

Market Watch Portugal

Novembro 2020

No mês de Novembro registou-se um **decréscimo de -0,4% no Sell-Out em valor** e uma **variação de -3,2% em unidades** face ao mesmo mês do ano anterior (período homólogo).

HMR mantém **estimativa de fecho do mercado CHC em 1.082 M€**.

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 us 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.

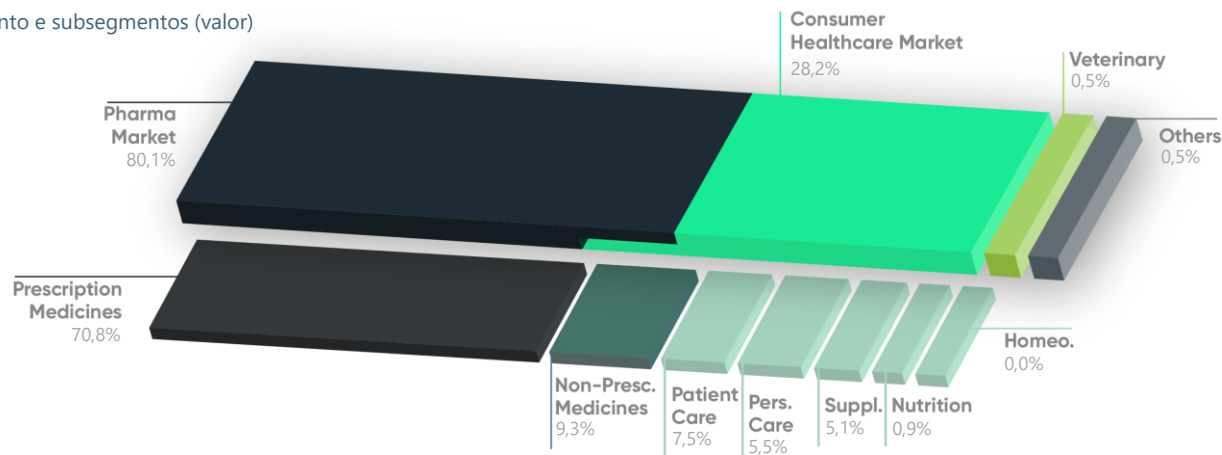


Mercado Total

Dinâmica do canal Farmácia

Novembro 2020

Peso por segmento e subsegmentos (valor)



Dinâmica do canal Farmácia

Por segmento

	Novembro 2020					
	VALOR			VOLUME		
	M€	Q.M.	VARIAÇÃO	M UNID.	Q.M.	VARIAÇÃO
Mercado Total	306,3 €	100,0%	-0,4%	26,4	100,0%	-3,2%
Pharma Market	245,4 €	80,1%	-0,9%	21,5	81,5%	-4,3%
Consumer Healthcare	86,4 €	28,2%	-4,5%	7,7	29,0%	-8,3%
Others	1,4 €	0,5%	9,6%	0,3	1,2%	3,7%
Veterinary	1,6 €	0,5%	17,7%	0,1	0,5%	13,0%

	MAT Novembro 2020					
	VALOR			VOLUME		
	M€	Q.M.	VARIAÇÃO	M UNID.	Q.M.	VARIAÇÃO
Mercado Total	3 695,9 €	100,0%	2,1%	327,1	100,0%	0,1%
Pharma Market	2 941,9 €	79,6%	2,4%	264,0	80,7%	-0,9%
Consumer Healthcare	1 095,6 €	29,6%	-1,0%	102,8	31,4%	-0,5%
Others	14,5 €	0,4%	-2,0%	2,8	0,8%	-12,2%
Veterinary	24,6 €	0,7%	13,2%	1,8	0,6%	7,4%

Em Novembro registou-se um decréscimo de -0,4% no Sell-Out em valor e uma variação de -3,2% em unidades face ao mesmo mês do ano anterior (período homólogo). Em valor, em termos absolutos, esta variação é mais marcada no segmento Consumer Healthcare, com um decréscimo de -4,5% de Sell-Out (valor), correspondendo a uma redução de -4,10M€ e uma variação de -697.677 unidades (-8,3%).

Salienta-se que a queda no Sell-Out do segmento Consumer Healthcare tem vindo a aumentar não apenas face ao período homólogo como também face aos meses precedentes (-8,6% Sell-Out em unidades no mês de Nov'20 face a Out'20).

O segmento Pharmaceutical apresenta igualmente perdas face ao mês homólogo tanto em valor como em volume (respetivamente -0,9% e -4,3%).

O comportamento do mercado nos últimos 12 meses (MAT Novembro 2020), por outro lado, mantém-se positivo face ao homólogo tanto em valor (+2,1%), como em volume (+0,1%).

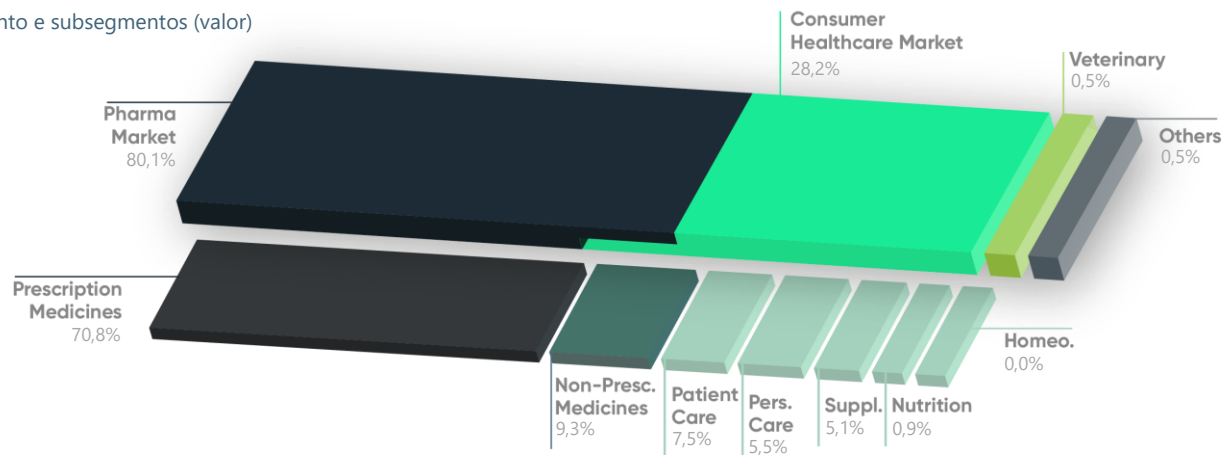
O MAT Novembro 2020 é, no entanto, o primeiro em que o segmento Pharmaceutical apresenta uma redução de Sell-Out em unidades face ao homólogo (-0,9%), o que pode refletir a contração deste segmento. No segmento Consumer Healthcare esta redução no acumulado dos últimos 12 meses aumentou também, representando agora -1,0% em valor e -0,5% em unidades.

