma tendência de normalização face ao comportamento homólogo, no entanto ainda **abaixo dos valores do ano anterior**, possivelmente devido ao abastecimento atípico que ocorreu no início do estado de emergência.
- As tendências face à semana anterior denotam um crescimento nas principais classes de terapêuticas crónicas, possivelmente motivado pelo retomar de rotinas nos cuidados de saúde primários.
- Estas classes apresentam as seguintes dinâmicas face à semana 18, em variação de volume de Sell Out:

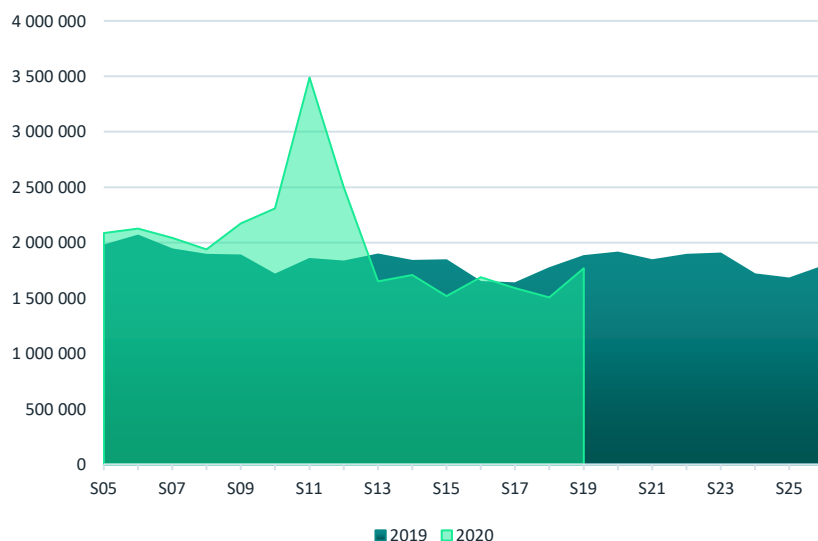
- **C10 - Reguladores dos lípidos (+20,8%)**,
- **C09 - Sistema Renina-angiotensina (+20,3%)**,
- **A10 - Antidiabéticos (+18,4%)**,
- **R03 - Medicamentos para a asma e DPOC (+13,9%)**

MARKET WATCH PORTUGAL - 2020 SEMANA 19 - PHARMACY MARKET
Especial COVID-19: *Consumer Healthcare*



Venda de Produtos *Consumer Healthcare* (CH)

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



Ao longo das últimas semanas, desde o início da pandemia em Portugal, o mercado tem apresentado comportamentos atípicos. A CH segue estes comportamentos, tendo sido observado um aumento excepcional da procura na semana 11, logo seguido de uma quebra face ao homólogo nas semanas seguintes (com um ligeiro crescimento de +1,0% na semana 16), que só não é mais acentuada devido à dinâmica do segmento *Patient Care*, que continua com crescimentos assinaláveis.

Variação da Venda de Produtos CH por Segmento

Semana 19 de 2020 vs Semana 19 de 2019
 Volume de vendas semanais (unidades)

