

# Market Watch Portugal

Maio 2020



# We believe in the power of **Knowledge.**

A deep knowledge of the market is the first step to deliver unique market insights. It's that information that takes as further and gives more meaning to all the data and numbers that so efficiently analyze the market.

**Because we believe that the power of knowledge grows when is shared. And can change lives.**



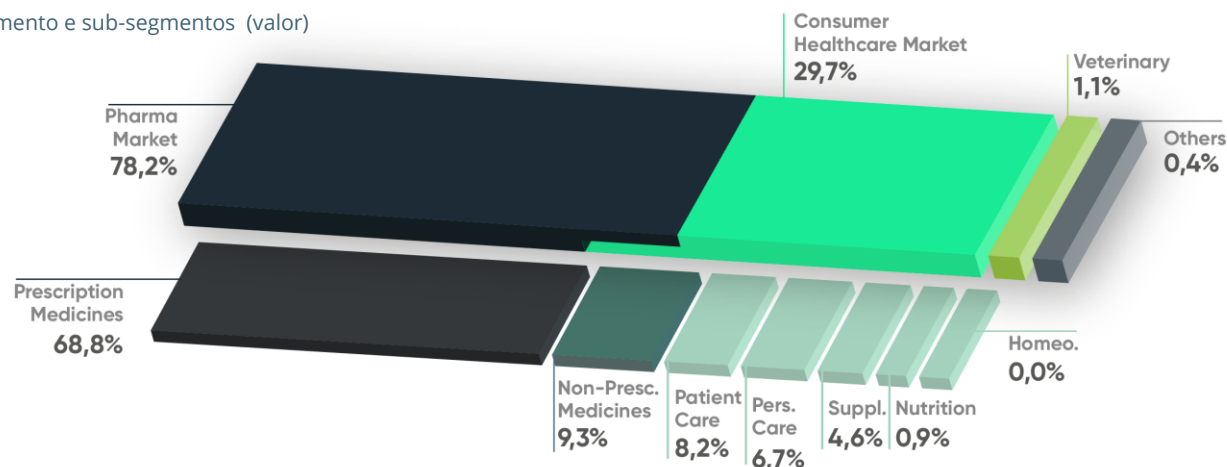
# MARKET WATCH PORTUGAL – MAIO 2020 – MERCADO FARMÁCIA

## Mercado Total



### Dinâmica do canal Farmácia

Maio 2020  
Peso por segmento e sub-segmentos (valor)



Em maio registou-se uma diminuição de Sell-Out de -13,5% em valor e -14,9% em unidades face ao mesmo mês do ano anterior (período homólogo). Esta redução é mais marcada no segmento Pharmaceutical, com um decréscimo de -17,6% de Sell-Out em unidades, correspondendo a uma queda de -3,9M unidades e -33,2M€.

O decréscimo do Sell-Out no referido segmento regista-se também em medicamentos para patologias crónicas, como sejam fármacos usados na diabetes, terapêutica cardiovascular, analgésicos e sistema nervoso central. Estas classes de medicamentos tiveram uma redução de -12,0% do Sell-Out em unidades face a igual mês do ano passado, uma queda inferior à global do segmento Pharmaceutical.

O segmento **Consumer HealthCare** apresenta também uma diminuição acentuada em valor (-16,6% face ao mês homólogo). Esta tendência regista-se sobretudo em produtos sazonais do segmento Personal Care como sejam protetores solares e produtos de emagrecimento. Apesar destas classes mostrarem já uma tendência positiva face ao mês anterior, as vendas apresentam-se ainda significativamente abaixo das esperadas para esta altura do ano.

### Dinâmica do canal Farmácia

Por segmento

	Maio 2020						MAT Maio 2020					
	VALOR			VOLUME			VALOR			VOLUME		
	M€	Q.M.	VARIAÇÃO	M UNID.	Q.M.	VARIAÇÃO	M€	Q.M.	VARIAÇÃO	M UNID.	Q.M.	VARIAÇÃO
<b>Mercado Total</b>	<b>270,8</b>	<b>100,0%</b>	<b>-13,5%</b>	<b>23,8</b>	<b>100,0%</b>	<b>-14,9%</b>	<b>3 715,3</b>	<b>100,0%</b>	<b>5,5%</b>	<b>333,0</b>	<b>100,0%</b>	<b>3,1%</b>
Pharma Market	211,6	78,2%	-13,6%	18,6	78,4%	-17,6%	2 956,4	79,6%	5,7%	270,0	81,1%	2,4%
Consumer Healthcare	80,5	29,7%	-16,6%	7,6	31,9%	-13,2%	1 117,0	30,1%	3,5%	105,6	31,7%	3,2%
Others	1,0	0,4%	-27,4%	0,2	0,7%	-39,5%	14,6	0,4%	0,1%	3,0	0,9%	-5,1%
Veterinary	3,0	1,1%	16,6%	0,2	0,9%	11,7%	23,5	0,6%	10,9%	1,8	0,5%	5,6%

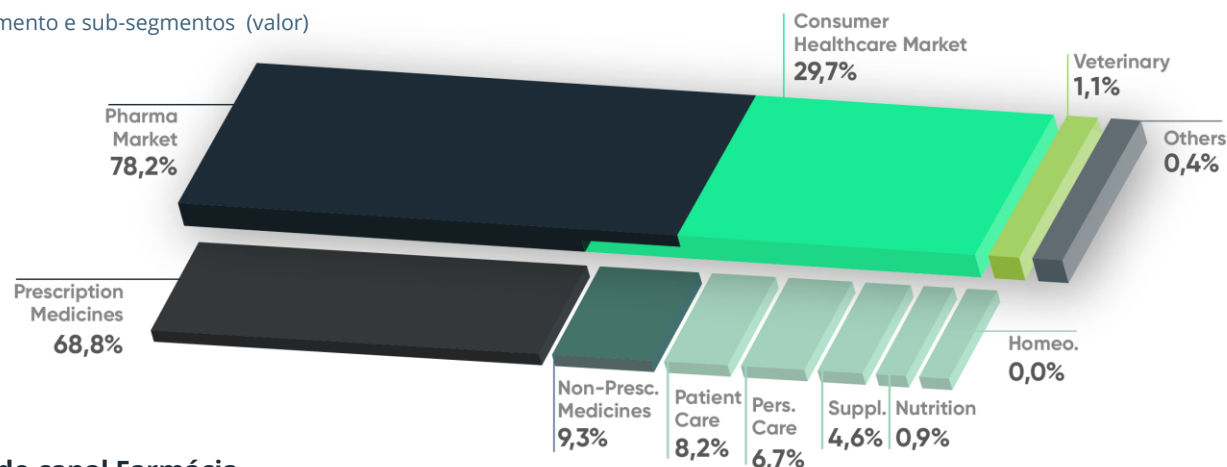
# MARKET WATCH PORTUGAL – MAIO 2020 – MERCADO FARMÁCIA

## Mercado Total



### Dinâmica do canal Farmácia

Maio 2020  
Peso por segmento e sub-segmentos (valor)



