HMR health market research

Market Watch Portugal

Setembro 2020

Knowledge for better health

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.

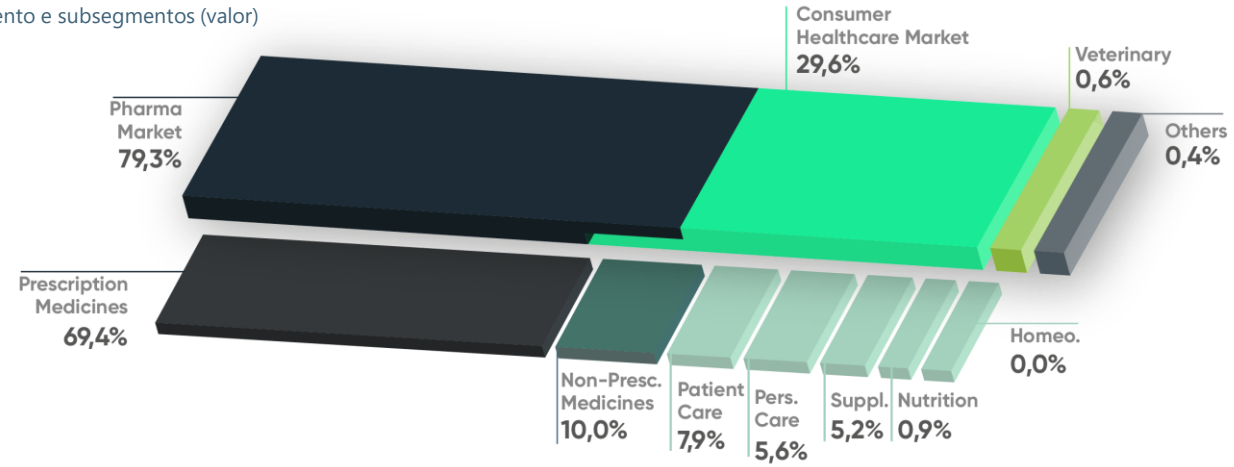
Because we believe that the power of knowledge grows when is shared. And can change lives.

Mercado Total

Dinâmica do canal Farmácia

Setembro 2020

Peso por segmento e subsegmentos (valor)



Dinâmica do canal Farmácia

Por segmento

	Setembro 2020						MAT Setembro 2020					
	VALOR			VOLUME			VALOR			VOLUME		
	M€	Q.M.	VARIAÇÃO	M UNID.	Q.M.	VARIAÇÃO	M€	Q.M.	VARIAÇÃO	M UNID.	Q.M.	VARIAÇÃO
Mercado Total	**301,2 €**	**100,0%**	**3,7%**	**26,1**	**100,0%**	**1,2%**	**3 704,3 €**	**100,0%**	**3,5%**	**329,2**	**100,0%**	**1,3%**
Pharma Market	238,9 €	79,3%	3,8%	21,0	80,3%	0,2%	2 949,8 €	79,6%	3,8%	266,3	80,9%	0,5%
Consumer Healthcare	89,1 €	29,6%	1,8%	8,1	31,1%	0,8%	1 104,8 €	29,8%	0,9%	104,1	31,6%	1,2%
Others	1,2 €	0,4%	4,6%	0,2	0,9%	-10,3%	14,4 €	0,4%	-2,2%	2,8	0,9%	-10,6%
Veterinary	2,0 €	0,6%	9,0%	0,1	0,6%	3,2%	24,3 €	0,7%	12,9%	1,8	0,6%	7,1%

Em setembro registou-se um crescimento de +3,7% no Sell Out em valor e uma variação de +1,2% em unidades face ao mesmo mês do ano anterior (período homólogo). Em valor, em termos absolutos, esta variação é mais marcada no segmento Pharmaceutical, com um aumento de +3,8% de Sell Out (valor), correspondendo a um incremento de +8,76M€ e uma variação de +33.928 unidades.

O segmento Consumer HealthCare apresenta igualmente um crescimento em valor e volume (respetivamente +1,8% e +0,8% face ao mês homólogo).

A performance do mercado nos últimos 12 meses (MAT setembro 2020), por outro lado, evidencia uma dinâmica positiva tanto em valor (+3,5%) como em volume (+1,3%).

COPYRIGHT © 2020 HEALTH MARKET RESEARCH. ALL RIGHTS RESERVED

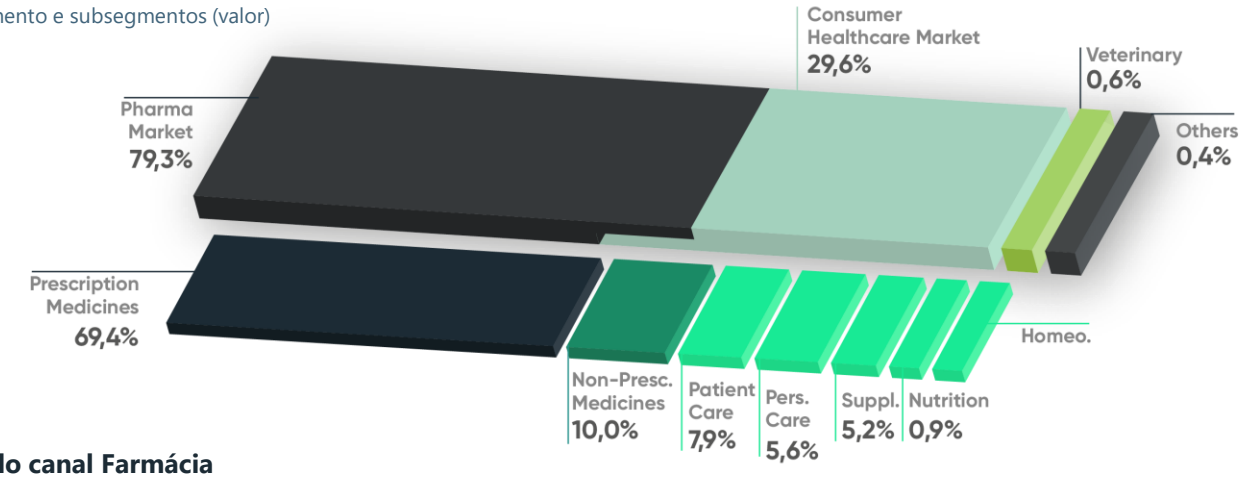
PUBLICADO EM 14 DE OUTUBRO DE 2020

Mercado Total

Dinâmica do canal Farmácia

Setembro 2020

Peso por segmento e subsegmentos (valor)