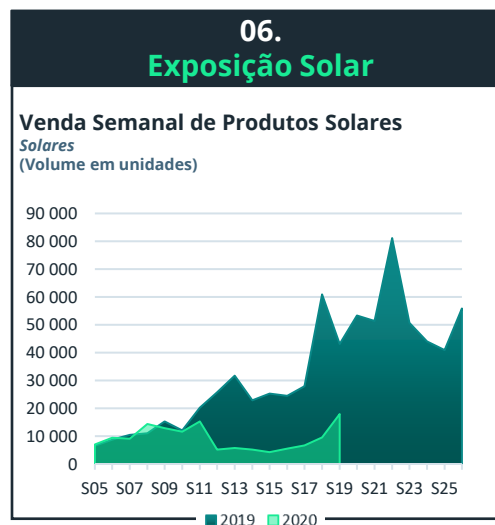
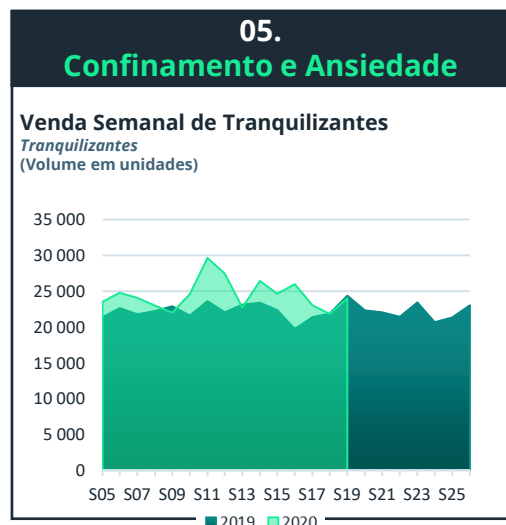
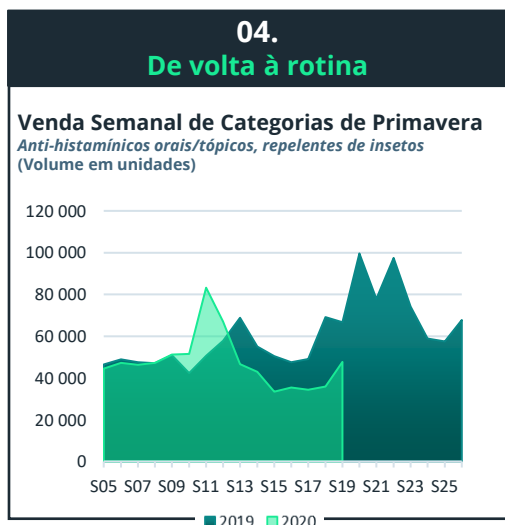
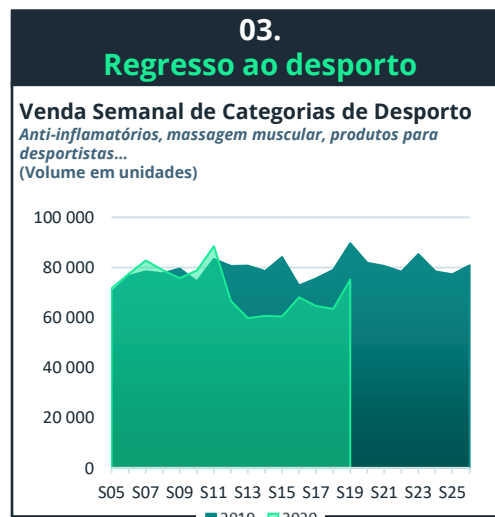
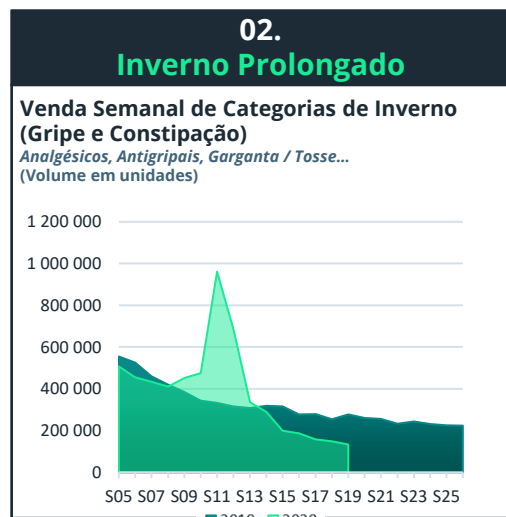
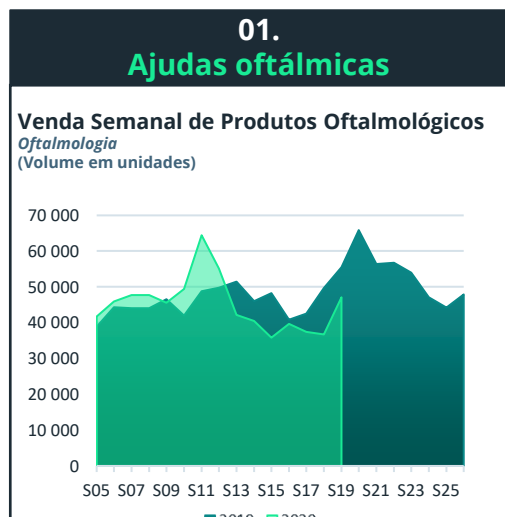
CONSUMER HEALTH	Varição Absoluta W19 2019	Varição Relativa W19 2019	Varição Absoluta W18 2020	Varição Relativa W18 2020
Total	-110 649	-5,9%	260 252	17,3%
Nutrition	-12 808	-24,4%	3 868	10,8%
OTC	-218 681	-24,8%	88 633	15,4%
Patient Care	232 827	54,4%	111 497	20,3%
Personal Care	-81 837	-25,3%	38 394	18,9%
Supplement	-30 150	-15,8%	17 860	12,5%