### Dinâmica do canal Farmácia

Por sub-segmentos

	Maio 2020						MAT Maio 2020					
	VALOR			VOLUME			VALOR			VOLUME		
	M€	Q.M.	VARIAÇÃO	M UNID.	Q.M.	VARIAÇÃO	M€	Q.M.	VARIAÇÃO	M UNID.	Q.M.	VARIAÇÃO
<b>Mercado Total</b>	<b>270,8</b>	<b>100,0%</b>	<b>-13,5%</b>	<b>23,8</b>	<b>100,0%</b>	<b>-14,9%</b>	<b>3 715,3</b>	<b>100,0%</b>	<b>5,5%</b>	<b>333,0</b>	<b>100,0%</b>	<b>3,1%</b>
Prescription Medicines	186,3	68,8%	-12,4%	15,8	66,6%	-15,7%	2 560,2	68,9%	6,3%	222,7	66,9%	3,1%
Branded	140,9	52,0%	-12,7%	9,5	40,2%	-17,2%	1 949,3	52,5%	6,6%	136,7	41,0%	1,8%
Generic	45,5	16,8%	-11,4%	6,3	26,4%	-13,2%	610,9	16,4%	5,5%	86,0	25,8%	5,3%
Non Prescription (OTC)	25,3	9,3%	-21,4%	2,8	11,8%	-26,8%	396,1	10,7%	2,1%	47,3	14,2%	-0,8%
Branded	24,1	8,9%	-21,0%	2,6	11,0%	-26,8%	378,0	10,2%	2,4%	44,3	13,3%	-0,9%
Generic	1,2	0,4%	-28,5%	0,2	0,8%	-25,8%	18,1	0,5%	-4,4%	3,0	0,9%	0,7%
Homeopathy	0,1	0,0%	-40,3%	0,0	0,0%	-42,2%	0,9	0,0%	-6,8%	0,1	0,0%	-8,0%
Nutrition	2,4	0,9%	-11,8%	0,2	0,7%	-28,1%	32,7	0,9%	7,4%	2,5	0,8%	3,1%
Patient Care	22,2	8,2%	-6,1%	2,8	11,6%	19,7%	292,5	7,9%	9,7%	30,6	9,2%	14,3%
Personal Care	18,1	6,7%	-21,0%	1,2	4,9%	-23,8%	220,3	5,9%	-3,0%	15,2	4,6%	-4,0%
Supplements	12,5	4,6%	-16,7%	0,7	2,8%	-18,2%	174,5	4,7%	5,1%	9,8	2,9%	4,4%
Others	1,0	0,4%	-27,4%	0,2	0,7%	-39,5%	14,6	0,4%	0,1%	3,0	0,9%	-5,1%
Veterinary	3,0	1,1%	16,6%	0,2	0,9%	11,7%	23,5	0,6%	10,9%	1,8	0,5%	5,6%

O decréscimo do Sell-Out é transversal aos vários segmentos de mercado com exceção dos produtos de uso Veterinário, os quais apresentam um crescimento em valor face a maio de 2019 de +16,6%.

Em maio o Sell-Out em volume no segmento Patient Care mantém-se acima do registado no mês homólogo (+19,7%), apesar do abrandamento do crescimento quando comparado com os meses anteriores (-23,7% face a mar'20 e -8,2% comparando com abr'20). As classes responsáveis por este crescimento consistente de vendas em volume estão maioritariamente associadas aos dispositivos médicos usados na prevenção individual do contágio da infeção por COVID-19. Neste âmbito incluem-se as máscaras, cuja venda média mensal em 2019 foi inferior a 15 mil unidades e ascendeu a mais de 364 mil unidades em mai'20. Este valor representa, no entanto, um decréscimo de -36,5% face a abr'20.

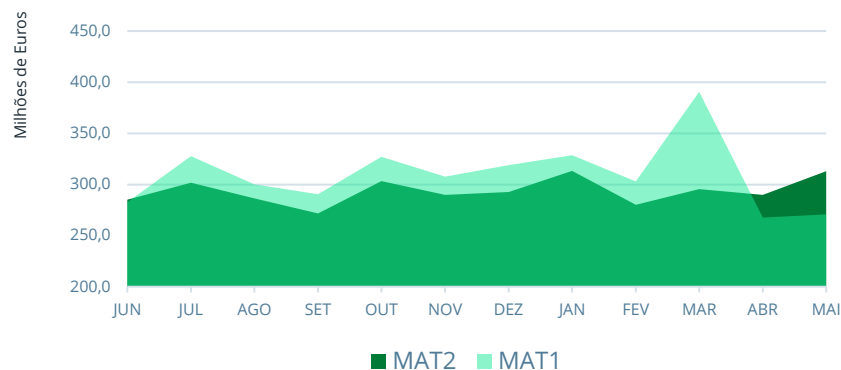
Também as luvas e os desinfetantes de base alcoólica apresentam uma tendência de normalização de vendas, com diminuição do Sell-Out em unidades de -51,7% nas luvas e -14,2% nos desinfetantes face a abr'20.

# MARKET WATCH PORTUGAL – MAIO 2020 – MERCADO FARMÁCIA

## Mercado Total

### Evolução mensal em valor

Junho 2019 – Maio 2020



### Companhias em valor

TOP 5

Maio 2020

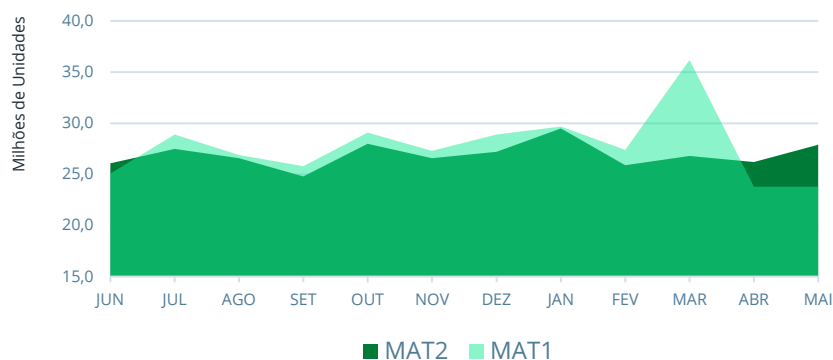
Companhia	M€	Q.M.	Var.
1 Mylan	10,8	4,0%	-14,5%
2 MSD	9,6	3,6%	-19,1%
3 Teva	9,6	3,5%	-1,7%
4 Bayer	9,2	3,4%	-12,1%
5 Generis	9,1	3,4%	-14,5%

A Mylan mantém a liderança no canal Farmácia em Sell-Out com um decréscimo de -15,7% em unidades e -14,5% em valor face a maio de 2019.

Na análise da performance de companhias em unidades, destaca-se a variação positiva da Tecnigen (+1,2%) ocupando a quinta posição no ranking de companhias em volume.