Dinâmica do canal Farmácia

Por subsegmentos

	Setembro 2020						MAT Setembro 2020					
	VALOR			VOLUME			VALOR			VOLUME		
	M€	Q.M.	VARIAÇÃO	M UNID.	Q.M.	VARIAÇÃO	M€	Q.M.	VARIAÇÃO	M UNID.	Q.M.	VARIAÇÃO
Mercado Total	**301,2**	**100,0%**	**3,7%**	**26,1**	**100,0%**	**1,2%**	**3 704,3**	**100,0%**	**3,5%**	**329,2**	**100,0%**	**1,3%**
Prescription Medicines	208,9	69,4%	4,5%	17,6	67,5%	1,5%	2 560,7	69,1%	4,6%	220,5	67,0%	1,5%
Branded	159,4	52,9%	4,8%	10,8	41,4%	1,6%	1 948,9	52,6%	4,8%	135,0	41,0%	0,5%
Generic	49,5	16,4%	3,7%	6,8	26,1%	1,3%	611,8	16,5%	4,1%	85,5	26,0%	3,2%
Non Prescription (OTC)	30,0	10,0%	-0,9%	3,4	12,9%	-6,1%	389,0	10,5%	-1,0%	45,8	13,9%	-4,3%
Branded	28,7	9,5%	-0,7%	3,2	12,1%	-6,2%	371,7	10,0%	-0,6%	42,8	13,0%	-4,3%
Generic	1,3	0,4%	-4,9%	0,2	0,8%	-4,3%	17,4	0,5%	-8,9%	2,9	0,9%	-4,2%
Homeopathy	0,1	0,0%	-3,1%	0,0	0,0%	3,4%	0,9	0,0%	-12,3%	0,1	0,0%	-12,0%
Nutrition	2,6	0,9%	2,4%	0,2	0,7%	-10,0%	32,7	0,9%	4,5%	2,4	0,7%	-4,7%
Patient Care	23,9	7,9%	6,9%	2,6	9,9%	17,1%	292,2	7,9%	7,7%	31,5	9,6%	17,0%
Personal Care	16,7	5,6%	-6,9%	1,1	4,3%	-10,7%	214,5	5,8%	-6,5%	14,6	4,4%	-8,8%
Supplements	15,8	5,2%	10,4%	0,8	3,2%	8,4%	175,5	4,7%	3,8%	9,7	3,0%	2,7%
Others	1,2	0,4%	4,6%	0,2	0,9%	-10,3%	14,4	0,4%	-2,2%	2,8	0,9%	-10,6%
Veterinary	2,0	0,6%	9,0%	0,1	0,6%	3,2%	24,3	0,7%	12,9%	1,8	0,6%	7,1%

Ao nível do Pharma Market constatamos uma dinâmica de crescimento no subsegmento de Prescription Medicines, com um aumento de +4,5% de Sell Out em valor face a igual mês do ano passado. No subsegmento de Non Prescription Medicines assinala-se um ligeiro decréscimo em valor (-0,9%) e uma queda de -6,1% em volume face ao setembro homólogo.

Ao nível do Prescription Medicines, quer o subsegmento de Branded, quer o de Generic apresentam crescimentos de +4,8% e +3,7%, respetivamente, em valor face ao mês homólogo. Em volume os crescimentos são menos acentuados, com Sell Out de +1,6% no subsegmento Branded e +1,3% no subsegmento Generic face a setembro'19.

O segmento Supplements é o que apresenta maior ganho em Sell Out em valor face a setembro'19, com um crescimento de +10,4%, e apresentando um crescimento de +8,4% em volume em igual período. Este aumento está associado principalmente ao crescimento do Sell Out de produtos usados no reforço do sistema imunitário, este ano com um crescimento acentuado face ao ano anterior.

O Sell Out em volume no segmento Patient Care mantém-se bastante acima do registado no mês homólogo (+17,1%) mantendo-se as classes responsáveis por este crescimento as maioritariamente associadas aos dispositivos médicos usados na prevenção individual do contágio da infeção por COVID-19. Neste âmbito incluem-se as máscaras, luvas e desinfetantes de base alcoólica com um crescimento de +425% em volume face a setembro'19. Comparativamente com o mês anterior (agosto'20) verifica-se novamente um incremento do Sell Out em unidades em setembro'20 (+24,2%, +36,2% e +19,5%, respetivamente nas máscaras, luvas e desinfetantes de base alcoólica).

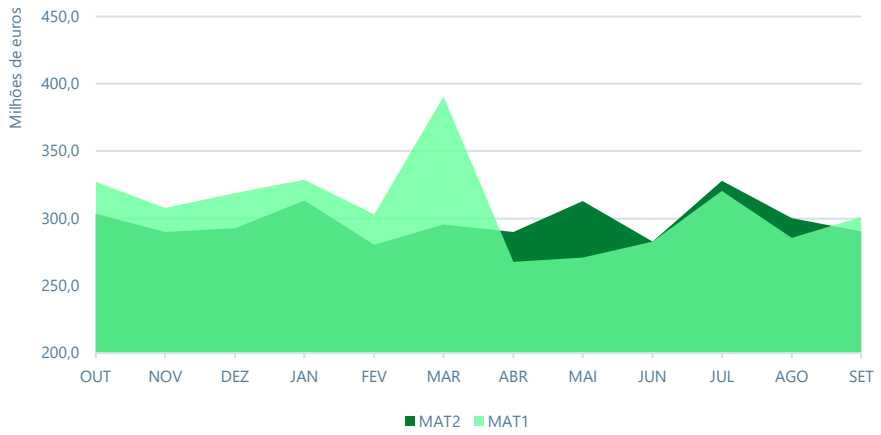
COPYRIGHT © 2020 HEALTH MARKET RESEARCH. ALL RIGHTS RESERVED

PUBLICADO EM 14 DE OUTUBRO DE 2020

Mercado Total

Evolução mensal em valor

Outubro 2019 – Setembro 2020



Companhias em valor

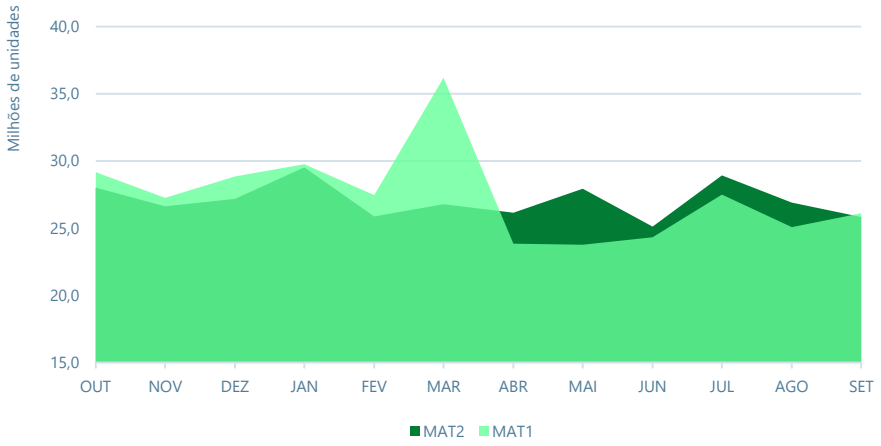
TOP 5

Setembro 2020

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

Evolução mensal em volume

Outubro 2019 – Setembro 2020



Companhias em volume

TOP 5

Setembro 2020

Companhia	M UNID.	Q.M.	Var.
1 Mylan	1,7	6,5%	3,1%
2 Generis	1,6	6,0%	2,9%
3 Teva	1,4	5,3%	-1,5%
4 Bene Farmacêutica	0,9	3,4%	7,2%
5 Sanofi	0,8	3,1%	-13,3%

Comparativamente com o mês de setembro'19, o mercado apresenta um crescimento de +3,7% e de +1,2%, respetivamente em valor e em volume.

Todas as companhias do Top 5 apresentam no mês de setembro um crescimento comparativamente ao mesmo mês do ano anterior (valor).

A Mylan mantém este mês a liderança do mercado em Sell-Out no canal Farmácia tanto em valor com em unidades, com um crescimento de +6,8% em valor e de +3,1% em volume face a setembro de 2019, apresentando uma performance superior à do mercado, em valor e volume.

Do Top 5 de companhias em valor, podemos verificar que apenas a Mylan apresenta uma dinâmica superior à registada no mercado (versus período homólogo).

Do Top 5 de companhias em volume, podemos verificar que apenas a Teva e a Sanofi apresentam uma dinâmica abaixo à registada no mercado (versus período homólogo).