A diminuição de vendas de produtos CH 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. Na semana 19 vemos uma tendência positiva, ainda alavancada pelo segmento *Patient Care*, mas já visível em todos os segmentos.

A nossa análise:

- Na 19ª semana do ano, 4-10 maio, **deteta-se uma recuperação no volume de Sell Out de produtos *Consumer Healthcare*** face à semana anterior registando-se um crescimento de +17,3% embora se mantenha um crescimento negativo na 19ª semana de 2020 um decréscimo de -5,9% face à mesma semana de 2019, decréscimo este de -110,6K unidades.
- O segmento de *Patient Care*, apesar de ainda apresentar uma maior variação face aos restantes segmentos, apresenta uma tendência de acompanhamento do crescimento, tanto do mercado CH total, como de cada segmento, quando comparado com a 18ª semana de 2020.

Especial COVID-19: Efeitos no *Consumer Healthcare*



A nossa análise:

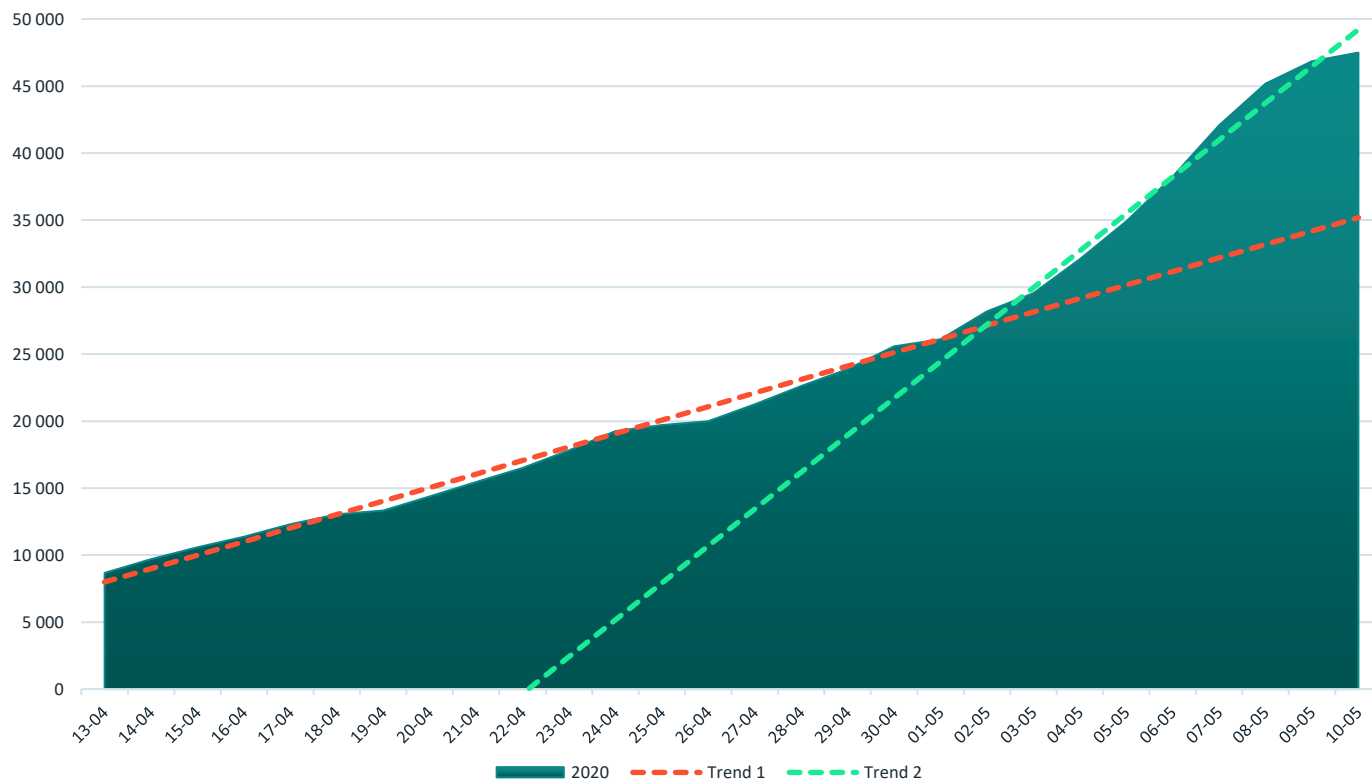
- De acordo com a nossa compreensão do mercado, agrupamos os efeitos do início da retoma de rotinas da população portuguesa, com o fim do estado de emergência, nos fenómenos identificados, podendo estar relacionados com os motivos que indicamos:

- Ajudas oftálmicas** - o regresso ao exterior em época de alergias e o uso generalizado de máscara pode criar algum desconforto ocular, o que poderá motivar o aumento do uso de produtos de saúde desta categoria.
- 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, que se mantém.
- Regresso ao desporto** - o fim do estado de emergência possibilita a retoma da atividade física em termos mais próximos dos anteriores, ainda que condicionada pela impossibilidade de acesso a ginásios.
- De volta à rotina** - a retoma das atividades de exterior, quer em passeios higiénicos, prática de desporto ou regresso ao trabalho, pode motivar um acréscimo de compra de categorias associadas à Primavera, tais como repelentes e anti-histamínicos, típicos desta altura do ano.
- 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, havendo contudo uma tendência para retoma dos valores homólogos.
- Exposição solar** - devido ao confinamento, os padrões de compra e venda de produtos de categorias relacionadas com a exposição solar, mantêm-se muito abaixo dos valores expectáveis para a época.

Vendas Diárias de Produtos Solares

13/04 a 10/05 2020

Volume de vendas diárias acumuladas (unidades)