Mercado Total

Dinâmica do canal Farmácia

Novembro 2020

Peso por segmento e subsegmentos (valor)



Dinâmica do canal Farmácia

Por subsegmentos

	Novembro 2020						MAT Novembro 2020					
	VALOR			VOLUME			VALOR			VOLUME		
	ME	Q.M.	VARIAÇÃO	M UNID.	Q.M.	VARIAÇÃO	ME	Q.M.	VARIAÇÃO	M UNID.	Q.M.	VARIAÇÃO
Mercado Total	306,3 €	100,0%	-0,4%	26,4	100,0%	-3,2%	3 695,9 €	100,0%	2,1%	327,1	100,0%	0,1%
Prescription Medicines	216,9 €	70,8%	1,1%	18,3	69,3%	-1,1%	2 561,1 €	69,3%	3,4%	219,6	67,2%	0,5%
Branded	165,2 €	53,9%	0,5%	11,2	42,5%	-2,2%	1 947,7 €	52,7%	3,3%	134,3	41,1%	-0,5%
Generic	51,7 €	16,9%	3,0%	7,1	26,9%	0,6%	613,3 €	16,6%	3,5%	85,4	26,1%	2,2%
Non Prescription (OTC)	28,4 €	9,3%	-13,8%	3,2	12,1%	-19,3%	380,8 €	10,3%	-4,0%	44,4	13,6%	-7,5%
Branded	27,2 €	8,9%	-13,9%	3,0	11,3%	-19,6%	363,8 €	9,8%	-3,6%	41,5	12,7%	-7,6%
Generic	1,3 €	0,4%	-12,3%	0,2	0,8%	-14,0%	17,0 €	0,5%	-10,5%	2,9	0,9%	-6,4%
Homeopathy	0,1 €	0,0%	-15,0%	0,0	0,0%	-19,9%	0,9 €	0,0%	-14,0%	0,1	0,0%	-14,4%
Nutrition	2,6 €	0,9%	-3,0%	0,2	0,7%	-9,3%	32,4 €	0,9%	2,4%	2,3	0,7%	-7,9%
Patient Care	23,0 €	7,5%	2,4%	2,3	8,8%	8,4%	293,1 €	7,9%	6,8%	31,9	9,8%	18,1%
Personal Care	16,7 €	5,5%	-4,9%	1,1	4,2%	-9,8%	211,5 €	5,7%	-8,7%	14,3	4,4%	-11,1%
Supplements	15,5 €	5,1%	6,1%	0,9	3,2%	3,2%	176,9 €	4,8%	3,3%	9,8	3,0%	2,2%
Others	1,4 €	0,5%	9,6%	0,3	1,2%	3,7%	14,5 €	0,4%	-2,0%	2,8	0,8%	-12,2%
Veterinary	1,6 €	0,5%	17,7%	0,1	0,5%	13,0%	24,6 €	0,7%	13,2%	1,8	0,6%	7,4%

Ao nível do Pharma Market constatamos uma ligeira redução (-1,1%) no no Sell-Out em unidades do subsegmento de Prescription Medicines face a igual mês do ano passado. No subsegmento de Non Prescription Medicines assinala-se um decréscimo acentuado em valor (-13,8%) e em volume (-19,3%) face ao Novembro homólogo.

Ao nível do Prescription Medicines, o subsegmento de Branded apresenta um decréscimo de -2,2% em volume, e um ligeiro aumento de +0,5% em valor face ao mês homólogo.

O subsegmento de Generic apresenta crescimentos residuais quer em volume, quer em valor, com aumentos de respetivamente +0,6% e +3,0% face ao mês homólogo.

O segmento Supplements apresenta ganhos em Sell-Out face a Novembro'19, com um crescimento de +6,1% em valor, e +3,2% em volume. Este crescimento está associado à dinâmica da classe dos produtos usados para o reforço do sistema imunitário.

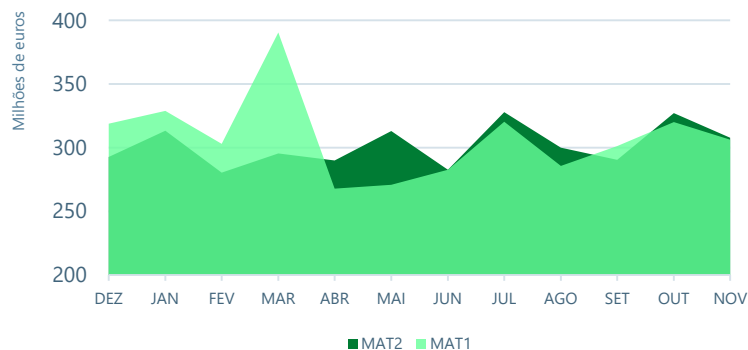
O Sell-Out em volume no segmento Patient Care, mantém a mesma tendência positiva (+8,4%), sendo a classe dos dispositivos médicos usados na prevenção individual do contágio da infeção por SARS-CoV-2 a principal responsável por este comportamento. Neste âmbito incluem-se as máscaras, luvas e desinfetantes de base alcoólica com um crescimento de +347% em volume face a Novembro'19.

Comparativamente com o mês anterior (Outubro'20), verifica-se uma desaceleração do Sell-Out em unidades em Novembro'20 (-31,0%, +12,1% e -13,8%, respetivamente nas máscaras, luvas e desinfetantes de base alcoólica).

Mercado Total

Evolução mensal em valor

Dezembro 2019 – Novembro 2020



Companhias em valor

TOP 5

Novembro 2020

Companhia	M€	Q.M.	Var.
1 Mylan	14,76 €	4,82%	3,2%
2 MSD	11,27 €	3,68%	0,2%
3 Teva	10,27 €	3,35%	0,5%
4 Generis	10,17 €	3,32%	-0,3%
5 Bayer	9,40 €	3,07%	-3,0%

Comparativamente com o mês de Novembro'19, o mercado apresenta um decréscimo de -0,4% e de -3,2%, respetivamente em valor e em volume.

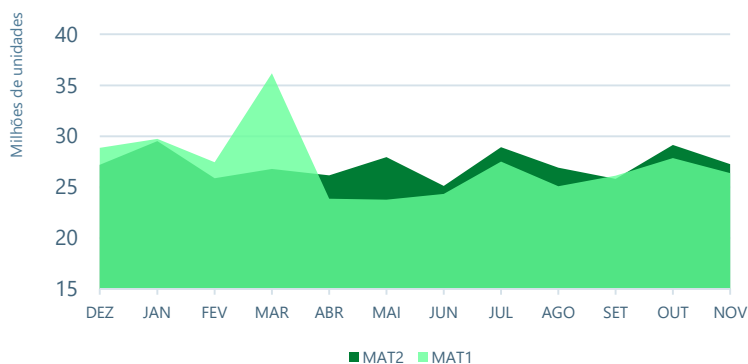
Com exceção da Mylan, MSD e Teva, as companhias do Top 5 em valor apresentam no mês de Novembro perdas comparativamente ao mesmo mês do ano anterior.

Estas 3 companhias, bem como a Generis apresentam uma dinâmica menos negativa face à registada no mercado (versus período homólogo).

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 +3,2% em valor e de +0,3% em volume face a Novembro de 2019, apresentando uma tendência de incremento mais marcada do que a do mercado, em valor e volume.

Evolução mensal em volume

Dezembro 2019 – Novembro 2020



Companhias em volume

TOP 5

Novembro 2020

Companhia	M Unid	Q.M.	Var.
1 Mylan	1,8	6,98%	0,3%
2 Generis	1,6	6,14%	0,5%
3 Teva	1,4	5,44%	-4,4%
4 Bene Farmacêutica	1,0	3,66%	2,4%
5 Sanofi	0,8	3,21%	-9,9%

Do Top 5 de companhias em volume, podemos verificar que a Mylan, a Generis e a Bene Farmacêutica apresentam uma dinâmica acima da registada no mercado (versus período homólogo).