O NOME DA COMPANHIA PODE REPRESENTAR UMA AGREGAÇÃO DE COMPANHIAS DO MESMO GRUPO, DE ACORDO COM OS CRITÉRIOS DA HMR PARA MELHOR REPRESENTAR O MERCADO

COPYRIGHT © 2020 HEALTH MARKET RESEARCH. ALL RIGHTS RESERVED

PUBLICADO EM 14 DE OUTUBRO DE 2020

Mercado Total

Faturação e Variação do canal Farmácia

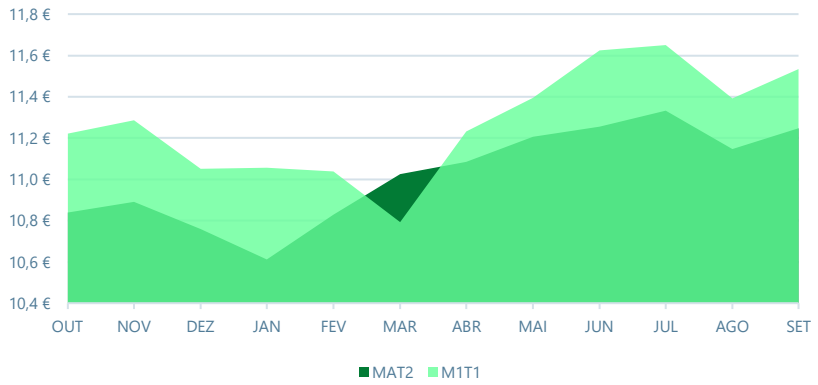
Segmentos de mercado

	Setembro 2020		MAT Setembro 2020	
	PREÇO MÉDIO	VARIAÇÃO	PREÇO MÉDIO	VARIAÇÃO
Mercado Total	**11,5 €**	**2,5%**	**11,3 €**	**2,1%**
Prescription Medicines	11,9 €	3,0%	11,6 €	3,1%
Branded	14,7 €	3,2%	14,4 €	4,3%
Generic	7,3 €	2,4%	7,2 €	0,8%
Non Prescription (OTC)	8,9 €	5,5%	8,5 €	3,4%
Branded	9,1 €	5,9%	8,7 €	3,9%
Generic	6,1 €	-0,6%	6,0 €	-4,9%
Homeopathy	6,9 €	-6,2%	6,7 €	-0,3%
Nutrition	13,7 €	13,7%	13,6 €	9,6%
Patient Care	9,2 €	-8,6%	9,3 €	-8,0%
Personal Care	14,8 €	4,2%	14,7 €	2,5%
Supplements	18,9 €	1,8%	18,0 €	1,0%
Others	5,2 €	16,5%	5,2 €	9,4%
Veterinary	13,4 €	5,6%	13,3 €	5,4%

Visão Geral

Evolução mensal do PVP médio

Outubro 2019 – Setembro 2020



Distritos

Maiores variações relativas em PVP
MAT Setembro 2020

Distrito	PVP	Var.
1 R.A. Açores	11,01 €	3,5%
2 Vila Real	11,60 €	3,2%
3 Faro	11,43 €	3,1%
...		
18 Viseu	11,21 €	1,6%
19 Guarda	11,51 €	1,4%
20 Castelo Branco	11,41 €	1,3%

O segmento de medicamentos de marca (Branded) regista um crescimento de +3,2% no PVP médio face a setembro 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 +5,9% no PVP médio face ao mês homólogo.

Verifica-se a tendência oposta no segmento Patient Care – decréscimo de -8,6% no PVP médio – pode ser explicada pelo aumento excecional de vendas de produtos como máscaras, soluções de desinfeção e luvas, todos eles com um preço médio inferior à média deste segmento.

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. A Região Autónoma dos Açores regista o maior aumento de PVP médio do país, com uma variação de +3,5% no acumulado dos últimos 12 meses (MAT) face ao período homólogo.

COPYRIGHT © 2020 HEALTH MARKET RESEARCH. ALL RIGHTS RESERVED

PUBLICADO EM 14 DE OUTUBRO DE 2020

Mercado Total

Análise de PVP médio por escalões de preços

	Pharma Market				Prescription Branded				Prescription Generic			
	Setembro 2020		MAT		Setembro 2020		MAT		Setembro 2020		MAT	
ESCALÃO	PVP MÉDIO	VARIAÇÃO	PVP MÉDIO	VARIAÇÃO	PVP MÉDIO	VARIAÇÃO	PVP MÉDIO	VARIAÇÃO	PVP MÉDIO	VARIAÇÃO	PVP MÉDIO	VARIAÇÃO
1	4,40 €	0,6%	4,40 €	0,0%	4,30 €	-0,5%	4,34 €	-0,3%	4,32 €	1,1%	4,30 €	-0,2%
2	8,43 €	1,8%	8,38 €	1,7%	8,47 €	0,7%	8,51 €	0,4%	8,68 €	-0,2%	8,72 €	-0,3%
3	12,00 €	1,0%	11,95 €	0,5%	12,24 €	0,2%	12,21 €	-0,2%	11,87 €	-0,1%	11,85 €	-0,6%
4	18,86 €	-1,4%	18,80 €	-0,5%	19,16 €	-2,6%	19,12 €	-1,3%	18,44 €	-0,5%	18,34 €	-0,8%
5	43,09 €	-0,9%	43,08 €	-0,8%	43,54 €	-0,9%	43,52 €	-0,8%	38,09 €	-0,7%	38,08 €	-0,8%
6	93,02 €	-2,5%	93,40 €	-1,9%	93,06 €	-2,6%	93,50 €	-1,9%	86,01 €	12,3%	77,38 €	1,6%
TOTAL	**11,39 €**	**3,7%**	**11,13 €**	**3,9%**	**14,75 €**	**3,2%**	**14,44 €**	**4,3%**	**7,28 €**	**2,6%**	**7,15 €**	**0,8%**

	Non Prescription Branded				Non Prescription Generic			
	Setembro 2020		MAT		Setembro 2020		MAT	
ESCALÃO	PVP MÉDIO	VARIAÇÃO	PVP MÉDIO	VARIAÇÃO	PVP MÉDIO	VARIAÇÃO	PVP MÉDIO	VARIAÇÃO
1	5,20 €	4,3%	5,07 €	2,6%	4,24 €	-1,4%	4,29 €	-0,8%
2	8,12 €	4,6%	7,98 €	4,3%	7,58 €	3,9%	7,45 €	3,0%
3	11,64 €	4,2%	11,50 €	3,2%	12,87 €	-0,2%	12,85 €	1,1%
4	18,35 €	2,2%	18,26 €	2,7%	18,52 €	-3,4%	18,93 €	0,5%
5	40,68 €	2,2%	40,22 €	1,2%	43,74 €	1,0%	40,00 €	15,2%
6	93,59 €	13,4%	85,46 €	7,5%				
TOTAL	**9,11 €**	**5,9%**	**8,67 €**	**3,9%**	**6,12 €**	**-0,5%**	**5,96 €**	**-4,9%**

Análise de entrada de novos produtos

Setembro 2020

	VALOR		VOLUME		
ESCALÃO	€	Q.M.	UNID.	Q.M.	# NOVOS PRODUTOS
1	711 €	0,00%	268	0,00%	31
2	13 263 €	0,04%	1 687	0,04%	17
3	191 €	0,00%	16	0,00%	6
4	10 880 €	0,03%	660	0,03%	12
5	44 954 €	0,07%	1 033	0,07%	9
6	36 703 €	0,13%	300	0,10%	4
TOTAL	**106 701 €**	**0,04%**	**3 964**	**0,02%**	**79**

MAT Setembro 2020

VALOR		VOLUME		
€	Q.M.	UNID.	Q.M.	# NOVOS PRODUTOS
2 234 421 €	0,4%	449 885	0,3%	566
2 799 871 €	0,7%	339 271	0,7%	209
1 253 463 €	0,4%	101 642	0,4%	131
11 715 984 €	2,5%	598 475	2,4%	187
4 490 781 €	0,6%	113 837	0,6%	122
1 735 194 €	0,5%	16 204	0,4%	43
24 229 714 €	**0,8%**	**1 619 314**	**0,6%**	**1 258**

É o escalão 2 que apresenta as variações positivas de PVP médio face a set´19 mais expressivas – um aumento de +1,8% no global do escalão, +4,6% nos medicamentos não sujeitos a receita médica (MNSRM) de marca, +3,9% nos MNSRM genéricos, +0,7% nos medicamentos sujeitos a receita médica (MSRM) de marca, e um ligeiro decréscimo de -0,2% nos MSRM genéricos.