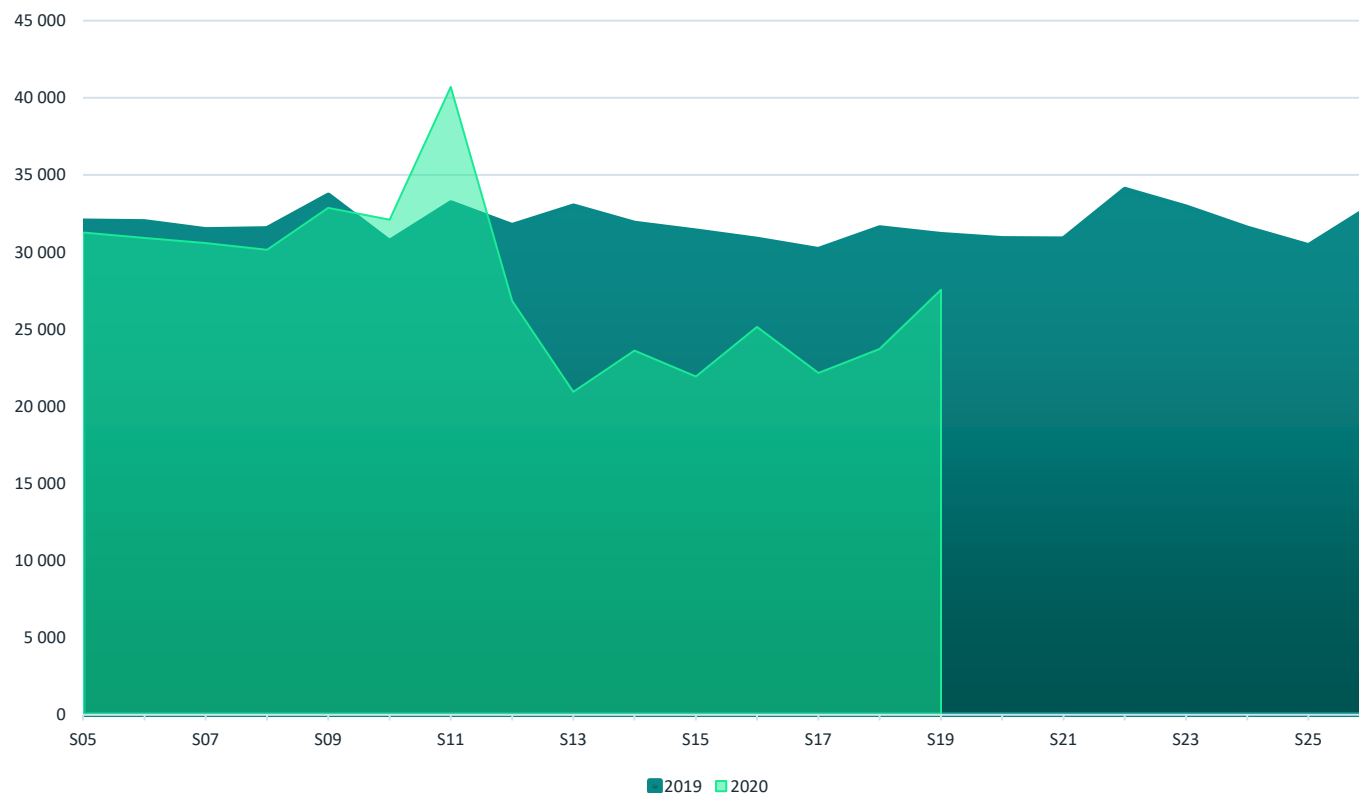


A nossa análise:

- O mercado de **Produtos Solares** tem sido um dos mais afetados pela situação de confinamento em que a generalidade da população tem estado nas últimas semanas. Numa altura do ano em que é usual o início da venda de volumes significativos de produtos relacionados com a exposição solar, verifica-se que a procura está bastante abaixo, comparando com o mesmo período do ano anterior.
- Numa análise **diária** destas classes ao longo das **últimas 4 semanas** (desde a semana 16), assiste-se, nos últimos dias da semana 19, a um incremento do volume de Sell Out, possivelmente motivado pelo processo de retoma da rotinas habituais, com saídas mais regulares e exposição solar mais frequente, embora ainda consideravelmente distante dos volumes de 2019.
- Verifica-se também uma alteração à linha de tendência, em que o seu declive se torna mais acentuado no período de “desconfinamento” (Trend 2), quando comparada com a linha de tendência observada durante o confinamento (Trend 1), perspetivando-se um aumento da procura desta categoria de produtos.