### Evolução mensal em unidades

Junho 2019 – Maio 2020



### Companhias em unidades

TOP 5

Maio 2020

Companhia	M UNID.	Q.M.	Var.
1 Mylan	1,5	6,2%	-15,7%
2 Generis	1,4	5,9%	-15,7%
3 Teva	1,3	5,5%	-14,7%
4 Sanofi	0,8	3,3%	-25,7%
5 Tecnigen	0,7	3,0%	1,2%

# Mercado Total

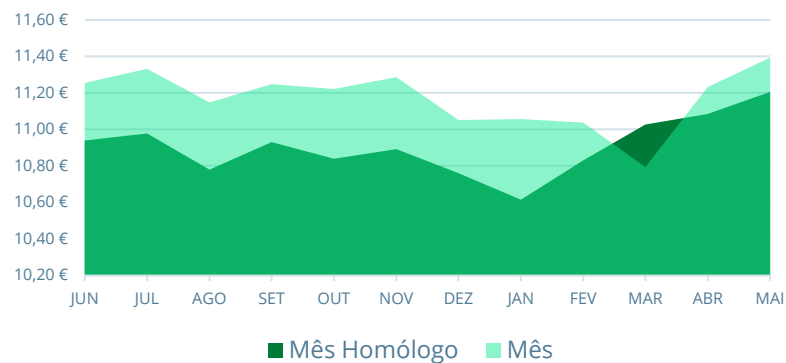
## Faturação e Variação do canal Farmácia

Segmentos de mercado

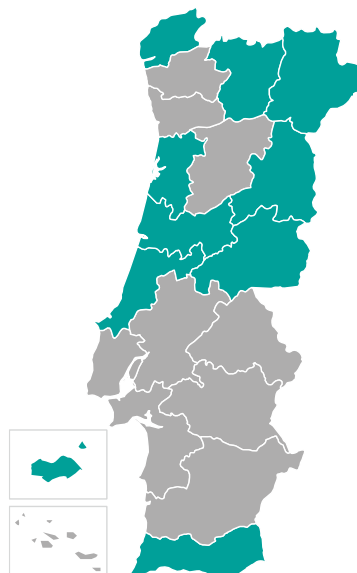
	Maio 2020		MAT Maio 2020	
	PREÇO MÉDIO	VARIAÇÃO	PREÇO MÉDIO	VARIAÇÃO
<b>Mercado Total</b>	<b>11,39 €</b>	<b>1,7%</b>	<b>11,16 €</b>	<b>2,3%</b>
Prescription Medicines	11,36 €	4,8%	10,95 €	3,3%
Branded	14,76 €	5,5%	14,26 €	4,7%
Generic	7,24 €	2,1%	7,10 €	0,2%
Non Prescription (OTC)	8,99 €	7,3%	8,38 €	2,9%
Branded	9,22 €	7,9%	8,54 €	3,4%
Generic	6,05 €	-3,7%	6,00 €	-5,1%
Homeopathy	7,05 €	3,4%	6,76 €	1,3%
Nutrition	14,11 €	22,6%	13,06 €	4,2%
Patient Care	8,00 €	-21,6%	9,55 €	-4,1%
Personal Care	15,70 €	3,7%	14,48 €	1,1%
Supplements	18,88 €	1,9%	17,81 €	0,7%
Others	6,25 €	19,9%	4,88 €	5,5%
Veterinary	13,63 €	4,4%	13,04 €	5,0%

## Evolução mensal do PVP médio

Junho 2019 – Maio 2020



## Visão Geral



### Legenda:

- PVP médio superior ou igual à média nacional
- PVP médio abaixo da média nacional

## Distritos

Maiores variações relativas em PVP  
MAT Maio 2020

Distrito	PVP	Var.
1 Beja	11,09 €	3,6%
2 Évora	10,88 €	3,2%
3 Vila Real	11,47 €	3,1%
...		
18 Castelo Branco	11,38 €	2,0%
19 Lisboa	11,15 €	2,0%
20 Guarda	11,45 €	1,6%

O segmento de medicamentos de marca (Branded) regista um crescimento de +5,5% no PVP médio face a maio homólogo. Esta variação de preços pode estar relacionada com o aumento de penetração de medicamentos inovadores para patologias crónicas cujo PVP médio é superior à média dos medicamentos Branded. Também nos OTC de marca se observa um aumento médio de +7,9% no PVP médio face ao mês homólogo.

A tendência oposta verificada no segmento Patient Care (decréscimo de -21,6% no PVP médio) pode ser explicada pelo aumento excepcional de vendas de produtos como máscaras, soluções de desinfecção e luvas, todos eles com um preço médio inferior à média deste segmento.

Destaca-se ainda o aumento de +22,6% no PVP médio do segmento de Nutrição. Este crescimento acentuado está associado ao aumento de vendas verificado nas classes "H13.4.6. - Alimentação específica para doenças metabólicas" e "H14.1.3. - Alimentação específica", que representam 20,1% do Sell-Out em valor do segmento em maio de 2020.

Em termos regionais registam-se, salvo algumas exceções, PVP médios superiores ao PVP nacional nos distritos a norte do rio Tejo e inferiores a sul. O distrito de Beja regista o maior aumento de PVP médio do país, com uma variação de +3,6% no acumulado dos últimos 12 meses (MAT) face ao período homólogo.

**Análise de PVP médio por escalões de preços**

ESCALÃO	Pharma Market				Prescription Branded				Prescription Generic			
	Maio 2020		MAT		Maio 2020		MAT		Maio 2020		MAT	
	PVP MÉDIO	VARIAÇÃO	PVP MÉDIO	VARIAÇÃO	PVP MÉDIO	VARIAÇÃO	PVP MÉDIO	VARIAÇÃO	PVP MÉDIO	VARIAÇÃO	PVP MÉDIO	VARIAÇÃO
1	4,42 €	0,9%	4,41 €	0,0%	4,36 €	0,5%	4,35 €	0,1%	4,32 €	0,8%	4,28 €	-1,1%
2	8,44 €	2,2%	8,39 €	1,4%	8,48 €	0,7%	8,51 €	0,3%	8,69 €	-0,2%	8,72 €	-0,4%
3	11,94 €	0,7%	11,96 €	0,1%	12,21 €	0,1%	12,21 €	-0,7%	11,84 €	-0,1%	11,85 €	-0,9%
4	18,79 €	-0,4%	18,89 €	-1,2%	19,05 €	-1,1%	19,24 €	-2,4%	18,38 €	-0,7%	18,40 €	-1,1%
5	42,97 €	-0,4%	43,35 €	-1,1%	43,41 €	-0,4%	43,80 €	-1,2%	38,09 €	-0,7%	38,17 €	-0,1%
6	92,32 €	-2,9%	94,61 €	-0,5%	92,43 €	-2,9%	94,72 €	-0,6%	75,58 €	-0,6%	76,28 €	-0,2%
<b>TOTAL</b>	<b>11,36 €</b>	<b>4,8%</b>	<b>11,47 €</b>	<b>8,7%</b>	<b>14,76 €</b>	<b>5,4%</b>	<b>14,14 €</b>	<b>4,4%</b>	<b>7,24 €</b>	<b>2,3%</b>	<b>7,09 €</b>	<b>0,2%</b>

ESCALÃO	Non Prescription Branded				Non Prescription Generic			
	Maio 2020		MAT		Maio 2020		MAT	
	PVP MÉDIO	VARIAÇÃO	PVP MÉDIO	VARIAÇÃO	PVP MÉDIO	VARIAÇÃO	PVP MÉDIO	VARIAÇÃO
1	5,20 €	4,2%	5,13 €	3,0%	4,41 €	0,7%	4,32 €	0,5%
2	8,07 €	5,0%	8,03 €	4,0%	7,44 €	2,8%	7,42 €	1,9%
3	11,51 €	3,4%	11,56 €	3,4%	12,85 €	1,1%	12,71 €	0,9%
4	18,47 €	2,9%	18,22 €	3,2%	19,17 €	1,0%	18,73 €	6,6%
5	39,57 €	-0,1%	40,58 €	0,5%	44,58 €	-1,8%	34,96 €	4,0%
6	87,99 €	9,5%	81,74 €	4,6%				
<b>TOTAL</b>	<b>9,22 €</b>	<b>8,0%</b>	<b>8,47 €</b>	<b>3,3%</b>	<b>6,05 €</b>	<b>-3,6%</b>	<b>6,06 €</b>	<b>-4,4%</b>

O escalão 2 apresenta as variações de PVP médio face a mai'19 mais expressivas - um aumento de +2,2% no global do escalão, +5,0% nos medicamentos não sujeitos a receita médica (MNSRM) de marca, +2,8% nos MNSRM genéricos, +0,7% nos medicamentos sujeitos a receita médica (MSRM) de marca, e um ligeiro decréscimo de -0,2% nos MSRM genéricos.

