

Market Watch Portugal

Agosto 2021

No mês de Agosto registou-se uma **variação positiva de +17,0% no Sell Out** em valor e em volume face ao mesmo mês do ano anterior (período homólogo).

Em valor, esta variação é mais relevante no **segmento Consumer Health**, com uma **variação de +17,7% de Sell Out**, correspondendo a um **crescimento de +15,67 M€**.

Hugo Reis
Market Intelligence & Analytics
hugo.reis@hmr.co.com

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.

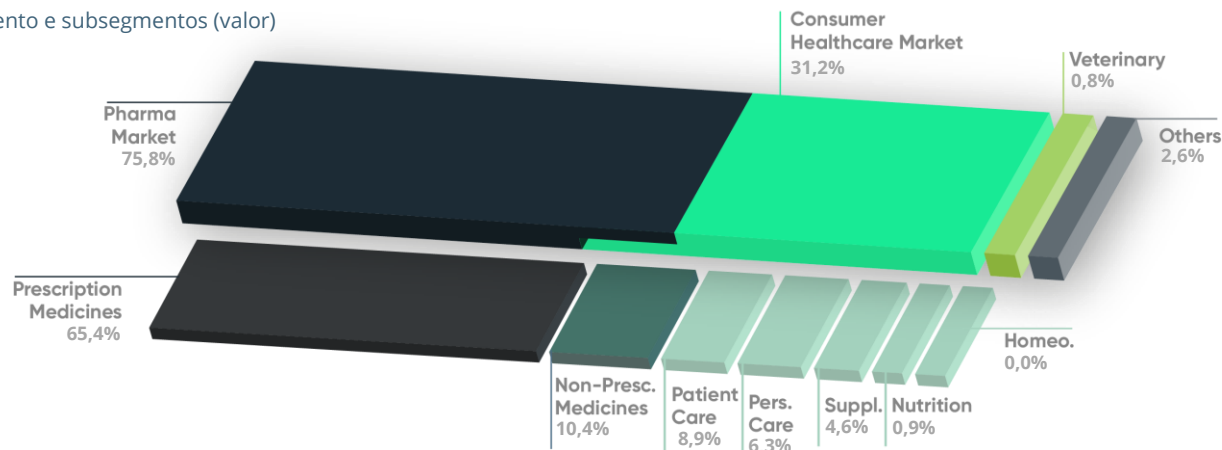
Because we believe that the power of knowledge grows when it is shared. And can change lives.



Mercado Total

Dinâmica do canal Farmácia

Agosto 2021
Peso por segmento e subsegmentos (valor)



Dinâmica do canal Farmácia

Por subsegmentos

Agosto 2021

YTD Agosto2021

	VALOR			VOLUME			VALOR			VOLUME		
	M€	Q.M.	VARIAÇÃO	M UNID.	Q.M.	VARIAÇÃO	M€	Q.M.	VARIAÇÃO	M UNID.	Q.M.	VARIAÇÃO
Mercado Total	334,1 €	100,0%	17,0%	29,3	100,0%	17,0%	2 549,8 €	100,0%	4,1%	219,5	100,0%	0,7%
Pharma Market	253,3 €	75,8%	13,0%	22,4	76,4%	12,1%	1 986,7 €	77,9%	2,1%	174,6	79,6%	-0,3%
Consumer Healthcare	104,2 €	31,2%	17,7%	9,8	33,3%	20,2%	757,5 €	29,7%	3,9%	67,3	30,6%	-2,9%
Prescription Medicines	218,5 €	65,4%	12,8%	18,6	63,3%	12,1%	1 742,6 €	68,3%	2,9%	147,7	67,3%	1,4%
Branded	164,8 €	49,3%	12,4%	11,2	38,3%	11,5%	1 314,4 €	51,5%	2,3%	89,4	40,7%	1,0%
Generic	53,7 €	16,1%	14,1%	7,3	25,0%	13,2%	428,2 €	16,8%	4,9%	58,3	26,6%	2,2%
Non Prescription (OTC)	34,8 €	10,4%	14,5%	3,8	13,1%	12,2%	244,2 €	9,6%	-3,3%	26,9	12,3%	-9,0%
Branded	33,3 €	10,0%	14,6%	3,6	12,3%	12,0%	233,2 €	9,1%	-3,3%	25,1	11,5%	-9,1%
Generic	1,4 €	0,4%	13,9%	0,2	0,8%	15,7%	10,9 €	0,4%	-4,1%	1,8	0,8%	-7,9%
Homeopathy	0,1 €	0,0%	-4,9%	0,0	0,0%	-8,5%	0,6 €	0,0%	2,4%	0,1	0,0%	-3,3%
Nutrition	3,0 €	0,9%	14,3%	0,2	0,7%	12,1%	23,8 €	0,9%	9,6%	1,7	0,8%	7,7%
Patient Care	29,8 €	8,9%	29,0%	3,5	11,9%	39,5%	207,2 €	8,1%	5,1%	21,8	9,9%	-1,6%
Personal Care	21,2 €	6,3%	12,9%	1,4	4,8%	10,0%	157,1 €	6,2%	10,4%	10,2	4,7%	6,8%
Supplements	15,4 €	4,6%	12,9%	0,8	2,8%	11,8%	124,7 €	4,9%	8,9%	6,6	3,0%	3,7%
Others	8,7 €	2,6%	690,0%	0,8	2,8%	280,6%	30,0 €	1,2%	222,7%	3,1	1,4%	88,1%
Veterinary	2,7 €	0,8%	18,1%	0,2	0,6%	10,3%	19,7 €	0,8%	9,3%	1,4	0,6%	3,8%