De salientar também a diminuição de -2,6% no PVP médio dos medicamentos sujeitos a receita médica (MSRM) de marca e o crescimento de +12,3% no PVP médio dos MSRM genéricos do escalão 6 face a set'19.

Na análise mensal de entrada de novos produtos destaca-se o contributo do escalão 2 que associado a 21,5% do total de entradas (#17 referências) no mês de set'20, representa neste período 12,4% e 42,6% do Sell Out respetivamente em valor e unidades dos novos produtos.

COPYRIGHT © 2020 HEALTH MARKET RESEARCH. ALL RIGHTS RESERVED

PUBLICADO EM 14 DE OUTUBRO DE 2020

Pharma Market

ATC3 em valor | TOP 5 em MAT Setembro 2020

ATC3	M€	Q.M.	Var.
1 A10N - Antidiabéticos inibidores da DPP-IV	169,7	5,8%	0,9%
2 B01F - Inibidores directos do Factor Xa	152,1	5,2%	16,9%
3 N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor	113,2	3,8%	5,6%
4 C10A - Reguladores do colesterol e triglicerídeos	111,1	3,8%	4,1%
5 C09D - Associações de antagonistas da angiotensina-II	101,2	3,4%	10,6%

ATC3 em unidades | TOP 5 em MAT Setembro 2020

ATC3	M Unid	Q.M.	Var.
1 N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos	25,5	9,6%	8,1%
2 C10A - Reguladores do colesterol e triglicerídeos	13,0	4,9%	7,2%
3 N05C - Ansiolíticos	11,1	4,2%	-0,3%
4 N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor	10,7	4,0%	6,9%
5 A02B - Antiulcerosos	8,7	3,3%	1,7%

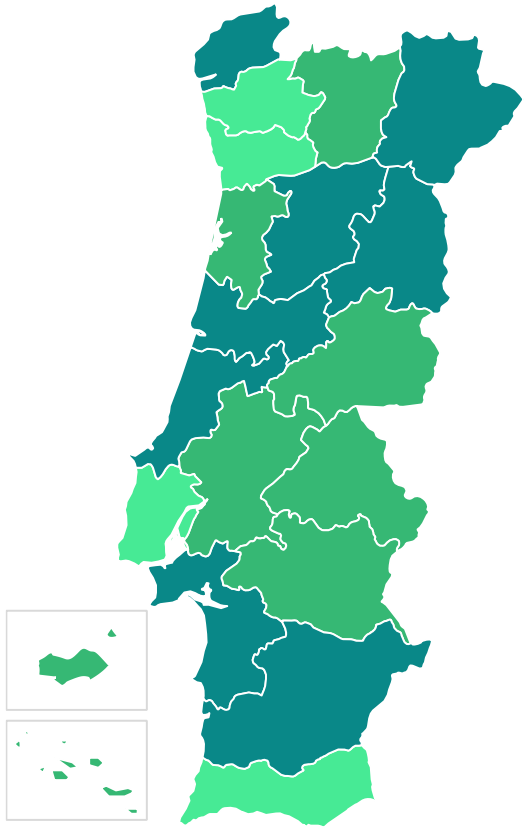
ATC3 - maiores variações absolutas em valor | MAT Setembro 2020

ATC3	Var. Abs. M€	Var.
1 A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	24,71	47,2%
2 B01F - Inibidores directos do Factor Xa	22,01	16,9%
3 A10S - Agonista do GLP-1	11,48	36,3%
...		
243 J01C - Penicilinas de largo espectro	-3,47	-14,8%
244 M05X - Outros produtos para o sistema músculo-esquelético	-4,43	-29,9%
245 M01A - Antireumatismais não esteróides	-4,59	-8,2%

ATC3 - maiores variações absolutas em unidades | MAT Setembro 2020

ATC3	Var. Abs. M Unid.	Var.
1 N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos	1,90	8,1%
2 C10A - Reguladores do colesterol e triglicerídeos	0,87	7,2%
3 N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor	0,69	6,9%
...		
243 R05C - Expectorantes	-0,46	-15,1%
244 J01C - Penicilinas de largo espectro	-0,53	-14,0%
245 M01A - Antireumatismais não esteróides	-0,87	-9,4%

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 set'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 +0,9% 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 (+16,9%, +22,01M€).

No que respeita ao Sell Out em volume, salienta-se o crescimento de +8,1% da classe "N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos", os quais representam 9,6% do volume do mercado Pharmaceutical (25,5M Unid).

Salienta-se ainda o decréscimo acentuado de Sell Out registado na classe "J01C - Penicilinas de largo espectro" tanto em valor (-14,8%, -3,47M€), como em volume (-14,0%, -529.461 unidades), possível reflexo da redução do número de consultas médicas realizadas e de episódios de urgência registados.

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.

COPYRIGHT © 2020 HEALTH MARKET RESEARCH. ALL RIGHTS RESERVED

PUBLICADO EM 14 DE OUTUBRO DE 2020

Pharma Market | Branded

ATC3 em valor | TOP 5 em MAT Setembro 2020

ATC3	M€	Q.M.	Var.
1 A10N - Antidiabéticos inibidores da DPP-IV	169,7	7,3%	0,9%
2 B01F - Inibidores directos do Factor Xa	152,1	6,6%	16,9%
3 N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos	81,8	3,5%	7,0%
4 A10C - Insulinas humanas e análogos	78,4	3,4%	4,9%
5 A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	77,1	3,3%	47,2%

ATC3 em unidades | TOP 5 em MAT Setembro 2020

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

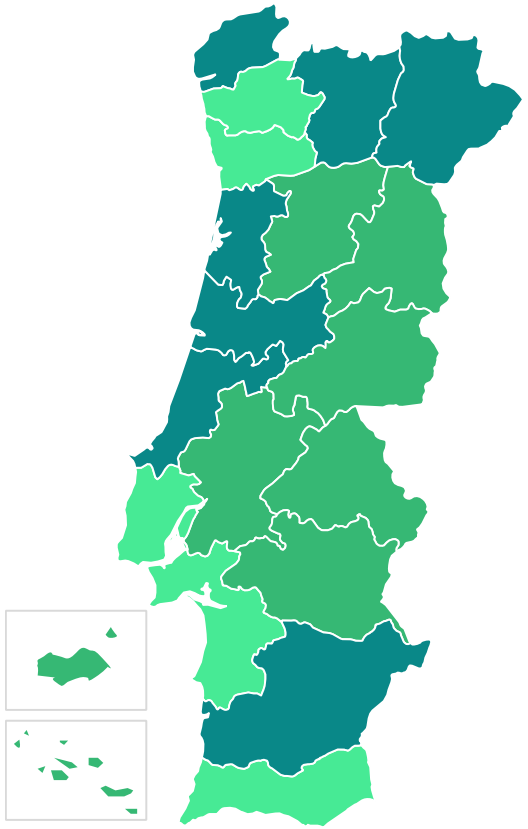
ATC3 - maiores variações absolutas em valor | MAT Setembro 2020