Na análise mensal de entrada de novos produtos destaca-se o contributo do escalão 1, associado a 43,2% do total de entradas no mês de mai'20. Estes 41 novos produtos foram responsáveis por 47,8% do Sell-Out em volume dos novos produtos em maio.

**Análise de entrada de novos produtos**

ESCALÃO	Maio 2020					MAT Maio 2020				
	VALOR		VOLUME			VALOR		VOLUME		
	€	Q.M.	UNID.	Q.M.	# NOVOS PRODUTOS	€	Q.M.	UNID.	Q.M.	# NOVOS PRODUTOS
1	19 063 €	0,0%	4 429	0,0%	41	1 902 622 €	0,3%	410 481	0,3%	594
2	35 081 €	0,1%	3 856	0,1%	16	2 390 002 €	0,6%	283 799	0,6%	195
3	3 390 €	0,0%	311	0,0%	7	7 324 871 €	2,4%	642 536	2,6%	150
4	6 908 €	0,0%	342	0,0%	16	4 802 463 €	1,0%	242 861	1,0%	208
5	4 115 €	0,0%	78	0,0%	7	9 957 859 €	1,3%	222 399	1,3%	141
6	25 815 €	0,1%	246	0,1%	8	473 794 €	0,1%	3 672	0,1%	33
<b>TOTAL</b>	<b>94 372 €</b>	<b>0,0%</b>	<b>9 262</b>	<b>0,0%</b>	<b>95</b>	<b>26 851 611 €</b>	<b>0,9%</b>	<b>1 805 748</b>	<b>0,7%</b>	<b>1 321</b>

# MARKET WATCH PORTUGAL – MAIO 2020 – MERCADO FARMÁCIA

## Pharma Market

### ATC3 em valor | TOP 5 em MAT Maio 2020

ATC3	M€	Q.M.	Var.
1A10N - Antidiabéticos inibidores da DPP-IV	172,0	5,8%	2,9%
2B01F - Inibidores directos do Factor Xa	148,3	5,0%	23,0%
3N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor	111,8	3,8%	5,6%
4C10A - Reguladores do colesterol e triglicerídeos	110,8	3,7%	3,5%
5C09D - Associações de antagonistas da angiotensina-II	99,3	3,4%	9,4%

### ATC3 em unidades | TOP 5 em MAT Maio 2020

ATC3	M Unid	Q.M.	Var.
1N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos	26,0	9,6%	10,8%
2C10A - Reguladores do colesterol e triglicerídeos	12,9	4,8%	7,9%
3N05C - Ansiolíticos	11,1	4,1%	-0,3%
4N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor	10,6	3,9%	7,8%
5M01A - Antireumáticos não esteróides	8,8	3,3%	-5,0%

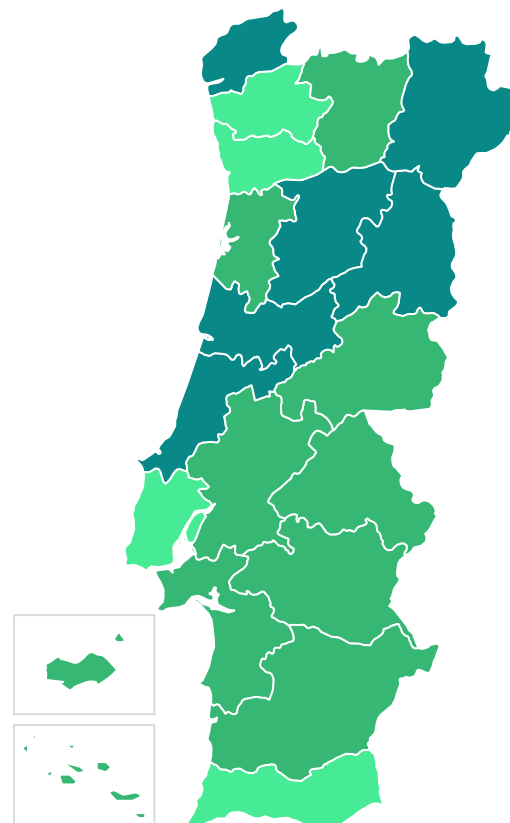
### ATC3 - maiores variações absolutas em valor | MAT Maio 2020

ATC3	Var. Abs. M€	Var.
1B01F - Inibidores directos do Factor Xa	27,69	23,0%
2A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	25,23	55,8%
3A10S - Agonista do GLP-1	12,20	43,8%
(...)		
244J01C - Penicilinas de largo espectro	-2,18	-9,2%
245M01A - Antireumáticos não esteróides	-2,60	-4,6%
246M05X - Outros produtos para o sistema músculo-esquelético	-3,28	-21,7%

### ATC3 - maiores variações absolutas em unidades | MAT Maio 2020

ATC3	Var. Abs. M Unid.	Var.
1N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos	2,53	10,8%
2C10A - Reguladores do colesterol e triglicerídeos	0,94	7,9%
3N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor	0,77	7,8%
(...)		
244R05C - Expectorantes	-0,26	-8,3%
245J01C - Penicilinas de largo espectro	-0,31	-8,3%
246M01A - Antireumáticos não esteróides	-0,46	-5,0%

### Visão Geral Nacional



### Legenda:

- MI & EVOL >=100
- MI >= 100 & EVOL < 100
- MI < 100 & EVOL >=100
- MI & EVOL < 100

No acumulado dos últimos 12 meses (MAT maio'20) a classe terapêutica "A10N - Antidiabéticos inibidores da DPP-IV" lidera o Sell-Out em valor no segmento Pharma, com uma quota de mercado de 5,8% e um crescimento de +2,9% face ao mês homólogo.

Destaca-se também a classe "B01F - Inibidores directos do Factor Xa" com um crescimento acentuado no Sell-Out em valor face ao período homólogo (+23,0%, +27,69M€).

No que respeita ao Sell-Out em volume, salienta-se o crescimento de +10,8% da classe "N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos", os quais representam 9,6% do volume do mercado Pharmaceutical (26,0M Unid.).

Numa perspetiva regional constata-se que a generalidade dos distritos do norte do país apresenta um Market Index (MI) e um Evolution Index (EVOL) iguais ou superiores a 100. Isto significa que nestes distritos o segmento Pharma (Branded e MGs) apresenta um peso superior à média nacional e, com tendência, para continuar a aumentar.

No extremo oposto surgem os distritos de Braga, Porto, Lisboa e Faro, nos quais o segmento Pharma apresenta menor peso face à média nacional. Nos distritos de Lisboa e Faro o peso do segmento de Consumer HealthCare é predominante face à realidade dos outros distritos do país.