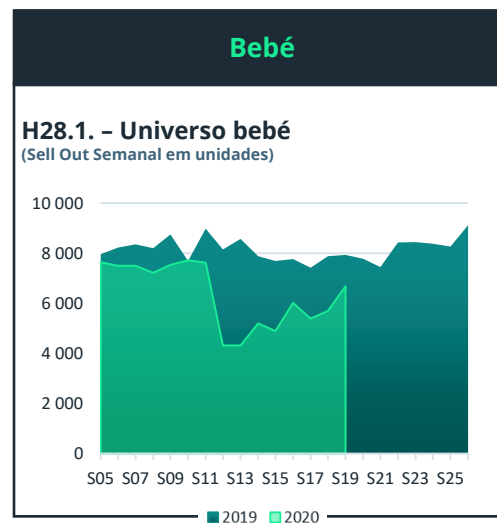
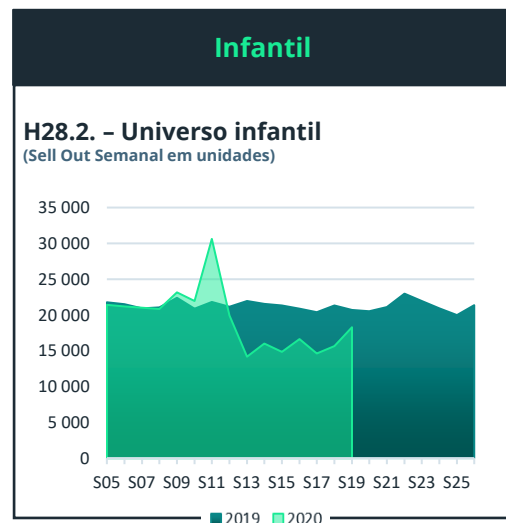
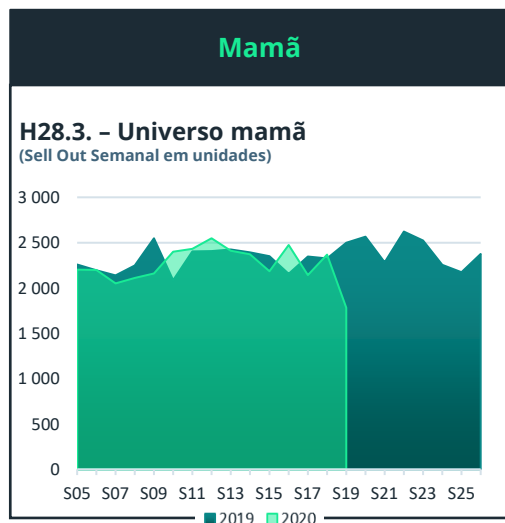
Vendas de Produtos de Puericultura

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



A nossa análise:

- À semelhança da generalidade dos restantes mercados analisados, a **Puericultura** apresenta também um **incremento no seu volume de Sell Out** em cerca de **3,9K**, quando comparado com a semana anterior (S18), ainda que **inferior ao verificado no mesmo período de 2019**, representando uma diferença absoluta de cerca de **-3,6K**.
- O volume de Sell Out de produtos de Puericultura vendidos na 19ª semana do ano perfaz os **27,5K unidades**, correspondendo a uma diminuição de **-11,5%** versus igual semana de 2019.
- No slide seguinte apresenta-se o detalhe das categorias de Puericultura.



A nossa análise:

- **Universo mamã** – Ao contrário das restantes categorias que compõem o mercado da puericultura, o Universo Mamã, composto por produtos de cuidado e ajudas para as mães (bombas tira-leite, discos, sacos de conservação), decresce quando comparado, tanto com a semana 18 de 2020 (variação de **-24,7%**) como com a semana 19 de 2019 (variação de **-28,6%**).
- **Universo infantil** – Esta categoria, composta por produtos para crianças (biberões, copos, brinquedos), após o seu pico de vendas e subsequente decréscimo, apresenta uma tendência crescente (incremento de **+17,0%**) e de normalização das suas vendas.
- **Universo bebê** – O comportamento da categoria bebê (chupetas, mordedores) é similar ao anterior, apresentando na semana 19 um crescimento de **+17,1%** face à semana 18, contudo abaixo do homólogo.