No mês de Agosto de 2021 o mercado farmacêutico registou uma variação positiva de +17,0% no Sell Out em valor e em unidades face ao mesmo mês do ano anterior (período homólogo).

Em valor, esta variação é mais marcada no segmento **Consumer Health**, com uma variação de +17,7% de Sell Out, correspondendo a um acréscimo de +15,67 M€. Em volume, a variação é de +1,64 M Unid, +20,2%. Dentro do segmento CH o crescimento de Sell Out em valor e em unidades é mais significativo no segmento Patient Care com respetivamente +29,0% e +39,5%.

O segmento **Pharmaceutical** apresenta igualmente uma variação positiva face ao mês homólogo tanto em valor como em volume (respetivamente +13,0% e +12,1%). Ao nível do **Prescription Medicines**, o subsegmento de **Generic** apresenta também um crescimento acentuado em volume (+14,1%, em linha com o crescimento em volume do mercado OTC face ao mês homólogo).

Com exceção do segmento **Homeopathy**, que apresenta uma variação negativa, em valor de -4,9%, e em volume, -8,5%, face ao mês homólogo, os restantes segmentos apresentam tendências positivas.

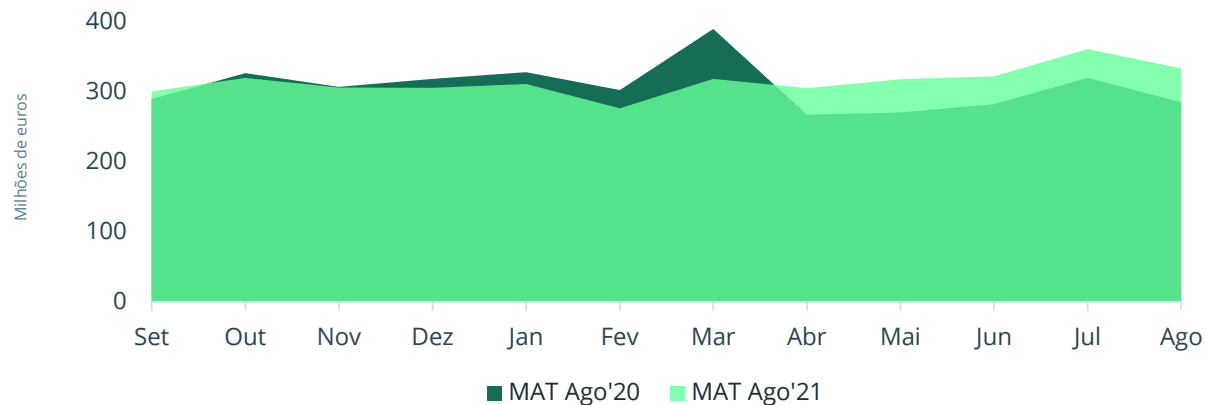
O comportamento do mercado nos 8 primeiros meses do ano (YTD Ago'21), mantém uma tendência de variação positiva em valor, nomeadamente face ao contexto de pandemia de COVID-19, sendo de +4,1% em valor e +0,7% em volume.