# MARKET WATCH PORTUGAL – MAIO 2020 – MERCADO FARMÁCIA

## Pharma Market | Branded

### ATC3 em valor | TOP 5 em MAT Maio 2020

ATC3	M€	Q.M.	Var.
1 A10N - Antidiabéticos inibidores da DPP-IV	172,0	7,4%	2,9%
2 B01F - Inibidores directos do Factor Xa	148,3	6,4%	23,0%
3 N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos	83,2	3,6%	10,9%
4 A10C - Insulinas humanas e análogos	80,6	3,5%	9,8%
5 C09D - Associações de antagonistas da angiotensina-II	71,7	3,1%	10,6%

### ATC3 em unidades | TOP 5 em MAT Maio 2020

ATC3	M Unid.	Q.M.	Var.
1 N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos	19,8	10,9%	9,8%
2 N05C - Ansiolíticos	7,6	4,2%	-1,8%
3 B01C - Inibidores da agregação plaquetária	6,1	3,4%	-1,2%
4 M01A - Antireumáticos não esteróides	5,4	3,0%	-5,7%
5 R06A - Anti-histamínicos sistémicos	4,3	2,4%	-1,8%

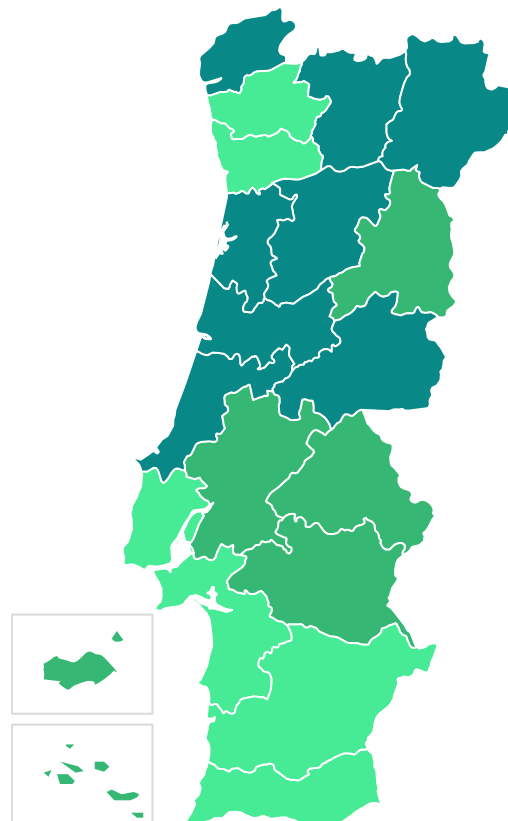
### ATC3 - maiores variações absolutas em valor | MAT Maio 2020

ATC3	Var. Abs. M€	Var.
1 B01F - Inibidores directos do Factor Xa	27,69	23,0%
2 A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	25,23	55,8%
3 A10S - Agonista do GLP-1	12,20	43,8%
(...)		
244 M01A - Antireumáticos não esteróides	-2,00	-5,0%
245 M05X - Outros produtos para o sistema músculo-esquelético	-2,04	-18,4%
246 G04E - Produtos para a disfunção eréctil	-2,54	-23,5%

### ATC3 - maiores variações absolutas em unidades | MAT Maio 2020

ATC3	Var. Abs. M Unid.	Var.
1 N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos	1,77	9,8%
2 A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	0,55	56,0%
3 B01F - Inibidores directos do Factor Xa	0,40	25,1%
(...)		
244 J01C - Penicilinas de largo espectro	-0,20	-8,1%
245 R05C - Expectorantes	-0,20	-7,8%
246 M01A - Antireumáticos não esteróides	-0,33	-5,7%

### Visão Geral Nacional



### Legenda:

- MI & EVOL >=100
- MI >= 100 & EVOL < 100
- MI < 100 & EVOL >=100
- MI & EVOL < 100

As classes terapêuticas com maior peso em valor para o mercado Pharma são classes onde os medicamentos Branded predominam, razão pela qual as classes A10N e B01F mantêm a liderança das vendas neste segmento, com uma quota de mercado em valor de 7,4% e 6,4% respetivamente.

Salienta-se também o crescimento absoluto de +37,4M€ das classes de antidiabéticos "A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)" e "A10S - Agonista do GLP-1", ambas com medicamentos inovadores.

No que respeita ao Sell-Out de medicamentos de marca (Branded) observam-se, entre os distritos portugueses, tendências distintas. Os distritos a norte do rio Tejo, com exceção de Braga, Porto e Lisboa, são aqueles onde o segmento Branded apresenta um peso superior à média nacional e com uma tendência de aumento.

No extremo oposto surgem os distritos de Braga, Porto, Lisboa, Setúbal, Beja e Faro, nos quais o segmento Branded apresenta menor peso face à média nacional.

**DCI em valor | TOP 5 em MAT Maio 2020**

DCI	M€	Q.M.	Var.
1 Atorvastatina	30,0	4,8%	9,8%
2 Quetiapina	16,5	2,6%	11,5%
3 Sinvastatina	15,7	2,5%	-6,0%
4 Omeprazol	15,3	2,4%	-0,8%
5 Pantoprazol	14,3	2,3%	6,9%

**DCI em unidades | TOP 5 em MAT Maio 2020**

DCI	M Unid.	Q.M.	Var.
1 Atorvastatina	5,3	6,0%	13,4%
2 Paracetamol	3,4	3,9%	27,1%
3 Sinvastatina	2,9	3,3%	-4,4%
4 Metformina	2,8	3,2%	4,6%
5 Pantoprazol	2,7	3,0%	7,7%

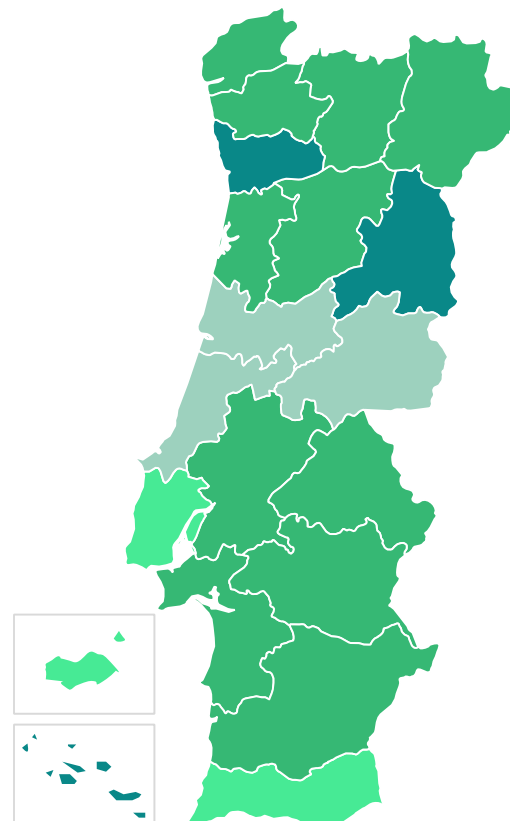
**DCI - maiores variações absolutas em valor | MAT Maio 2020**

DCI	Var. Abs. M€	Var.
1 Atorvastatina	2,67	9,8%
2 Rosuvastatina	2,47	21,1%
3 Amlodipina + Valsartan	1,71	27399,0%
(...)		
289 Sinvastatina	-1,00	-6,0%
290 Ranitidina	-1,10	-65,2%
291 Glucosamina	-1,24	-30,9%

**DCI - maiores variações absolutas em unidades | MAT Maio 2020**

DCI	Var. Abs. M Unid.	Var.
1 Paracetamol	0,73	27,1%
2 Atorvastatina	0,63	13,4%
3 Rosuvastatina	0,32	33,1%
(...)		
292 Glucosamina	-0,10	-31,7%
293 Ranitidina	-0,10	-65,8%
294 Sinvastatina	-0,13	-4,4%

**Visão Geral Nacional**



**Legenda:**

- MI & EVOL >=100
- MI >= 100 & EVOL < 100
- MI < 100 & EVOL >=100
- MI & EVOL < 100

O TOP5 de DCIs em valor representam 14,6% do mercado de Medicamentos Genéricos (MGs). A Atorvastatina, DCI com maior peso neste segmento (4,8% em valor e 6,0% em unidades), apresenta uma tendência de crescimento mais marcada em unidades +13,4% vs. em valor +9,8% devido à erosão de preço que estes medicamentos têm sofrido.