ATC3	Var. Abs. M€	Var.
1 A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	24,71	47,2%
2 B01F - Inibidores directos do Factor Xa	22,01	16,9%
3 A10S - Agonista do GLP-1	11,48	36,3%
...		
242 R05C - Expectorantes	-2,88	-13,1%
243 M05X - Outros produtos para o sistema músculo-esquelético	-3,16	-28,5%
244 M01A - Antireumatismais não esteróides	-3,46	-8,6%

ATC3 - maiores variações absolutas em unidades | MAT Setembro 2020

ATC3	Var. Abs. M Unid.	Var.
1 N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos	1,19	6,6%
2 A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	0,56	49,2%
3 B01F - Inibidores directos do Factor Xa	0,36	20,6%
...		
242 J01C - Penicilinas de largo espectro	-0,34	-14,4%
243 R05C - Expectorantes	-0,37	-14,3%
244 M01A - Antireumatismais não esteróides	-0,57	-10,0%

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 7,3% e 6,6% respetivamente.

Salienta-se também o crescimento absoluto de +36,2M€ 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.

Dentro dos medicamentos Branded, a classe "R05C - Expectorantes" é uma das que mais perde em termos absolutos tanto em valor como em volume. A queda em valor é de -13,1%, -2,88M€ e de -14,3%, -365.645 unidades no MAT setembro'20 face ao MAT homólogo.

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 e Faro, nos quais o segmento Branded apresenta menor peso face à média nacional.

COPYRIGHT © 2020 HEALTH MARKET RESEARCH. ALL RIGHTS RESERVED

PUBLICADO EM 14 DE OUTUBRO DE 2020

Pharma Market | Generic

DCI em valor | TOP 5 em MAT Setembro 2020

DCI	M€	Q.M.	Var.
1 Atorvastatina	30,6	4,9%	10,4%
2 Quetiapina	17,0	2,7%	12,1%
3 Sinvastatina	15,2	2,4%	-6,1%
4 Omeprazol	15,2	2,4%	-0,4%
5 Rosuvastatina	14,8	2,3%	19,6%

DCI em unidades | TOP 5 em MAT Setembro 2020

DCI	M Unid.	Q.M.	Var.
1 Atorvastatina	5,4	6,2%	12,3%
2 Paracetamol	3,5	3,9%	26,5%
3 Sinvastatina	2,8	3,2%	-4,8%
4 Metformina	2,8	3,2%	1,7%
5 Pantoprazol	2,7	3,0%	6,1%

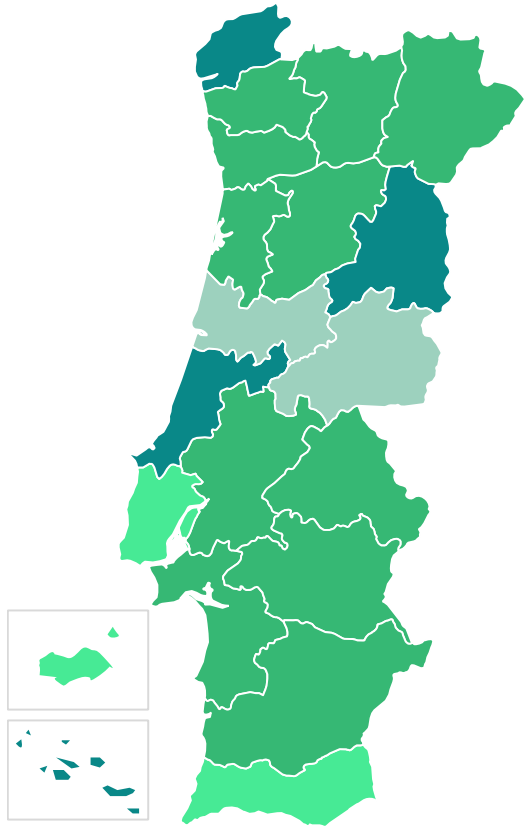
DCI - maiores variações absolutas em valor | MAT Setembro 2020

DCI	Var. Abs. M€	Var.
1 Atorvastatina	2,89	10,4%
2 Rosuvastatina	2,42	19,6%
3 Quetiapina	1,83	12,1%
...		
303 Sinvastatina	-0,98	-6,1%
304 Glucosamina	-1,27	-34,1%
305 Ranitidina	-1,60	-96,7%

DCI - maiores variações absolutas em unidades | MAT Setembro 2020

DCI	Var. Abs. M Unid.	Var.
1 Paracetamol	0,72	26,5%
2 Atorvastatina	0,60	12,3%
3 Quetiapina	0,29	18,4%
...		
303 Ranitidina	-0,15	-97,3%
304 Azitromicina	-0,16	-19,1%
305 Ibuprofeno	-0,16	-7,1%

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 14,7% do mercado de Medicamentos Genéricos (MGs). A Atorvastatina, DCI com maior peso neste segmento (4,9% em valor e 6,2% em unidades), apresenta uma tendência de crescimento mais marcada em unidades +12,3% vs em valor +10,4% devido à opção de MGs e à erosão de preço que estes medicamentos têm sofrido.

A rápida penetração verificada na classe "C10A - Reguladores do colesterol e triglicerídeos" pode ter impulsionado fenómenos de switch terapêutico entre DCIs da mesma classe terapêutica. A Rosuvastatina (com um aumento de Sell Out de +19,6% em valor e +26,8% em volume) pode estar a contribuir para a queda da Sinvastatina (com perdas de -6,1% em valor e -4,8% em volume).

Numa análise territorial verifica-se que os distritos de Viana do Castelo, Guarda e Leiria são onde o segmento de MGs apresenta um peso superior à média nacional e com uma tendência de aumento. A mesma dinâmica se regista na Região Autónoma dos Açores.

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

COPYRIGHT © 2020 HEALTH MARKET RESEARCH. ALL RIGHTS RESERVED

PUBLICADO EM 14 DE OUTUBRO DE 2020

Consumer Healthcare Market

Classe HMR3 em valor | TOP 5 em MAT Setembro 2020

HMR3	M€	Q.M.	Var.
1 H10.1.1. - Anti-Inflamatórios e Anti-Reumáticos	51,7	4,7%	0,2%
2 H26.4.4. - Glicemia	47,9	4,3%	-3,3%
3 H08.1.1. - Tratamento e cuidado de pernas pesadas	33,9	3,1%	7,8%
4 H04.2.3. - Laxantes	30,6	2,8%	3,8%
5 H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos	29,5	2,7%	10,0%

Classe HMR3 em unidades | TOP 5 em MAT Setembro 2020

HMR3	M Unid.	Q.M.	Var.
1 H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos	6,3	6,0%	7,4%
2 H10.1.1. - Anti-Inflamatórios e Anti-Reumáticos	3,8	3,7%	-4,9%
3 H04.2.3. - Laxantes	3,7	3,6%	-0,2%
4 H01.4.1. - Antigripais	3,3	3,2%	-5,9%
5 H01.2.1. - Inflamação Garganta	3,0	2,9%	-7,6%