Neste período o segmento **Consumer Health** recupera o Sell Out em valor face ao homólogo (+3,9%), ainda com uma contração em unidades (-2,9%). Todavia mantendo uma trajetória positiva de recuperação.

Mercado Total

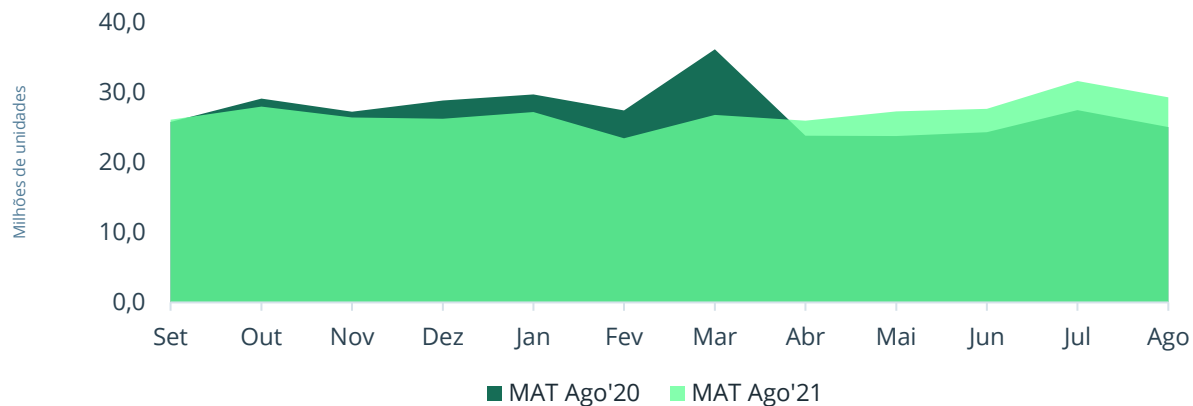
Evolução mensal em valor

Setembro 2020 – Agosto 2021



Evolução mensal em volume

Setembro 2020 – Agosto 2021



Comparativamente com o mês homólogo, em Agosto'21 o mercado apresenta igual variação tanto em volume como em valor (+17,0%)

No entanto regista-se variação negativa face ao mês de Julho'21 (-7,6% e -7,3% em valor e volume, respetivamente).

O crescimento registado no mês de Agosto'21 face ao homólogo assume particular relevância uma vez que poderá ser um indicador da recuperação e consequentemente estabilização de mercados face ao contexto da pandemia no último ano.

Pharma Market



Maiores variações absolutas em valor | YTD Agosto 2021

Classes ATC3

rank abs	rank valor	ATC3	Var. Abs. M€	Var.
1	6	A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	20,06	38,0%
2	1	B01F - Inibidores directos do Factor Xa	9,97	9,8%
3	13	A10S - Agonista do GLP-1	9,81	33,5%
4	3	N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor	5,46	7,2%
5	5	C09D - Associações de antagonistas da angiotensina-II	5,24	7,7%

Marcas

rank abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	10	Trulicity	5,45	46,4%
2	1	Eliquis	4,93	11,3%
3	9	Xigduo	4,20	31,0%
4	18	Entresto	4,06	47,5%
5	8	Lixiana	3,68	25,9%

Nos primeiros oito meses de 2021 (YTD Ago'21) a classe terapêutica "A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)" mantém-se aquela que apresenta maior crescimento absoluto em valor, com uma variação de +20,06 M€ (+38,0%) face ao período homólogo. O **Xigduo**® mantém-se como importante alavanca deste crescimento, +4,20 M€ e +31% face ao YTD homólogo.

Destaca-se ainda a classe "B01F - Inibidores directos do Factor Xa", NOACs – Novos Anticoagulantes Orais -, que ocupa a segunda posição relativa à variação de dispensas em valor deste segmento e apresenta um crescimento face ao período homólogo de +9,97 M€ que corresponde a um crescimento relativo de +9,8%. Esta classe é igualmente constituída por novos medicamentos, como é o caso do **Eliquis**® e do **Lixiana**®, que apresentam neste período um crescimento de +11,3% e +25,9% (+8,61 M€ no conjunto).