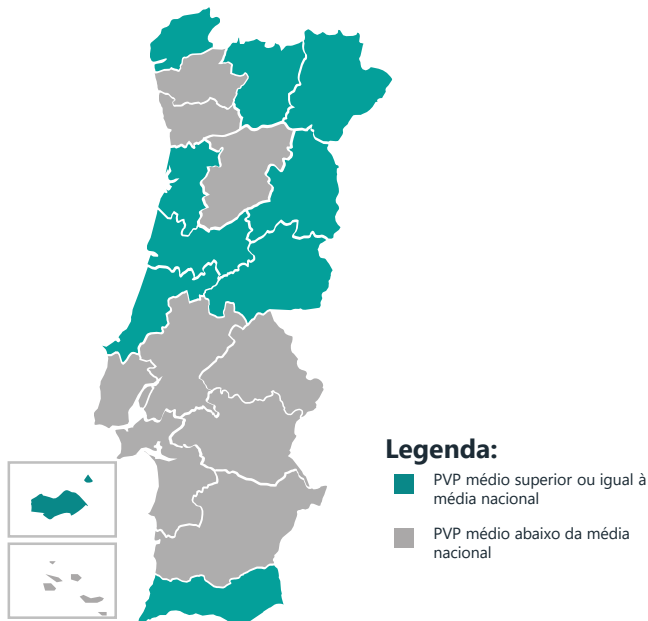
Mercado Total

Faturação e Variação do canal Farmácia

Segmentos de mercado

	Novembro 2020		MAT Novembro 2020	
	PREÇO MÉDIO	VARIAÇÃO	PREÇO MÉDIO	VARIAÇÃO
Mercado Total	11,42 €	3,61%	11,14 €	3,32%
Prescription Medicines	11,86 €	2,27%	11,66 €	2,85%
Branded	14,74 €	2,75%	14,51 €	3,89%
Generic	7,30 €	2,48%	7,18 €	1,28%
Non Prescription (OTC)	8,89 €	6,70%	8,58 €	3,81%
Branded	9,08 €	7,07%	8,77 €	4,25%
Generic	6,15 €	1,99%	5,94 €	-4,36%
Homeopathy	6,96 €	6,13%	6,79 €	0,42%
Nutrition	14,30 €	6,91%	13,86 €	11,24%
Patient Care	9,97 €	-5,52%	9,19 €	-9,60%
Personal Care	15,20 €	5,36%	14,82 €	2,75%
Supplements	18,12 €	2,73%	18,06 €	1,14%
Others	4,50 €	5,70%	5,25 €	11,55%
Veterinary	13,26 €	4,20%	13,38 €	5,37%

Visão Geral



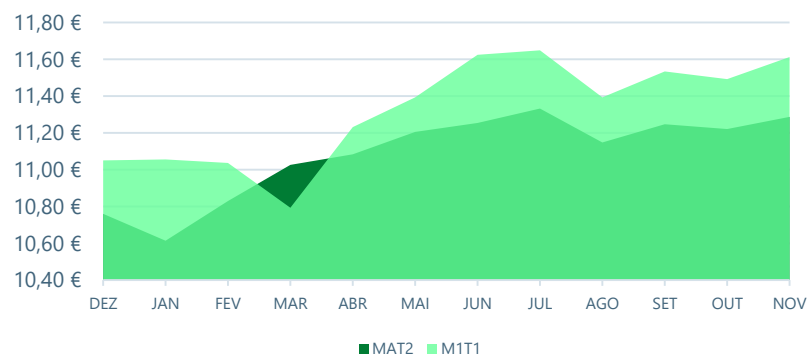
O segmento de medicamentos de marca (Branded) regista um crescimento de +2,8% no PVP médio face a Novembro homólogo. Esta variação de preços pode estar relacionada com o aumento de penetração de medicamentos inovadores para patologias crónicas cujo PVP médio é superior à média dos medicamentos Branded. Também nos OTC de marca se observa um aumento médio de +7,1% no PVP médio face ao mês homólogo.

Verifica-se a tendência oposta no segmento Patient Care – decréscimo de -5,5% no PVP médio – pode ser explicada pelo aumento excepcional 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.

Evolução mensal do PVP médio

Dezembro 2019 – Novembro 2020



Distritos

Maiores variações relativas em PVP
MAT Novembro 2020

Distrito	PVP	Var.
1 R.A. Açores	11,08 €	3,53%
2 Faro	11,49 €	3,03%
3 R.A. Madeira	11,55 €	2,97%
...		
18 Guarda	11,54 €	1,26%
19 Viseu	11,23 €	1,19%
20 Castelo Branco	11,43 €	0,90%

Mercado Total

Análise de PVP médio por escalões de preços

ESCALÃO	Pharma Market				Prescription Branded				Prescription Generic			
	Novembro 2020		MAT Novembro 2020		Novembro 2020		MAT Novembro 2020		Novembro 2020		MAT Novembro 2020	
	PVP MÉDIO	VARIAÇÃO	PVP MÉDIO	VARIAÇÃO	PVP MÉDIO	VARIAÇÃO	PVP MÉDIO	VARIAÇÃO	PVP MÉDIO	VARIAÇÃO	PVP MÉDIO	VARIAÇÃO
1	4,38 €	-0,01%	4,39 €	0,14%	4,28 €	-1,05%	4,32 €	-0,31%	4,33 €	0,86%	4,31 €	0,18%
2	8,44 €	2,19%	8,39 €	1,85%	8,47 €	0,54%	8,47 €	0,59%	8,71 €	-0,09%	8,71 €	-0,34%
3	11,87 €	0,59%	11,94 €	0,64%	11,99 €	-0,52%	12,20 €	-0,01%	11,87 €	0,02%	11,84 €	-0,33%
4	18,68 €	-1,21%	18,77 €	-0,37%	19,00 €	-2,56%	19,07 €	-1,11%	18,37 €	-0,29%	18,33 €	-0,61%
5	43,71 €	-0,02%	43,08 €	-0,68%	44,19 €	-0,06%	43,51 €	-0,72%	38,31 €	0,27%	38,08 €	-0,56%
6	92,61 €	-2,72%	92,97 €	-2,32%	92,65 €	-2,79%	93,06 €	-2,36%	86,10 €	12,63%	79,02 €	3,57%
Mercado Total			11,04 €	2,39%	14,74 €	2,75%	14,51 €	3,90%	7,30 €	2,48%	7,19 €	1,30%

ESCALÃO	Non Prescription Branded				Non Prescription Generic			
	Novembro 2020		MAT Novembro 2020		Novembro 2020		MAT Novembro 2020	
	PVP MÉDIO	VARIAÇÃO	PVP MÉDIO	VARIAÇÃO	PVP MÉDIO	VARIAÇÃO	PVP MÉDIO	VARIAÇÃO
1	5,17 €	3,30%	5,09 €	2,60%	4,18 €	-2,61%	4,25 €	-1,77%
2	8,13 €	4,25%	8,03 €	4,33%	7,56 €	2,50%	7,49 €	3,00%
3	11,50 €	4,11%	11,52 €	3,38%	12,85 €	0,23%	12,85 €	0,82%
4	18,00 €	3,16%	18,27 €	2,63%	18,60 €	-3,49%	18,84 €	-0,53%
5	40,56 €	1,16%	40,33 €	1,28%	44,67 €	7,33%	42,44 €	21,68%
6	93,50 €	4,70%	86,26 €	6,76%				
Mercado Total	9,08 €	7,07%	8,77 €	4,25%			5,94 €	-4,35%

É o escalão 2 que apresenta as variações positivas de PVP médio face a Nov'19 mais expressivas – um aumento de +2,2% no global do escalão, +4,3% nos medicamentos não sujeitos a receita médica (MNSRM) de marca, +2,5% nos MNSRM genéricos, +0,5% nos medicamentos sujeitos a receita médica (MSRM) de marca, e um ligeiro decréscimo de -0,1% nos MSRM genéricos.

De salientar também no escalão 6 a diminuição de -2,8% no PVP médio dos medicamentos sujeitos a receita médica (MSRM) de marca e o crescimento de +12,6% no PVP médio dos MSRM genéricos face a Nov'19.

Na análise mensal de entrada de novos produtos destaca-se o contributo do escalão 5 que associado a 7,9% do total de entradas (#6 referências) no mês de Nov'20, representa neste período 72,1% e 35,6% do Sell-Out respetivamente em valor e unidades dos novos produtos.