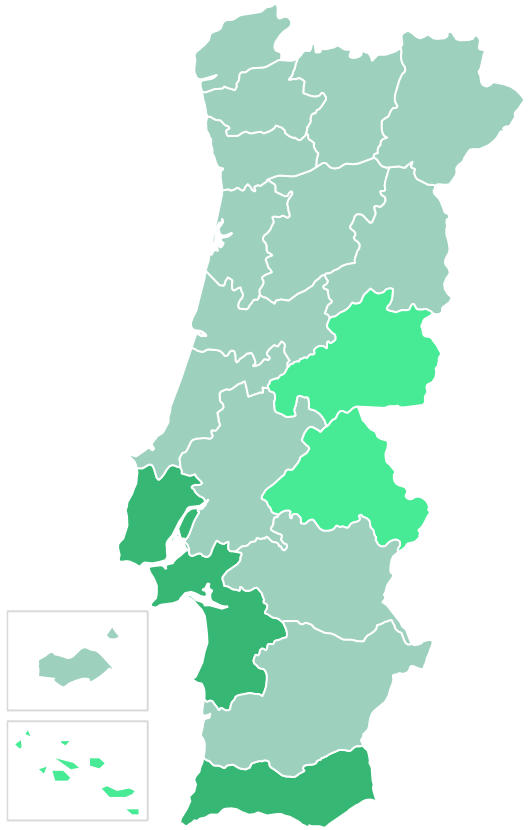
Classe HMR3 - maiores variações absolutas em valor | MAT Setembro 2020

HMR3	Var. Abs. M€	Var.
1 H26.4.11. - Medição glicose flash	8,71	45,2%
2 H09.1.4. - Desinfectante pele e anti-séptico	5,93	391,5%
3 H20.31.3. - Material descartável	5,21	704,0%
...		
492 H04.2.5. - Antidiarreicos	-2,95	-21,3%
493 H17.9.3. - Protector solar adulto	-3,78	-17,0%
494 H10.2.1. - Prevenção e/ou alívio de dores articulares	-3,81	-14,2%

Classe HMR3 - maiores variações absolutas em unidades | MAT Setembro 2020

HMR3	Var. Abs. M Unid.	Var.
1 H22.2.1. - Antisépticos e desinfectantes	1,56	188,0%
2 H20.3.3. - Máscaras	1,48	1042,0%
3 H20.31.3. - Material descartável	1,34	672,6%
...		
492 H10.2.1. - Prevenção e/ou alívio de dores articulares	-0,29	-19,6%
493 H04.2.5. - Antidiarreicos	-0,32	-23,6%
494 H01.1.1. - Expectorantes	-0,40	-14,0%

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 17,5% 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 4,7%) e regista um ligeiro aumento de +0,2% 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 (+45,2%, +8,71M€). As duas classes seguintes com maior variação absoluta no Sell Out em valor dizem respeito a classes de dispositivos usados na prevenção individual do contágio da infeção por COVID-19, as quais apresentam um crescimento global de +11,14M€ face a setembro'19.

No que respeita ao Sell Out em volume, salienta-se o crescimento consistente de +7,4% 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 como sejam "H22.2.1. - Antisépticos e desinfectantes", "H20.3.3. - Máscaras" e "H20.31.3. - Material descartável" respetivamente com +1,56M, +1,48M e +1,34M unidades face ao MAT homólogo.

As classes "H04.2.5. - Antidiarreicos" e "H17.9.3. - Protector solar adulto" apresentam perdas assinaláveis de Sell Out tanto em valores (respetivamente -21,3% e -17,0%), como em unidades (-23,6% e -14,0%). A redução das deslocações e de algumas atividades de lazer devido à pandemia pode ter condicionado a compra destes produtos.

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, Santarém, Évora e Beja, onde este segmento apresenta um menor peso face à média nacional, e com tendência decrescente (MI e EVOL inferiores a 100).

COPYRIGHT © 2020 HEALTH MARKET RESEARCH. ALL RIGHTS RESERVED

PUBLICADO EM 14 DE OUTUBRO DE 2020

Consumer Healthcare Market | TOPs (1/2)

OTCs em valor
MAT Setembro 2020

	HMR3	M€	Q.M.	Var.
1	H10.1.1. - Anti-Inflamatórios e Anti-Reumáticos	47,5	12,2%	0,1%
2	H08.1.1. - Tratamento e cuidado de pernas pesadas	29,6	7,6%	10,7%
3	H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos	29,4	7,6%	10,0%

OTCs em unidades
MAT Setembro 2020

	HMR3	M uni.	Q.M.	Var.
1	H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos	6,2	13,6%	7,4%
2	H10.1.1. - Anti-Inflamatórios e Anti-Reumáticos	3,6	7,8%	-5,3%
3	H01.4.1. - Antigripais	3,3	7,2%	-6,0%

Supplements em valor
MAT Setembro 2020

	HMR3	M€	Q.M.	Var.
1	H05.1.1. - Multivitaminas com Minerais	24,1	13,8%	14,9%
2	H02.4.1. - Estimulante Cérebro e Memória	14,4	8,2%	-3,7%
3	H10.2.1. - Prevenção e/ou alívio de dores articulares	13,8	7,9%	4,5%

Supplements em unidades
MAT Setembro 2020

	HMR3	M uni.	Q.M.	Var.
1	H05.1.1. - Multivitaminas com Minerais	1,2	12,0%	12,5%
2	H05.4.1. - Suplementos Magnésio	0,6	6,4%	2,0%
3	H10.2.1. - Prevenção e/ou alívio de dores articulares	0,6	6,1%	2,5%

Personal Care em valor
MAT Setembro 2020

	HMR3	M€	Q.M.	Var.
1	H16.4.1. - Anti envelhecimento e anti rugas mulher	24,9	11,6%	-5,3%
2	H17.9.3. - Protector solar adulto	17,8	8,3%	-17,2%
3	H09.1.11. - Dermatite Atópica	10,5	4,9%	0,0%

Personal Care em unidades
MAT Setembro 2020

	HMR3	M uni.	Q.M.	Var.
1	H31.1.1. - Dentífrico para adultos	1,0	7,2%	-7,7%
2	H17.9.3. - Protector solar adulto	0,8	5,7%	-20,1%
3	H31.1.2. - Elixir para adultos	0,6	4,4%	-5,4%

OTC
No TOP 10 em valor de OTC a Servier e a Bene Farmacêutica são as que apresentam um crescimento mais significativo no mês de setembro'20 vs mês homólogo (crescimentos em valor de +17,4% e +19,0% respetivamente). No MAT set'20 assumem respetivamente a quarta e décima posições no ranking do segmento.

O TOP 3 companhias neste segmento - GSK Consumer Healthcare, Johnson & Johnson e Mylan - tem um peso em valor no MAT set'20 de 27,8% do total do segmento.

SUPPLEMENTS
Farmodiética mantém liderança no ranking do segmento, mas dentro do TOP 5 companhias - Farmodietica, Angelini, GSK Consumer Healthcare, Perrigo e Silfarmaplus - a Perrigo é a que apresenta o maior crescimento face ao mês homólogo, quer em valor, +71,9%, quer em volume, +88,5%. O TOP 5 representa, em MAT set'20 e em valor, 34,4% do segmento.

PERSONAL CARE
No TOP 5 - Pierre Fabre Dermo-Cosmétique, Cosmética Activa, Isdin, NAOS, Laboratoires Uriage - em MAT set'20 a tendência global mantém-se de redução do Sell Out face ao MAT homólogo em valor (entre -10,4% e +2,9%) e em volume (entre -12,2% e -1,6%). Com efeito, no TOP5 companhias em valor, à exceção da NAOS e dos Laboratoires Uriage que apresentam respetivamente crescimentos em setembro'20 face ao mês homólogo de +4,5% e +4,8%, mantém-se neste segmento a dinâmica de vendas bastante inferiores às do ano homólogo. O TOP 5 representa, em MAT set'20 em valor, 51,1% e, em volume, 48,8%.