A rápida penetração verificada na classe "C10A - Reguladores do colesterol e triglicéridos" pode ter impulsionado fenómenos de switch terapêutico entre DCIs da mesma classe terapêutica. A Rosuvastatina (com um aumento de Sell-Out de +21,1% em valor e +33,1% em volume) pode estar a contribuir para a queda da Sinvastatina (com perdas de -6,0% em valor e -4,4% em volume).

Salienta-se ainda o crescimento de +1,71M€ no Sell-Out em valor de Amlodipina + Valsartan MGs no MAT Mai'20 face ao período homólogo. Os MGs desta DCI tiveram vendas residuais até junho de 2019, momento a partir do qual ocorre a entrada de vários novos players no mercado da DCI.

Numa análise territorial verifica-se que os distritos do Porto e Guarda são onde o segmento de MGs apresenta um peso superior à média nacional e com uma tendência de aumento.

Com uma tendência inversa encontram-se os distritos de Coimbra, Castelo Branco, Lisboa e Região Autónoma da Madeira, onde este segmento apresenta menor peso face à média nacional, e com tendência de redução.

# MARKET WATCH PORTUGAL – MAIO 2020 – MERCADO FARMÁCIA

## Consumer Healthcare Market



### Classe HMR3 em valor | TOP 5 em MAT Maio 2020

HMR3	M€	Q.M.	Var.
1 H10.1.1. - Anti-Inflamatórios e Anti-Reumáticos	51,7	4,6%	1,7%
2 H26.4.4. - Glicemia	48,7	4,4%	-3,1%
3 H08.1.1. - Tratamento e cuidado de pernas pesadas	32,8	2,9%	5,8%
4 H04.2.3. - Laxantes	30,2	2,7%	2,9%
5 H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos	30,1	2,7%	16,3%

### Classe HMR3 em unidades | TOP 5 em MAT Maio 2020

HMR3	M Unid.	Q.M.	Var.
1 H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos	6,5	6,1%	12,9%
2 H10.1.1. - Anti-Inflamatórios e Anti-Reumáticos	3,9	3,7%	-2,9%
3 H04.2.3. - Laxantes	3,7	3,5%	-0,9%
4 H01.4.1. - Antigripais	3,5	3,3%	-0,2%
5 H01.2.1. - Inflamação Garganta	3,2	3,0%	-0,7%

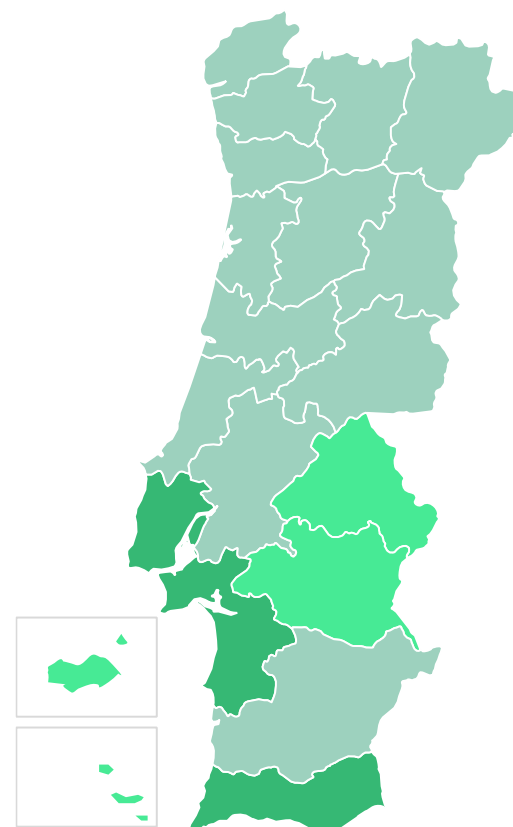
### Classe HMR3 - maiores variações absolutas em valor | MAT Maio 2020

HMR3	Var. Abs. M€	Var.
1 H26.4.11. - Medição glicose flash	8,77	54,5%
2 H09.1.4. - Desinfectante pele e anti-séptico	4,89	19,0%
3 H20.31.3. - Material descartável	4,34	308,0%
(...)		
495 H26.4.4. - Glicemia	-1,00	-13,6%
496 H10.2.1. - Prevenção e/ou alívio de dores articulares	-1,56	-5,9%
497 H17.9.3. - Protector solar adulto	-1,98	-9,1%

### Classe HMR3 - maiores variações absolutas em unidades | MAT Maio 2020

HMR3	Var. Abs. M Unid.	Var.
1 H22.2.1. - Antisépticos e desinfectantes	1,01	119,8%
2 H20.31.3. - Material descartável	0,99	505,1%
3 H20.3.3. - Máscaras	0,96	705,8%
(...)		
495 H01.1.1. - Expectorantes	-0,20	-7,1%
496 H17.9.3. - Protector solar adulto	-0,21	-18,8%
497 H10.2.1. - Prevenção e/ou alívio de dores articulares	-0,22	-14,6%

### Visão Geral Nacional



### Legenda:

- MI & EVOL >=100
- MI >= 100 & EVOL < 100
- MI < 100 & EVOL >=100
- MI & EVOL < 100

O TOP5 de classes HMR3 em valor representam 17,3% do Sell-Out do segmento Consumer HealthCare (CHC). A classe "H10.1.1. - Anti-Inflamatórios e Anti-Reumáticos" mantém a liderança (quota de mercado em valor de 4,6%) e regista um aumento de +1,7% face ao período homólogo.

Em termos de ganhos absolutos em valor salienta-se a classe "H26.4.11. - Medição glicose flash" com um crescimento acentuado em valor face ao período homólogo (+51,1%, +8,58M€).

No que respeita ao Sell-Out em volume, salienta-se o crescimento consistente de +12,9%, +1,01M unidades da classe "H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos", os quais são usados no tratamento sintomático associado à infeção pelo novo coronavírus. Numa análise absoluta, destaca-se também o crescimento das classes contendo máscaras e outro material de proteção individual "H20.3.3. - Máscaras", "H20.31.3. - Material descartável" e "H22.2.1. - Antisépticos e desinfectantes" respetivamente com +705,8%, +505,1% e +119,8% face ao MAT homólogo.

Os distritos de Lisboa, Setúbal e Faro são aqueles onde o segmento CHC apresenta um peso superior à média nacional, mas com tendência decrescente (MI maior ou igual a 100 e EVOL menor que 100).

Por oposição destacam-se os distritos do norte do país e Beja, onde este segmento apresenta um menor peso face à média nacional, e com tendência decrescente (MI e EVOL inferiores a 100).