Análise de entrada de novos produtos

ESCALÃO	Novembro 2020						MAT Novembro 2020					
	VALOR		VOLUME			# NOVOS PRODUTOS	VALOR		VOLUME			# NOVOS PRODUTOS
	€	Q.M.	UNID.	Q.M.	€		Q.M.	UNID.	Q.M.			
1	1 596 €	0,00%	511	0,00%	31	2 082 798 €	0,33%	446 361	0,31%	576		
2	136 €	0,00%	16	0,00%	10	3 241 172 €	0,78%	387 814	0,79%	209		
3	12 383 €	0,05%	962	0,04%	12	2 090 352 €	0,70%	169 382	0,68%	132		
4	596 €	0,00%	31	0,00%	15	14 159 053 €	3,03%	723 659	2,91%	183		
5	39 251 €	0,06%	845	0,05%	6	3 959 588 €	0,51%	94 541	0,52%	103		
6	486 €	0,00%	6	0,00%	2	2 424 124 €	0,69%	22 299	0,59%	41		
TOTAL	54 447 €	0,02%	2 371	0,01%	76	27 957 087 €	0,95%	1 844 116	0,70%	1 244		

Pharma Market

ATC3 em valor | TOP 5 em MAT Novembro 2020

ATC3	M€	Q.M.	Var.
1 A10N - Antidiabéticos inibidores da DPP-IV	168,9	5,74%	0,35%
2 B01F - Inibidores directos do Factor Xa	152,9	5,20%	13,36%
3 N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor	114,1	3,88%	5,74%
4 C10A - Reguladores do colesterol e triglicérideos	111,4	3,79%	4,32%
5 C09D - Associações de antagonistas da angiotensina-II	102,4	3,48%	10,31%

ATC3 em unidades | TOP 5 em MAT Novembro 2020

ATC3	M Unid	Q.M.	Var.
1 N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos	25,4	9,64%	6,83%
2 C10A - Reguladores do colesterol e triglicérideos	13,1	4,97%	7,14%
3 N05C - Ansiolíticos	11,1	4,22%	0,32%
4 N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor	10,8	4,10%	6,57%
5 A02B - Antiulcerosos	8,7	3,30%	1,33%

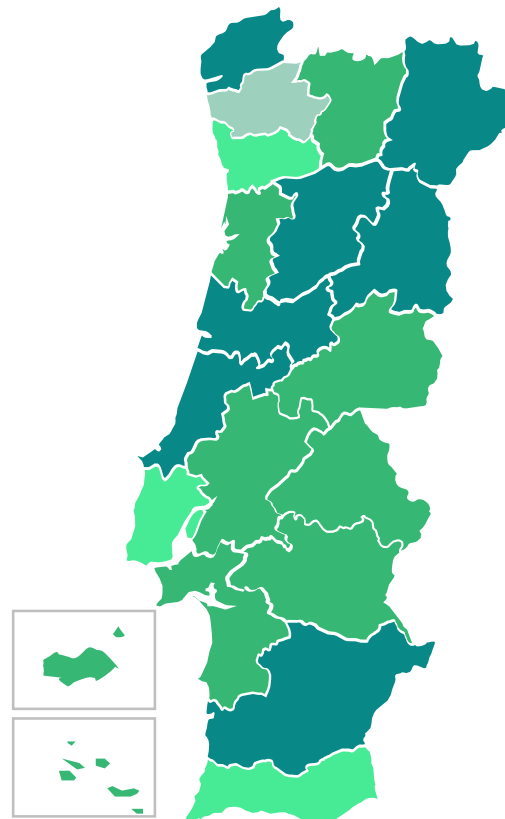
ATC3 - maiores variações absolutas em valor | MAT Novembro 2020

ATC3	Var. Abs. M€	Var.
1 A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	23,93	42,22%
2 B01F - Inibidores directos do Factor Xa	18,02	13,36%
3 A10S - Agonista do GLP-1	10,90	32,36%
...		
243 J01C - Penicilinas de largo espectro	-5,12	-21,64%
244 M01A - Antireumáticos não esteróides	-5,71	-10,15%
245 R05C - Expectorantes	-5,92	-23,48%

ATC3 - maiores variações absolutas em unidades | MAT Novembro 2020

ATC3	Var. Abs. M Unid	Var.
1 N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos	1,63	6,83%
2 C10A - Reguladores do colesterol e triglicérideos	0,87	7,14%
3 N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor	0,67	6,57%
...		
243 R05C - Expectorantes	-0,75	-24,56%
244 J01C - Penicilinas de largo espectro	-0,79	-20,68%
245 M01A - Antireumáticos não esteróides	-1,14	-12,26%

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 Nov'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 5,7% e um crescimento de +0,4% 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 (+13,4%, +18,02M€).

No que respeita ao Sell-Out em volume, salienta-se o crescimento de +6,8% da classe "N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos", os quais representam 9,6% do volume do mercado Pharmaceutical (25,4M Unid).

Salienta-se ainda o decréscimo acentuado de Sell-Out registado na classe "J01C - Penicilinas de largo espectro" tanto em valor (-21,6%, -5,12M€), como em volume (-20,7%, -0,79M unidades).

A redução significativa da prescrição de antibióticos (penicilinas e outros) registada este ano parece ser reflexo do conjunto de medidas de higiene e saúde pública que, desde Março de 2020 têm condicionado o dia-a-dia de todos. Se por um lado temos estado menos expostos a agentes infecciosos - não só pelo uso de máscara, luvas e desinfetantes de mãos, como ainda pela diminuição dos contactos sociais -, por outro verifica-se uma redução substancial 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 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.

Pharma Market | Branded

ATC3 em valor | TOP 5 em MAT Novembro 2020

ATC3	M€	Q.M.	Var.
1 A10N - Antidiabéticos inibidores da DPP-IV	168,9	7,31%	0,35%
2 B01F - Inibidores directos do Factor Xa	152,9	6,61%	13,36%
3 N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos	81,2	3,51%	4,63%
4 A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	80,6	3,49%	42,22%
5 A10C - Insulinas humanas e análogos	77,8	3,36%	3,36%

ATC3 em unidades | TOP 5 em MAT Novembro 2020

ATC3	M Unid	Q.M.	Var.
1 N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos	19,2	10,95%	4,95%
2 N05C - Ansiolíticos	7,8	4,43%	2,64%
3 B01C - Inibidores da agregação plaquetária	6,1	3,45%	1,78%
4 M01A - Antireumáticos não esteróides	5,0	2,86%	-12,25%
5 R06A - Anti-histamínicos sistémicos	4,1	2,32%	-8,57%

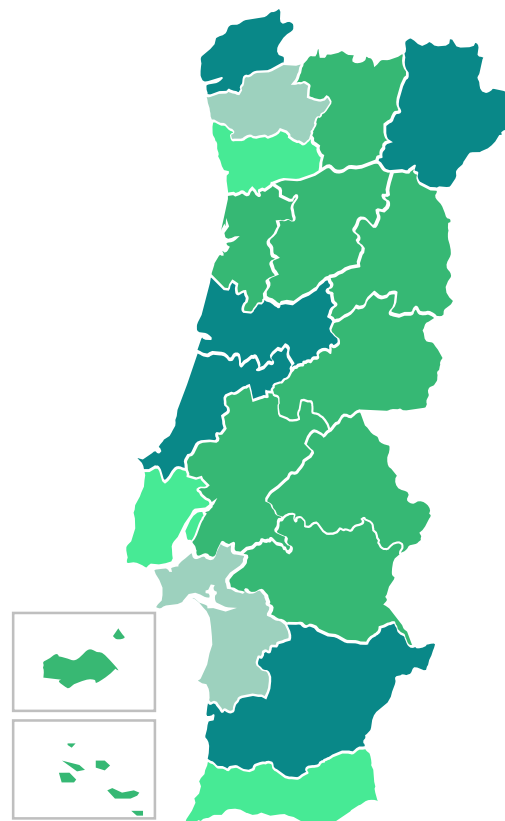
ATC3 - maiores variações absolutas em valor | MAT Novembro 2020

ATC3	Var. Abs. M€	Var.
1 A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	23,93	42,22%
2 B01F - Inibidores directos do Factor Xa	18,02	13,36%
3 A10S - Agonista do GLP-1	10,90	32,36%
...		
242 G04C - Produtos para a hipertrofia benigna da próstata	-3,87	-9,63%
243 M01A - Antireumáticos não esteróides	-4,07	-10,15%
244 R05C - Expectorantes	-5,07	-22,87%

ATC3 - maiores variações absolutas em unidades | MAT Novembro 2020

ATC3	Var. Abs. M Unid	Var.
1 N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos	0,91	4,95%
2 A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	0,55	45,12%
3 B01F - Inibidores directos do Factor Xa	0,32	17,72%
...		
242 R05A - Preparações para constipações sem anti-infecciosos	-0,57	-16,89%
243 R05C - Expectorantes	-0,61	-23,74%
244 M01A - Antireumáticos não esteróides	-0,70	-12,25%

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 +34,8M€ 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 -22,9%, -5,07M€ e de -23,7%, -0,61M unidades no MAT Novembro'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.