COPYRIGHT © 2020 HEALTH MARKET RESEARCH. ALL RIGHTS RESERVED

PUBLICADO EM 14 DE OUTUBRO DE 2020

Consumer Healthcare Market | TOPs (2/2)

Patient Care em valor

MAT Setembro 2020

	HMR3	M€	Q.M.	Var.
1	H26.4.4. - Glicemia	47,9	16,4%	-3,3%
2	H26.4.11. - Medição glicose flash	28,0	9,6%	45,2%
3	H07.1.1. - Lubrificantes e lágrimas artificiais	18,9	6,5%	4,5%

Patient Care em unidades

MAT Setembro 2020

	HMR3	M uni.	Q.M.	Var.
1	H26.4.4. - Glicemia	2,7	8,6%	-1,4%
2	H22.2.1. - Antisépticos e desinfectantes	2,4	7,6%	188,0%
3	H20.3.3. - Máscaras	1,6	5,2%	1042,0%

Nutrition em valor

MAT Setembro 2020

	HMR3	M€	Q.M.	Var.
1	H13.4.6. - Alimentação específica para doenças metabólicas	3,9	11,9%	6,1%
2	H14.6.11. - Leite Confort	3,7	11,5%	16,4%
3	H14.6.1. - Leite Regular	3,5	10,7%	-2,2%

Nutrition em unidades

MAT Setembro 2020

	HMR3	M uni.	Q.M.	Var.
1	H13.3.1. - Substitutos de Refeições	0,3	14,0%	-10,8%
2	H14.2.1. - Papas	0,3	10,9%	-7,9%
3	H14.6.1. - Leite Regular	0,3	10,8%	-2,4%

Homeopathy em valor

MAT Setembro 2020

	HMR3	M€	Q.M.	Var.
1	H10.1.1. - Anti-Inflamatórios e Anti-Reumáticos	0,14	15,9%	-14,6%
2	H03.2.1. - Preparações imunológicas e anti-oxidantes	0,12	13,3%	-8,0%
3	H02.2.1. - Tranquilizantes Adulto	0,09	10,1%	-6,0%

Homeopathy em unidades

MAT Setembro 2020

	HMR3	M uni.	Q.M.	Var.
1	H10.1.1. - Anti-Inflamatórios e Anti-Reumáticos	0,03	20,2%	-13,1%
2	H02.2.1. - Tranquilizantes Adulto	0,01	8,8%	2,0%
3	H04.1.2. - Digestivos incluindo enzimas	0,01	8,5%	-18,7%

PATIENT CARE

Tomando o TOP 5 das companhias em valor no MAT set'20 - Abbott Diabetes Care, GSK Consumer Healthcare, Lifescan, Ascensia Diabetes Care e Roche Sistemas de Diagnóstico - a líder Abbott Diabetes Care reforça esta liderança com um crescimento de +17,2% em volume e de +29,6% em valor, face a setembro de 2019. O TOP 5 representa, no referido MAT setembro 2020 12,6% em volume e 27,5% em valor.

NUTRITION

No TOP 5 das companhias em MAT setembro 2020 em valor - Nestlé Portugal, Nutricia, Milupa, Alter e Farmodietica - a Nestlé Portugal reforça este mês a liderança do ranking de companhias. Neste mês face a igual período do ano passado cresce +2,0% em valor e +2,6% em volume. O TOP 5 representa 81,3% do Sell Out em volume e 77,5% em valor, no referido MAT setembro de 2020.

HOMEOPATHY

Apesar da tendência de perda deste segmento em termos relativos em valor (-3,1% face ao mês homólogo), regista-se em setembro um incremento de +7,1% no Sell Out em valor face a agosto.

A classe terapêutica líder apresenta perdas em valor de -14,6% e em volume de -13,1% face a setembro de 2019.

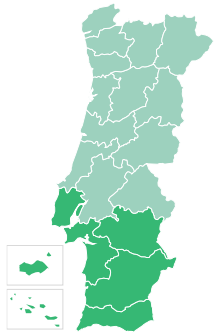
COPYRIGHT © 2020 HEALTH MARKET RESEARCH. ALL RIGHTS RESERVED

PUBLICADO EM 14 DE OUTUBRO DE 2020

Consumer Healthcare Market – Maiores Variações Absolutas

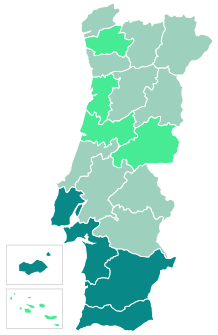
OTC | MAT Setembro 2020

	Distrito	Var. €
1	Castelo Branco	5,9%
2	R.A. Açores	3,0%
3	Portalegre	2,9%
	...	
18	Bragança	-2,5%
19	Guarda	-2,7%
20	Faro	-6,4%



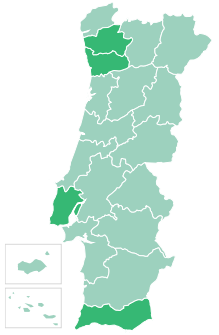
Supplements | MAT Setembro 2020

	Distrito	Var. €
1	R.A. Açores	11,9%
2	R.A. Madeira	10,6%
3	Castelo Branco	7,7%
	...	
18	Faro	-0,1%
19	Viana do Castelo	-1,6%
20	Bragança	-2,9%



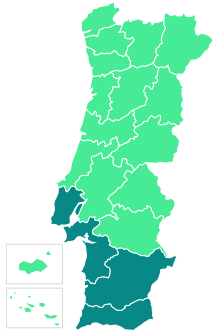
Personal Care | MAT Setembro 2020

	Distrito	Var. €
1	Santarém	5,8%
2	R.A. Açores	5,8%
3	R.A. Madeira	3,7%
	...	
18	Bragança	-9,0%
19	Lisboa	-10,7%
20	Faro	-14,7%



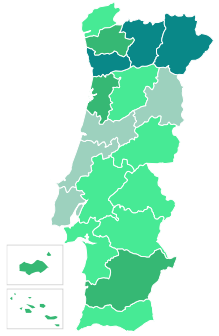
Patient Care | MAT Setembro 2020

	Distrito	Var. €
1	Portalegre	21,2%
2	Castelo Branco	12,6%
3	R.A. Madeira	12,4%
	...	
18	Viana do Castelo	5,2%
19	Guarda	4,9%
20	Faro	-0,9%



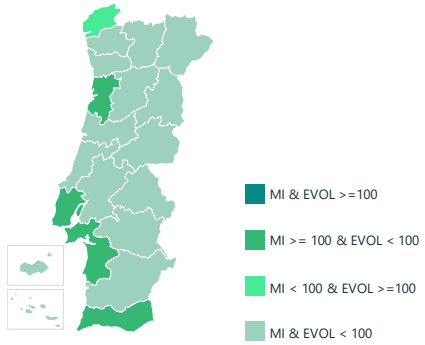
Nutrition | MAT Setembro 2020

	Distrito	Var. €
1	Portalegre	33,2%
2	Castelo Branco	27,2%
3	Vila Real	22,2%
	...	
18	Leiria	0,3%
19	Lisboa	-3,5%
20	Beja	-5,0%



Homeopathy | MAT Setembro 2020

	Distrito	Var. €
1	Viana do Castelo	1,7%
2	Setúbal	0,9%
3	Aveiro	0,8%
	...	
18	Portalegre	-38,1%
19	R.A. Açores	-47,4%
20	Bragança	-51,4%



O distrito de Castelo Branco encontra-se presente no ranking (TOP3) de ganhos relativos em valor no acumulado dos últimos 12 meses em todos os segmentos com exceção do Personal Care e da Homeopatia. As Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira, por outro lado, mostram crescimentos superiores no segmento Suplementos, respetivamente com +11,9% e +10,6%.