MARKET WATCH PORTUGAL – MAIO 2020 – MERCADO FARMÁCIA  
**Consumer Healthcare Market | TOPs (1/2)**



**OTCs em valor**

MAT Maio 2020

HMR3	M€	Q.M.	Var.
1 H10.1.1. - Anti-Inflamatórios e Anti-Reumáticos	47,6	12,0%	1,2%
2 H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos	30,0	7,6%	16,3%
3 H01.4.1. - Antigripais	28,9	7,3%	6,2%

**Supplements em valor**

MAT Maio 2020

HMR3	M€	Q.M.	Var.
1 H05.1.1. - Multivitaminas com Minerais	23,3	13,4%	11,4%
2 H02.4.1. - Estimulante Cérebro e Memória	14,3	8,2%	-3,7%
3 H10.2.1. - Prevenção e/ou alívio de dores articulares	13,7	7,8%	5,2%

**Personal Care em valor**

MAT Maio 2020

HMR3	M€	Q.M.	Var.
1 H16.4.1. - Anti envelhecimento e anti rugas mulher	25,3	11,5%	-2,6%
2 H17.9.3. - Protector solar adulto	18,3	8,3%	-17,5%
3 H09.1.11. - Dermatite Atópica	10,5	4,8%	2,0%

**OTCs em unidades**

MAT Maio 2020

HMR3	M uni.	Q.M.	Var.
1 H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos	6,4	13,6%	13,0%
2 H10.1.1. - Anti-Inflamatórios e Anti-Reumáticos	3,6	7,7%	-3,6%
3 H01.4.1. - Antigripais	3,5	7,4%	-0,3%

**Supplements em unidades**

MAT Maio 2020

HMR3	M uni.	Q.M.	Var.
1 H05.1.1. - Multivitaminas com Minerais	1,1	11,6%	9,5%
2 H04.2.4. - Reguladores da flora intestinal	0,7	6,7%	-1,6%
3 H05.4.1. - Suplementos Magnésio	0,6	6,4%	1,3%

**Personal Care em unidades**

MAT Maio 2020

HMR3	M uni.	Q.M.	Var.
1 H31.1.1. - Dentífrico para adultos	1,1	7,3%	-0,1%
2 H17.9.3. - Protector solar adulto	0,9	5,8%	-19,0%
3 H31.1.3. - Escova dentária para adultos	0,7	4,3%	-4,2%

**OTC**

Servier lidera crescimento absoluto em valor com um crescimento de +141,7K€ face ao período homólogo (+7,9% em termos relativos), mantendo em maio a terceira posição conquistada em abril no ranking do segmento.

Mylan apresenta uma perda de -668,4K€ (-27,8% em termos relativos) em maio de 2020 face ao mês homólogo, mantendo a quarta posição no ranking do segmento.

**SUPPLEMENTS**

Farmodiética mantém liderança no ranking do segmento, registando uma perda em valor de -671,7K€ (-31,9% em termos relativos) em maio de 2020 face ao mês homólogo.

GSK Consumer Healthcare desce uma posição no ranking de vendas em valor face a abril de 2020 (de 2º para 3º), com um ganho de +109,7K€, +15,8% em termos relativos (maioritariamente devido ao acréscimo de vendas de Centrum, que passou a integrar o portfólio GSK CH).

**PERSONAL CARE**

Laboratoires Uriage lidera queda relativa de vendas dentro do TOP10 em valor do segmento com um decréscimo de vendas em abril de -36,0% (-632,7K€ em termos absolutos). Mantém a quinta posição no ranking, ocupada desde jan'20.

Pierre Fabre Dermo-Cosmétique e Cosmética Activa mantêm as primeira e segunda posições deste segmento. Pierre Fabre Dermo-Cosmétique tem igualmente a liderança das perdas absolutas com -832,2K€ face a maio de 2019, -18,4% em termos relativos.

MARKET WATCH PORTUGAL – MAIO 2020 – MERCADO FARMÁCIA  
**Consumer Healthcare Market | TOPs (2/2)**



**Patient Care em valor**

MAT Maio 2020

HMR3	M€	Q.M.	Var.
1 H26.4.4. - Glicemia	48,7	16,6%	-3,1%
2 H26.4.11. - Medição glicose flash	25,4	8,7%	51,1%
3 H07.1.1. - Lubrificantes e lágrimas artificiais	18,9	6,5%	7,6%

**Nutrition em valor**

MAT Maio 2020

HMR3	M€	Q.M.	Var.
1 H13.4.6. - Alimentação específica para doenças metabólicas	3,9	11,8%	4,5%
2 H14.6.11. - Leite Confort	3,6	11,1%	18,5%
3 H14.6.1. - Leite Regular	3,6	11,0%	-4,5%

**Homeopathy em valor**

MAT Maio 2020

HMR3	M€	Q.M.	Var.
1 H10.1.1. - Anti-Inflamatórios e Anti-Reumáticos	0,15	15,9%	-11,2%
2 H03.2.1. - Preparações imunológicas e anti-oxidantes	0,12	13,4%	16,1%
3 H02.2.1. - Tranquilizantes Adulto	0,09	9,9%	-7,5%

**Patient Care em unidades**

MAT Maio 2020

HMR3	M uni.	Q.M.	Var.
1 H26.4.4. - Glicemia	2,7	9,0%	-1,0%
2 H22.2.1. - Antissépticos e desinfetantes	1,9	6,1%	119,8%
3 H07.1.1. - Lubrificantes e lágrimas artificiais	1,5	5,0%	4,3%

**Nutrition em unidades**

MAT Maio 2020

HMR3	M uni.	Q.M.	Var.
1 H13.3.1. - Substitutos de Refeições	0,4	14,6%	2,1%
2 H14.2.1. - Papas	0,3	10,7%	-8,1%
3 H14.6.1. - Leite Regular	0,3	10,6%	-5,2%

**Homeopathy em unidades**

MAT Maio 2020

HMR3	M uni.	Q.M.	Var.
1 H10.1.1. - Anti-Inflamatórios e Anti-Reumáticos	0,03	20,1%	-9,9%
2 H04.1.2. - Digestivos incluindo enzimas	0,01	8,7%	-12,3%
3 H02.2.1. - Tranquilizantes Adulto	0,01	8,5%	1,5%

**PATIENT CARE**

Abbott Diabetes Care mantém a primeira posição no ranking de vendas em valor, com um crescimento em valor de +12,3% em termos relativos, +319,7K€ em termos absolutos face ao período homólogo.

Alliance Healthcare regista a maior subida no ranking dentro do TOP10, com um aumento de Sell-Out em valor em maio de 2020 de +346K€, +131,6% em termos relativos. A subida de 17 posições face a maio de 2019 (de 24º para 7º) no ranking do segmento deve-se especialmente às vendas excecionais de álcool, luvas, termómetros e máscaras reutilizáveis.

**NUTRITION**

Nestlé Portugal recupera a liderança do ranking de companhias em valor, com uma perda relativa de Sell-Out de -6,3% em maio de 2020 face a maio de 2019 (-45K€).

Nutricia desce -7,8% (-44,5K€) no Sell-Out em valor em maio 2020 face ao mês homólogo, regressando à segunda posição do ranking deste segmento.

**HOMEOPATHY**

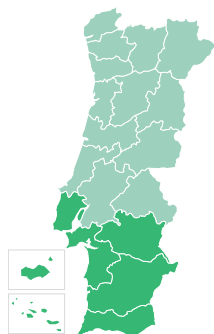
É o segmento que em maio mais perde em termos relativos tanto em valor como em unidades.

Boiron lidera nas perdas absolutas com uma queda em valor de -21K€ (-40,9% face a maio de 2019).