Pharma Market | Generic

DCI em valor | TOP 5 em MAT Novembro 2020

DCI	M€	Q.M.	Var.
1 Atorvastatina	31,1	4,93%	10,88%
2 Quetiapina	17,2	2,72%	11,52%
3 Omeprazol	15,1	2,40%	-0,16%
4 Rosuvastatina	15,1	2,40%	19,12%
5 Sinvastatina	15,0	2,39%	-5,47%

DCI em unidades | TOP 5 em MAT Novembro 2020

DCI	M Unid	Q.M.	Var.
1 Atorvastatina	5,5	6,27%	11,91%
2 Paracetamol	3,5	3,97%	26,94%
3 Sinvastatina	2,8	3,18%	-4,33%
4 Metformina	2,8	3,15%	0,82%
5 Pantoprazol	2,7	3,07%	5,55%

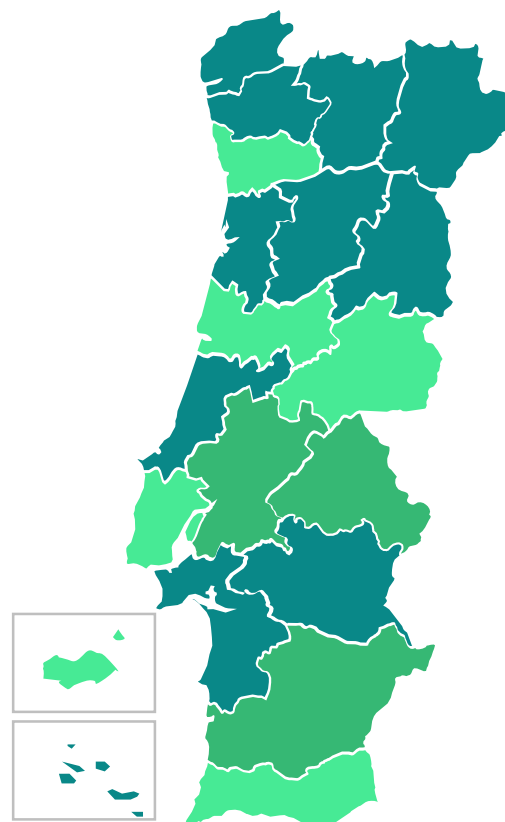
DCI - maiores variações absolutas em valor | MAT Novembro 2020

DCI	Var. Abs. M€	Var.
1 Atorvastatina	3,05	10,88%
2 Rosuvastatina	2,43	19,12%
3 Quetiapina	1,77	11,52%
...		
304 Azitromicina	-1,11	-27,61%
305 Amoxicilina + Ácido clavulânico	-1,15	-16,90%
306 Ranitidina	-1,41	-99,66%

DCI - maiores variações absolutas em unidades | MAT Novembro 2020

DCI	Var. Abs. M Unid	Var.
1 Paracetamol	0,74	26,94%
2 Atorvastatina	0,59	11,91%
3 Rosuvastatina	0,27	24,61%
...		
304 Amoxicilina + Ácido clavulânico	-0,20	-16,76%
305 Azitromicina	-0,23	-27,64%
306 Ibuprofeno	-0,29	-12,29%

Visão Geral Nacional



Legenda:

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

O TOP 5 de DCIs em valor representam 14,8% do mercado de Medicamentos Genéricos (MGs). A Atorvastatina, DCI com maior peso neste segmento (4,9% em valor e 6,3% em unidades), apresenta uma tendência de crescimento mais marcada em unidades +11,9% vs em valor +10,9% devido à opção de MGs e à erosão de preço que estes medicamentos têm sofrido.

As maiores variações absolutas em valor e unidades verificam-se nas DCIs referentes a antibióticos Azitromicina e Amoxicilina + Ácido clavulânico, que no conjunto perfazem perdas de -2,26M€ e -0,43M unidades no MAT Nov'20 face ao MAT homólogo.

Destaca-se também o peso da DCI Paracetamol, que representa 3,9% do mercado de Medicamentos Genéricos em volume, e aumentou +0,74M unidades (+26,9%) face ao MAT homólogo.

Numa análise territorial verifica-se que os distritos de Viana do Castelo, Braga, Vila Real, Bragança, Aveiro, Viseu, Guarda, Leiria, Setúbal e Évora 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.

Consumer Healthcare Market

Classe HMR3 em valor | TOP 5 em MAT Novembro 2020

HMR3	M€	Q.M.	Var.
1 H10.1.1. - Anti-Inflamatórios e Anti-Reumáticos	51,9	4,74%	-0,19%
2 H26.4.4. - Glicemia	47,6	4,34%	-2,82%
3 H08.1.1. - Tratamento e cuidado de pernas pesadas	34,2	3,12%	7,64%
4 H04.2.3. - Laxantes	30,8	2,81%	3,66%
5 H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos	29,4	2,68%	7,35%

Classe HMR3 em unidades | TOP 5 em MAT Novembro 2020

HMR3	M Unid	Q.M.	Var.
1 H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos	6,2	6,03%	5,16%
2 H10.1.1. - Anti-Inflamatórios e Anti-Reumáticos	3,8	3,73%	-5,27%
3 H04.2.3. - Laxantes	3,7	3,59%	-0,51%
4 H01.4.1. - Antigripais	3,0	2,89%	-16,74%
5 H01.2.1. - Inflamação Garganta	2,7	2,67%	-15,81%

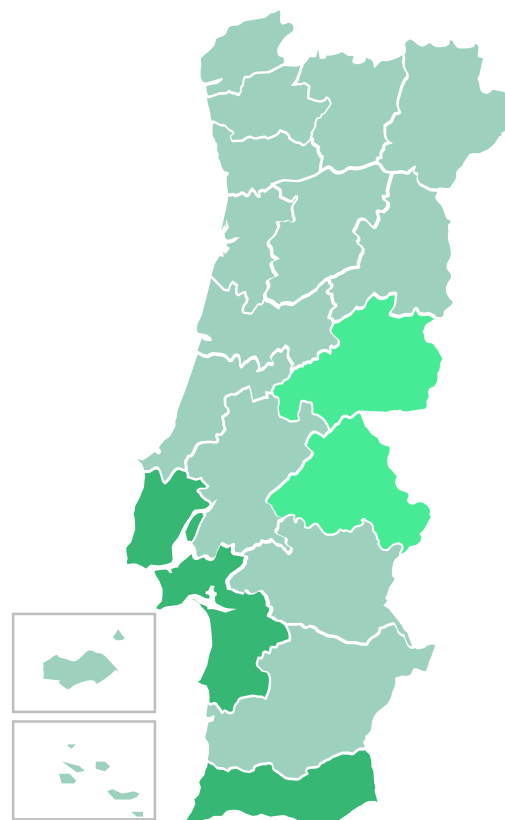
Classe HMR3 - maiores variações absolutas em valor | MAT Novembro 2020

HMR3	Var. Abs. M€	Var.
1 H26.4.11. - Medição glicose flash	8,68	42,07%
2 H09.1.4. - Desinfetante pele e anti-séptico	6,38	410,33%
3 H20.31.3. - Material descartável	5,70	760,21%
...		
492 H04.2.5. - Antidiarreicos	-4,09	-29,06%
493 H17.9.3. - Protector solar adulto	-4,19	-18,83%
494 H01.1.1. - Expectorantes	-5,21	-22,47%

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

HMR3	Var. Abs. M Unid	Var.
1 H22.2.1. - Antisépticos e desinfetantes	1,73	211,16%
2 H20.3.3. - Máscaras	1,67	1113,30%
3 H20.31.3. - Material descartável	1,55	780,69%
...		
492 H01.2.1. - Inflamação Garganta	-0,51	-15,81%
493 H01.4.1. - Antigripais	-0,60	-16,74%
494 H01.1.1. - Expectorantes	-0,68	-23,64%

Visão Geral Nacional



Legenda:

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

O TOP 5 de classes HMR3 em valor representam 17,7% 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%), mas regista um ligeiro decréscimo 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 (+42,1%, +8,68M€). 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 SARS-CoV-2, as quais apresentam um crescimento global de +12,08M€ face a Novembro'19.