Os distritos de Bragança, Faro e Guarda, em oposição, registam perdas ou crescimento reduzido se comparado com o verificado noutros distritos em praticamente todos os segmentos.

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 segmentos OTC, Suplementos e Personal Care.

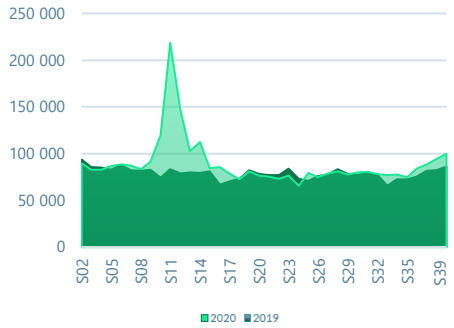
COPYRIGHT © 2020 HEALTH MARKET RESEARCH. ALL RIGHTS RESERVED

PUBLICADO EM 14 DE OUTUBRO DE 2020

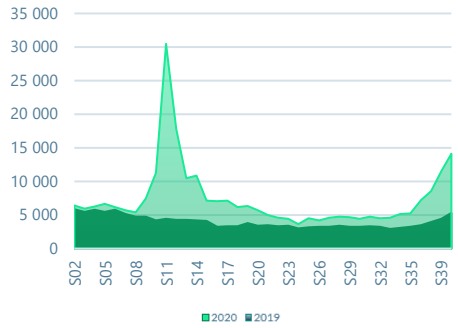
Análise extra – Regresso à Atividade e Preparação do Inverno

Evolução semanal de vendas Sell-Out (SO Units)
Classes de Produtos sazonais de Inverno
Semana 2 – Semana 39

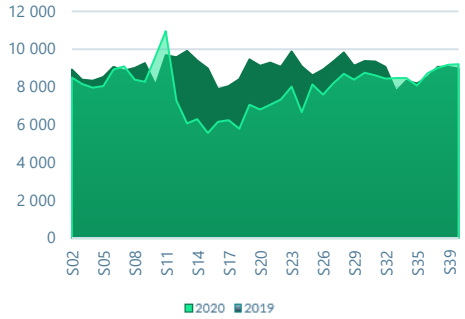
H05.2.3. - Vitamina C, H05.2.4. - Vitamina C em associação



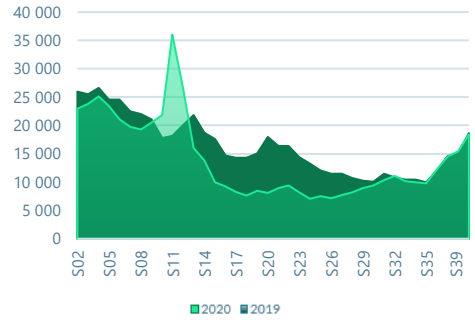
H03.2.1. - Preparações imunológicas e anti-oxidantes



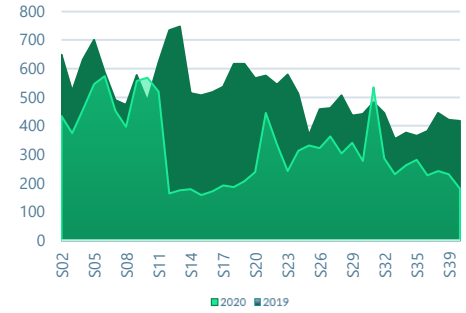
H05.3. - Tónicos Físicos e Intelectuais



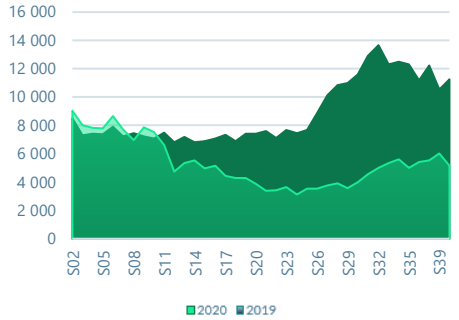
H01.3.1. - Preparações nasais de água do mar



H13.7. - Produto para desportistas



H09.1.17. - Antiparasitário capilar



NOTA: As Classes de Produtos Sazonais de Inverno representa um conjunto de classes HMR definida para este propósito.

COPYRIGHT © 2020 HEALTH MARKET RESEARCH. ALL RIGHTS RESERVED

Setembro é o mês que normalmente marca o regresso ao trabalho e à escola. Para muitos é também tempo de começar a preparar o inverno, nomeadamente através de suplementação de reforço do sistema imunitário.

Em contexto pandémico o aumento do Sell Out de alguns produtos sazonais de inverno nas farmácias apresenta uma dinâmica mais marcada face ao ano anterior.

Esta tendência é particularmente evidente nas classes de produtos de reforço do sistema imunitário, sejam eles a vitamina C isolada ou em associação com minerais, ou ainda outras preparações imunológicas e anti-oxidantes. No mês de setembro de 2020 estas duas classes registaram um aumento de Sell Out Units de +85,1% e +141,8%, respetivamente face a setembro homólogo.

O Sell Out de tónicos físicos e intelectuais manifesta uma recuperação gradual desde o período de confinamento (o Estado de Emergência vigorou entre as semanas 12 e 19 de 2020), encontrando-se em setembro de 2020 em linha com o verificado no ano homólogo (+1,3%).

As preparações nasais de água do mar normalizaram também este mês o volume de Sell Out face ao ano homólogo (+0,6%).

De entre os produtos potencialmente associados ao regresso à atividade desportiva e à escola foram analisadas as classes de produtos para desportistas e antiparasitários capilares. O Sell Out destas classes reflete um forte impacto do período de confinamento.

Destaca-se de forma particular a diminuição acentuada do Sell Out Units de antiparasitários capilares face ao ano homólogo, com uma redução na semana 39 de 2020 de -14,5% face à semana anterior (-54,3% face à semana homóloga). O cumprimento das normas preventivas de distanciamento social exigidas também a nível escolar pode justificar esta redução acentuada.

PUBLICADO EM 14 DE OUTUBRO DE 2020

FICHA TÉCNICA

MARKET WATCH PORTUGAL – SETEMBRO 2020

Âmbito
Evolução mensal do Mercado de Farmácia em Portugal

Periodicidade
Mensal

Períodos Analisados
Anos Móveis - MAT Setembro/19 e MAT Setembro /20
Meses - Outubro/19 a Setembro/20

Variáveis de estudo
Sell-Out (SO) – 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).

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

Painel farmácia HMR
Este relatório referente ao mês de setembro teve por base um painel de 2.449 farmácias num total de 2.906 pertencentes ao Universo considerado no estudo HMR. Foram consideradas todas as farmácias do continente e ilhas com venda ao público. Cobertura numérica = 84%.

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 comparticipados 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.

• 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.

COPYRIGHT © 2020 HEALTH MARKET RESEARCH. ALL RIGHTS RESERVED

PUBLICADO EM 9 DE SETEMBRO DE 2020

FICHA TÉCNICA

MARKET WATCH PORTUGAL – SETEMBRO 2020

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 + Var do produto%) / (1 + Var do Mercado%) X 100

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

  MI = (MS% Distrito) / (MS% Nacional) X 100

COPYRIGHT © 2020 HEALTH MARKET RESEARCH. ALL RIGHTS RESERVED

PUBLICADO EM 9 DE SETEMBRO DE 2020

HMR health market research

Knowledge for better health