# Consumer Healthcare Market – Maiores Variações Absolutas

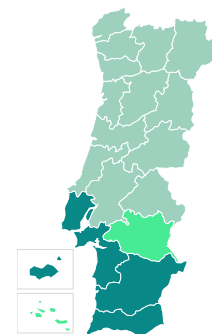
## OTC | MAT Maio 2020

Distrito	Var. €
1 R.A. Madeira	5,5%
2 R.A. Açores	4,6%
3 Évora	4,3%
...	
18 Bragança	-0,6%
19 Faro	-1,1%
20 Guarda	-1,4%



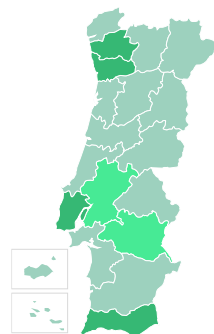
## Supplements | MAT Maio 2020

Distrito	Var. €
1 R.A. Açores	12,5%
2 Beja	12,3%
3 R.A. Madeira	10,6%
...	
18 Vila Real	1,2%
19 Viana do Castelo	0,1%
20 Bragança	-1,5%



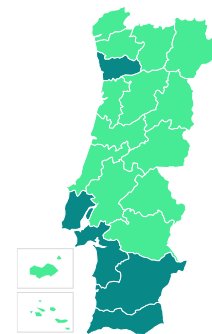
## Personal Care | MAT Maio 2020

Distrito	Var. €
1 Évora	9,3%
2 Santarém	8,1%
3 R.A. Açores	4,1%
...	
18 Viana do Castelo	-5,4%
19 Faro	-7,2%
20 Bragança	-7,3%



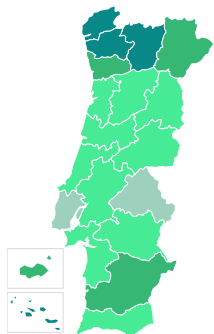
## Patient Care | MAT Maio 2020

Distrito	Var. €
1 Portalegre	15,7%
2 R.A. Madeira	13,5%
3 Évora	12,7%
...	
18 Bragança	7,4%
19 Guarda	6,0%
20 Faro	4,0%



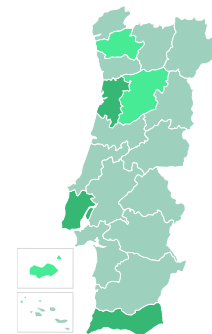
## Nutrition | MAT Maio 2020

Distrito	Var. €
1 Évora	39,1%
2 Vila Real	28,2%
3 Santarém	16,7%
...	
18 Lisboa	2,2%
19 Bragança	0,8%
20 Beja	-3,5%



## Homeopathy | MAT Maio 2020

Distrito	Var. €
1 Braga	9,8%
2 Viana do Castelo	8,8%
3 R.A. Madeira	2,4%
...	
18 R.A. Açores	-36,1%
19 Guarda	-37,5%
20 Bragança	-45,9%



O distrito de Évora lidera o ranking de ganhos relativos em valor no acumulado dos últimos 12 meses nos segmentos Personal Care, Nutrition e Veterinary, com um crescimento médio nestes segmentos de +22,3%. As Regiões Autónomas da Madeira e dos Açores, por outro lado, mostram crescimentos superiores nos segmentos OTC e Supplements, respetivamente com +5,5% e +12,5%.

Os distritos de Bragança e Guarda, em oposição, registam perdas ou crescimento reduzido se comparado com o verificado noutros distritos em praticamente todos os segmentos, e de forma especial na Homeopatia (-45,9% e -37,5% respetivamente).

A análise territorial mostra que os distritos do norte interior são os que apresentam menor tendência de crescimento para os vários segmento (EVOL inferior a 100). Muitos destes distritos apresentam igualmente MI igual ou inferior à média nacional, como sucede com os OTC.

# FICHA TÉCNICA

MARKET WATCH PORTUGAL – MAIO 2020



## Âmbito

Evolução mensal do Mercado de Farmácia em Portugal

## Periodicidade

Mensal

## Períodos Analisados

Anos Móveis - MAT Maio/19 e MAT Maio/20 | Meses - Maio/19 e Maio/20

## Variáveis de estudo

Sell-Out – Vendas da farmácia ao consumidor e devoluções do consumidor à farmácia. As vendas em valor são valorizadas a Street Price (PVP praticado para o consumidor).

## Segmentos

- Pharma market – Inclui todos os medicamentos com AIM (Autorização de Introdução no Mercado) válida em Portugal e que podem ser dispensados em Farmácia Comunitária.
- Consumer healthcare market – Composto por todos os produtos de cuidado e bem-estar pessoal, incluindo MNSRM e produtos de saúde participados pelo SNS.
- Prescription branded medicines – Inclui MSRM não genéricos com AIM (Autorização de Introdução no Mercado) válida em Portugal, comercializados em Farmácia Comunitária.
- Prescription generic medicines – Inclui MSRM genéricos com AIM (Autorização de Introdução no Mercado) válida em Portugal, comercializados em Farmácia Comunitária.
- Non-Prescription branded OTC – Inclui MNSRM não genéricos com AIM (Autorização de Introdução no Mercado) válida em Portugal, comercializados em Farmácia Comunitária.
- Non-Prescription generic OTC – Inclui MNSRM genéricos com AIM (Autorização de Introdução no Mercado) válida em Portugal, comercializados em Farmácia Comunitária.

## Universo farmácias HMR

Farmácias de oficina de Portugal (Continente e Ilhas) com venda ao público.

## Painel farmácia HMR

Este relatório referente ao mês de Maio teve por base um painel de 2.450 farmácias num total de 2.908 pertencentes ao Universo considerado no estudo HMR. Foram consideradas todas as farmácias do continente e ilhas com venda ao público. Cobertura numérica = 84%.

- OTC – Over The Counter (Medicamentos não sujeitos a receita médica);
- Nutrition – Composto por produtos de nutrição, incluindo alimentação para fins medicinais específicos, dietas especiais e dietas para perda de peso. Abrange também fórmulas infantis.
- Patient Care – Composto por produtos para o cuidado do utente. Inclui dispositivos médicos destinados a múltiplas indicações e diversos acessórios.
- Supplements – Inclui suplementos alimentares usados para complementar um regime alimentar normal.
- Homeopathic – Inclui todos os produtos de saúde homeopáticos. Não contempla medicamentos homeopáticos com AIM (Autorização de Introdução no Mercado) válida em Portugal.
- Veterinary – Inclui medicamentos e produtos de saúde de uso veterinário.
- Others – Inclui produtos com baixa expressão mercado como matérias-primas e manipulados.

### Glossário

- MSRM – Medicamento Sujeito a Receita Médica;
- MNSRM – Medicamento Não Sujeito a Receita Médica;
- Companhia – Empresa/Grupo responsável pela comercialização em Portugal. Fonte: HMR;
- MAT – Anos Móveis (Moving Annual Total);
- OTC – Over The Counter (Medicamentos de dispensa livre - com principio ativo);
- Evolution Index – compara a variação do produto (%) com a variação do mercado (%) a nível distrital;

$$EI = (1 + \text{Var do produto}\%) / (1 + \text{Var do Mercado}\%) \times 100$$

- Market Index – compara a quota de mercado do produto a nível distrital com a quota de mercado do produto a nível nacional.

$$MI = (\text{MS}\% \text{ Distrito}) / (\text{MS}\% \text{ Nacional}) \times 100$$





Knowledge for better health