No que respeita ao Sell-Out em volume, salienta-se o crescimento consistente de +5,2% 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 desinfetantes", "H20.3.3. - Máscaras" e "H20.31.3. - Material descartável" respetivamente com +1,73M, +1,67M e +1,55M unidades face ao MAT homólogo.

As classes "H04.2.5. - Antidiarreicos", "H017.9.3. - Protector solar adulto" e "H01.1.1. - Expectorantes" apresentam perdas assinaláveis de Sell-Out em valor (-4,09M€, -4,19M€ e -5,21M€). A redução das deslocações e dos contactos sociais, bem como 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).

Consumer Healthcare Market | TOPs (1/2)



OTCs em valor

MAT Novembro 2020

HMR3	M€	Q.M.	Var.
1 H10.1.1. - Anti-Inflamatórios e Anti-Reumáticos	47,8	12,56%	-0,06%
2 H08.1.1. - Tratamento e cuidado de pernas pesadas	30,0	7,88%	10,70%
3 H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos	29,3	7,70%	7,36%

Supplements em valor

MAT Novembro 2020

HMR3	M€	Q.M.	Var.
1 H05.1.1. - Multivitaminas com Minerais	24,7	13,95%	15,98%
2 H02.4.1. - Estimulante Cérebro e Memória	14,2	8,04%	-6,09%
3 H10.2.1. - Prevenção e/ou alívio de dores articulares	13,8	7,80%	2,49%

Personal Care em valor

MAT Novembro 2020

HMR3	M€	Q.M.	Var.
1 H16.4.1. - Anti envelhecimento e anti rugas mulher	24,6	11,62%	-7,93%
2 H17.9.3. - Protector solar adulto	17,5	8,26%	-18,98%
3 H09.1.11. - Dermite Atópica	10,4	4,92%	-2,12%

OTCs em unidades

MAT Novembro 2020

HMR3	M Unid	Q.M.	Var.
1 H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos	6,2	13,94%	5,18%
2 H10.1.1. - Anti-Inflamatórios e Anti-Reumáticos	3,5	7,99%	-5,48%
3 H04.2.3. - Laxantes	3,3	7,38%	-1,02%

Supplements em unidades

MAT Novembro 2020

HMR3	M Unid	Q.M.	Var.
1 H05.1.1. - Multivitaminas com Minerais	1,2	12,11%	13,29%
2 H05.4.1. - Suplementos Magnésio	0,6	6,36%	0,35%
3 H10.2.1. - Prevenção e/ou alívio de dores articulares	0,6	6,06%	0,50%

Personal Care em unidades

MAT Novembro 2020

HMR3	M Unid	Q.M.	Var.
1 H31.1.1. - Dentífrico para adultos	1,0	7,12%	-11,40%
2 H17.9.3. - Protector solar adulto	0,8	5,74%	-21,74%
3 H31.1.2. - Elixir para adultos	0,6	4,43%	-5,92%

OTC

No TOP 10 em valor de OTC a Servier, a Bayer e a Bene Farmacêutica são as companhias que apresentam um crescimento mais significativo no mês de Novembro'20 vs mês homólogo (crescimentos em valor de +16,3%, 4,4% e +9,2% respetivamente). No MAT Nov'20 assumem respetivamente a quarta, sexta 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 Nov'20 de 27,9% do total do segmento.

SUPPLEMENTS

Farmodiética mantém liderança no ranking do segmento, sendo que dentro do TOP 5 companhias - Farmodiética, Angelini, Perrigo, GSK Consumer Healthcare, e Silfarmaplus - a Perrigo é a companhia que apresenta o maior crescimento face ao mês homólogo, quer em valor, +31,7%, quer em volume, +28,7%. O TOP 5 representa, em MAT Nov'20 e em valor, 34,7% do segmento.

PERSONAL CARE

No TOP 5 - Pierre Fabre Dermo-Cosmétique, Cosmética Activa, Isdin, NAOS, Laboratoires Uriage - em MAT Nov'20 a tendência global mantém-se de redução do Sell-Out face ao MAT homólogo em valor (entre -12,6% e +0,1%) e em volume (entre -13,9% e -4,6%). O TOP 5 representa, em MAT Nov'20 em valor, 51,1% e, em volume, 48,8%.

Mantém-se neste segmento a dinâmica de vendas bastante inferiores às do ano homólogo. Com efeito, no TOP 5 companhias em valor todas as companhias apresentam perdas em Nov'20 face ao mês homólogo (entre -3,3% e -8,9%).

Consumer Healthcare Market | TOPs (2/2)

Patient Care em valor

MAT Novembro 2020

HMR3	M€	Q.M.	Var.
1 H26.4.4. - Glicemia	47,6	16,23%	-2,82%
2 H26.4.11. - Medição glicose flash	29,3	10,00%	42,07%
3 H07.1.1. - Lubrificantes e lágrimas artificiais	19,0	6,48%	3,72%

Nutrition em valor

MAT Novembro 2020

HMR3	M€	Q.M.	Var.
1 H14.6.11. - Leite Confort	3,76	11,59%	14,83%
2 H13.4.6. - Alimentação específica para doenças metabólicas	3,73	11,50%	-1,60%
3 H14.6.1. - Leite Regular	3,42	10,56%	-3,79%

Homeopathy em valor

MAT Novembro 2020

HMR3	M€	Q.M.	Var.
1 H10.1.1. - Anti-Inflamatórios e Anti-Reumáticos	0,14	15,74%	-16,83%
2 H03.2.1. - Preparações imunológicas e anti-oxidantes	0,12	13,46%	-10,88%
3 H02.2.1. - Tranquilizantes Adulto	0,09	10,36%	-4,31%

Patient Care em unidades

MAT Novembro 2020

HMR3	M Unid	Q.M.	Var.
1 H26.4.4. - Glicemia	2,7	8,44%	-1,32%
2 H22.2.1. - Antissépticos e desinfetantes	2,6	8,00%	211,16%
3 H20.3.3. - Máscaras	1,8	5,72%	1113,30%

Nutrition em unidades

MAT Novembro 2020

HMR3	M Unid	Q.M.	Var.
1 H13.3.1. - Substitutos de Refeições	0,32	13,58%	-18,74%
2 H14.2.1. - Papas	0,26	11,16%	-5,51%
3 H14.6.1. - Leite Regular	0,25	10,79%	-4,14%

Homeopathy em unidades

MAT Novembro 2020

HMR3	M Unid	Q.M.	Var.
1 H10.1.1. - Anti-Inflamatórios e Anti-Reumáticos	0,03	19,87%	-17,15%
2 H02.2.1. - Tranquilizantes Adulto	0,01	9,07%	1,47%
3 H04.1.2. - Digestivos incluindo enzimas	0,01	8,28%	-21,80%

PATIENT CARE

Tomando o TOP 5 das companhias em valor no MAT Nov'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 +16,7% em volume e de +25,5% em valor, face ao MAT Novembro de 2019. O TOP 5 representa, no referido MAT Novembro 2020 12,4% em volume e 27,7% em valor.

NUTRITION

No TOP 5 das companhias em MAT Novembro 2020 em valor - Nestlé Portugal, Nutricia, Milupa, Alter e Glutamine - regista-se a entrada da Glutamine e saída da Farmodiética. A Nestlé Portugal mantém a liderança do ranking de companhias, apresentando neste mês face a igual período do ano passado ganhos de +2,6% em valor e +4,8% em volume. O TOP 5 representa 69,5% do Sell-Out em volume e 77,5% em valor, no referido MAT Novembro de 2020.

HOMEOPATHY

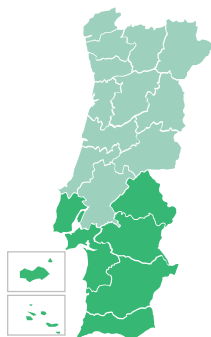
A tendência de perda deste segmento em termos relativos em valor e volume (-19,9% e -15,0% respetivamente) em Novembro de 2020 face ao mês homólogo é consistente com a tendência de decréscimo do Sell-Out em valor e unidades verificada nos últimos meses neste segmento.

A classe terapêutica líder apresenta perdas em valor de -16,8% e em volume de -17,2% face a Novembro de 2019. A classe "H02.2.1. - Tranquilizantes Adulto", que representa 9,1% do Sell-Out em unidades deste segmento, apresenta um crescimento no MAT Novembro de 2020 de +1,5%.

Consumer Healthcare Market – Maiores Variações Absolutas

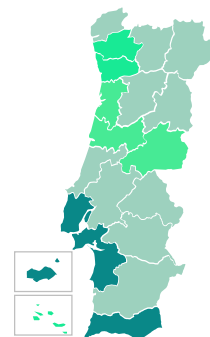
OTC | MAT Novembro 2020

Distrito	Var. €
1 Portalegre	2,25%
2 R.A. Açores	1,71%
3 R.A. Madeira	-0,52%
...	
18 Aveiro	-4,14%
19 Lisboa	-6,27%
20 Faro	-8,90%



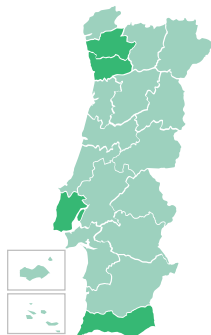
Supplements | MAT Novembro 2020

Distrito	Var. €
1 R.A. Madeira	10,36%
2 R.A. Açores	9,98%
3 Castelo Branco	9,43%
...	
18 Faro	-0,69%
19 Viana do Castelo	-1,93%
20 Bragança	-2,68%



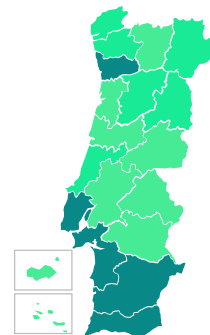
Personal Care | MAT Novembro 2020

Distrito	Var. €
1 R.A. Açores	4,25%
2 Santarém	4,03%
3 Vila Real	3,15%
...	
18 Bragança	-10,58%
19 Lisboa	-13,95%
20 Faro	-16,61%



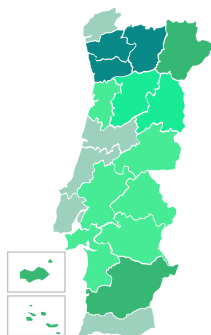
Patient Care | MAT Novembro 2020

Distrito	Var. €
1 Portalegre	22,59%
2 Castelo Branco	12,52%
3 R.A. Madeira	11,27%
...	
18 Guarda	4,97%
19 Viana do Castelo	4,39%
20 Faro	-1,87%



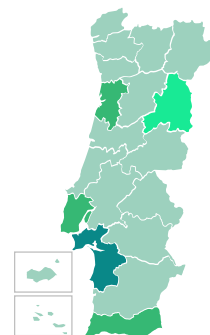
Nutrition | MAT Novembro 2020

Distrito	Var. €
1 Portalegre	33,44%
2 Vila Real	23,24%
3 Castelo Branco	21,03%
...	
18 Faro	-4,01%
19 Lisboa	-4,95%
20 Leiria	-5,45%



Homeopathy | MAT Novembro 2020

Distrito	Var. €
1 Guarda	11,01%
2 Setúbal	7,53%
3 Aveiro	0,05%
...	
18 Portalegre	-35,55%
19 R.A. Açores	-44,57%
20 Bragança	-45,23%



O distrito de Castelo Branco encontra-se presente no ranking (TOP3) de ganhos relativos em valor no acumulado dos últimos 12 meses nos segmentos Nutrition, Supplements e Patient Care. Personal Care e da Homeopatia. As Regiões Autónomas da Madeira e dos Açores, por outro lado, mostram crescimentos superiores no segmento Suplementos, respetivamente com +10,4% e +9,9%.

Os distritos de Bragança, Faro e Lisboa, em oposição, registam perdas ou crescimentos reduzidos na maioria dos segmentos, quando comparados com os restantes distritos.

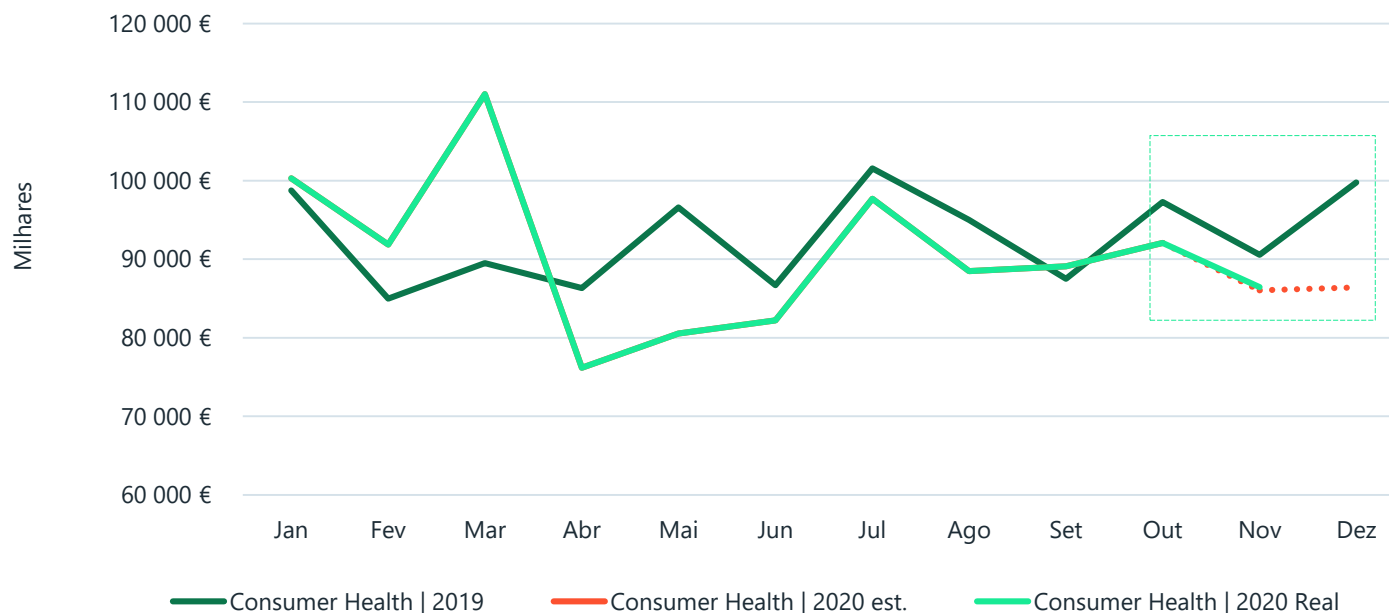
A análise territorial mostra que os distritos do norte interior são os que apresentam menor tendência de crescimento para os vários segmentos (EVOL inferior a 100). Muitos destes distritos apresentam igualmente MI igual ou inferior à média nacional, como sucede com os segmentos OTC, Suplementos e Personal Care. O segmento Nutrição, pelo contrário, apresenta-se em crescimento em alguns distritos do norte do país – Porto, Braga e Vila Real.

Análise extra – Consumer Healthcare Market

Evolução mensal de Sell-Out (SO Values)

Consumer Healthcare Market

2019 vs. 2020



- Esta análise extra resulta da comparação e análise crítica entre os dados do Market Watch e as estimativas de forecast previamente divulgadas no estudo HMR “Portugal - Pharmacy Consumer Healthcare Market 2020 Year End Estimation & 2021 Outlook”, o qual foi publicado em 25 de Novembro.
- O Sell-Out em valor previsto para o mercado Consumer Healthcare (CHC) no mês de Novembro encontrava-se fixado em 86.052K€, registando grande aproximação ao valor real apurado de 86.443K€.
- A variação total estimada para o mercado CHC, no ano de 2020, mantém-se assim conforme forecast HMR original, com o registo de uma evolução negativa anual de -2,9%.
- A estimativa prevista para o Sell-Out em valor do mercado Consumer Healthcare em Dezembro, representa uma evolução negativa do mercado em função dos critérios usados para o desenvolvimento do forecast, nomeadamente pelos impactos significativos associados à manutenção da pandemia COVID-19, restrições à circulação e especial destaque à evolução negativa do mercado OTC com destaque para as categorias de *Cough & Cold*.

Verifica-se um desvio de 0,45% entre o Sell-Out real em valor do mercado Consumer Healthcare de Novembro e as previsões originais da HMR.

Estimativa de fecho de ano do mercado CHC (2020)

1.082 M€

Variação anual estimada do mercado CHC (2020)

- 2,9%

Estimativa de fecho do mês de Dezembro do mercado CHC

86,4 M€

Estimativa de variação homóloga do mercado CHC no mês de Dezembro

- 13,4%

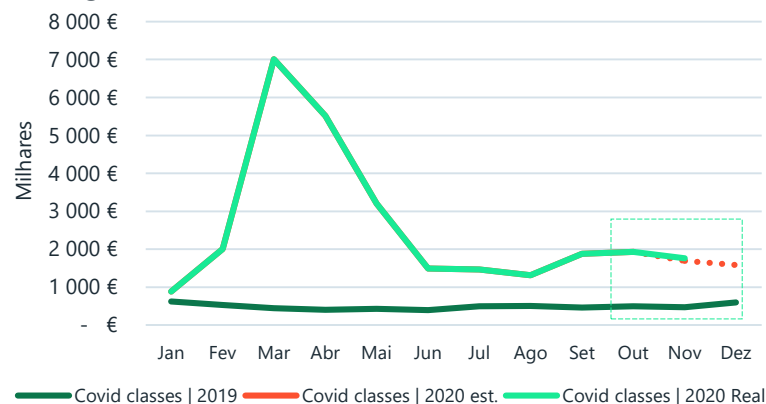
Análise extra – Consumer Healthcare Market

Evolução mensal de Sell-Out (SO Values)

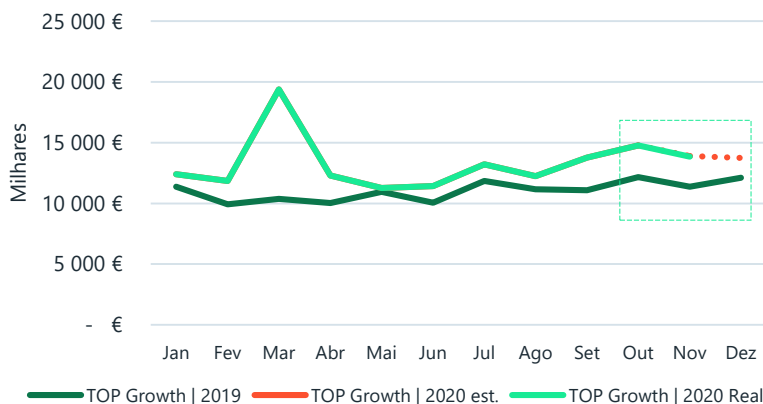
Consumer Healthcare Market

2019 vs. 2020

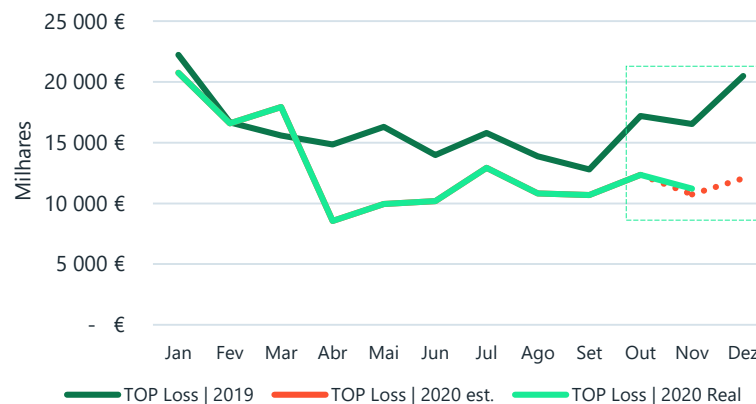
Categorias associadas ao mercado COVID



Top 10 Categorias em crescimento absoluto no YTD 10 2020



Top 10 Categorias em perdas absolutas no YTD 10 2020



- O Sell-Out em valor previsto para as **categorias associadas ao mercado COVID** em Novembro foi estimado em 1.694K€, todavia o mercado apresentou uma dinâmica de estabilidade fixando-se no valor de 1.764K€.
- No mês de Dezembro, em virtude do menor tráfego pelas medidas de confinamento impostas, abastecimento prévio e utilização de outros canais de comercialização destes produtos, estima-se uma ligeira redução do Sell-Out em valor associado a estas categorias.
- Estima-se também um crescimento revisto de 413% das categorias associadas ao mercado COVID entre o ano de 2020 e 2019 (forecast original HMR previa um crescimento de 412%).
- Nas **categorias com maior crescimento absoluto** no YTD de Outubro de 2020, previa-se em Novembro um Sell-Out em valor de 13.910K€, atingindo-se 13.845K€, em linha com o forecast.
- No mês de Dezembro, estima-se a manutenção do crescimento superior ao período homólogo, apresentando estabilidade de evolução por comparação ao mês de Novembro.
- O Sell-Out em valor previsto para as **categorias com maiores perdas** no YTD de Outubro de 2020, regista o maior desvio face ao forecast original em 4,52%, destacando-se a perda de valor de mercado das categorias selecionadas em menor extensão do que o previsto (est. 10.732K€ vs. real 11.218K€)
- No mês de Dezembro, estima-se uma ligeira recuperação das categorias identificadas, não obstante estimar-se um valor de perda superior por comparação ao mês de Dezembro de 2019.
- Pelo exposto, em virtude do ligeiro desvio apresentado para o forecast original, as perdas totais de mercado para as categorias identificadas deverá situar-se em cerca de 21,5%, inferior ao inicialmente previsto (-21,8%).

Âmbito

Evolução mensal do Mercado de Farmácia em Portugal

Periodicidade

Mensal

Períodos Analisados

Anos Móveis - MAT Novembro/19 e MAT Novembro /20

Meses - Novembro/19 a Novembro/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).

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 compartilhados 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 Novembro 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%.

- 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.

FICHA TÉCNICA

MARKET WATCH PORTUGAL – NOVEMBRO 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;

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

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

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

Detalhe das Categorias Seleccionadas na Análise Extra

Categoria Mercado COVID - HMR3

H09.1.4. - Desinfectante pele e anti-séptico

H20.31.3. - Material descartável

H26.8.1. - Termómetros

H22.2.1. - Antisépticos e desinfectantes

H20.3.3. - Máscaras

H20.31.8. - Outros produtos e acessórios de higiene

H17.5.4. - Higiene das mãos

Categoria Top Crescimento - HMR3

H26.4.11. - Medição glicose flash

H03.2.1. - Preparações imunológicas e anti-oxidantes

H05.1.1. - Multivitaminas com Minerais

H05.2.4. - Vitamina C em associação

H05.2.3. - Vitamina C

H08.1.1. - Tratamento e cuidado de pernas pesadas

H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos

H02.2.1. - Tranquilizantes Adulto

H26.2.3. - Aparelhos digitais para medição de PA

H03.1.2. - Imunoestimulante para a Constipação

Categoria Top Perdas - HMR3

H01.1.2. - Antitússicos

H01.4.1. - Antigripais

H04.2.4. - Reguladores da flora intestinal

H01.2.1. - Inflamação Garganta

H16.4.1. - Anti envelhecimento e anti rugas mulher

H09.1.17. - Antiparasitário capilar

H10.2.1. - Prevenção e/ou alívio de dores articulares

H04.2.5. - Antidiarreicos

H17.9.3. - Protector solar adulto

H01.1.1. - Expectorantes



Knowledge for better health