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Agosto 2021

Classes ATC3

rank abs	rank volume	ATC3	Var. Abs. M Unid	Var.
1	2	C10A - Reguladores do colesterol e triglicéridos	0,57	6,5%
2	3	N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor	0,49	6,8%
3	29	A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	0,45	38,6%
4	33	A11C - Vitamina A Vitamina D e associação das duas	0,25	24,4%
5	4	N05C - Ansiolíticos	0,22	3,0%

Marcas

rank abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	1	Ben-u-ron	0,53	8,3%
2	37	Metformina Generis	0,16	51,2%
3	170	Diazepam Labesfal Generis	0,15	265,3%
4	44	Victan	0,15	49,6%
5	100	Bisoprolol Krka	0,12	71,0%

No que respeita às dispensas em volume desde o início do ano, salienta-se a classe C10A que demonstra uma dinâmica de recuperação pelo crescimento absoluto de +0,57 M Unid face ao período homólogo e +6,5% em termos relativos.

O segundo lugar de variação absoluta em volume é ocupado pela classe de antidepressivos e estabilizadores do humor N06A, com um crescimento absoluto de +0,49 M Unid face ao período homólogo (+6,8% em termos relativos).

Destaque também para a classe "A10P – Antidiabéticos inibidores do co-transporte de sódios e glucose 2 (SGLT2)" que apresenta uma variação positiva de +0,45 M Unid face ao período homólogo, que equivale a 38,6% de variação relativa.

No TOP 5 de marcas com maiores variações positivas nas dispensas em volume destaca-se a molécula Diazepam e Loflazepato de etilo indicados como terapêutica da ansiedade e insónia: **Diazepam Labesfal Generis**® e **Victan**® (+265,3% e +49,6%), associando-se à progressiva normalização de abastecimento do mercado.

Pharma Market | Generic

Maiores variações absolutas em valor | YTD Agosto 2021

DCIs

rank var abs	rank valor	DCI	Var. Abs. M€	Var.
1	4	Esomeprazol	3,15	43,6%
2	56	Pitavastatina	2,37	>1000%
3	1	Atorvastatina	2,35	11,4%
4	51	Dutasterida + Tansulosina	1,99	272,5%
5	3	Rosuvastatina	1,68	16,7%

Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	1	Esomeprazol Ratiopharm	1,31	43,5%
2	57	Rivastigmina Generis	1,07	>1000%
3	6	Esomeprazol Krka	0,69	47,7%
4	153	Pitavastatina Krka	0,63	>1000%
5	113	Dutasterida/Tansulosina Mylan	0,61	405,8%

No TOP 5 de DCIs de medicamentos genéricos com crescimento absoluto em valor mais acentuado nos últimos oito meses encontram-se o Esomeprazol e a Pitavastatina, que neste período cresceram respetivamente +3,15 M€ e +2,37 M€ face ao YTD homólogo. Em termos relativos apresentam variações positivas tanto em volume como em valor.

Os medicamentos genéricos contendo a molécula Pitavastatina, usada no tratamento da hipercolesterolemia, entraram no mercado em 2020, razão pela qual se registam crescimentos elevados no YTD Ago'21.

No TOP 5 de DCIs com maiores variações absolutas em volume mantêm-se assim três estatinas – Atorvastatina, Pitavastatina e Rosuvastatina – todas com variações positivas face ao YTD homólogo.

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Agosto 2021

DCIs

rank var abs	rank volume	DCI	Var. Abs. M Unid	Var.
1	1	Atorvastatina	0,40	10,9%
2	16	Esomeprazol	0,27	43,0%
3	64	Pitavastatina	0,24	>1000%
4	12	Rosuvastatina	0,18	20,1%
5	67	Dutasterida + Tansulosina	0,18	325,5%

Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	7	Metformina Generis	0,16	51,2%
2	19	Bisoprolol Krka	0,12	71,0%
3	13	Esomeprazol Ratiopharm	0,11	44,5%
4	1	Atorvastatina Teva	0,10	13,9%
5	39	Amoxicilina/Ácido Clavulânico Generis	0,08	59,0%

Consumer Health Market



TOP5 variações absolutas em valor | YTD Agosto 2021

Classes HMR

rank var abs	rank valor	HMR3	Var. Abs. M€	Var.
1	12	H26.28.1. - COVID-19	12,57	>1000%
2	4	H26.4.11. - Medição glicose flash	4,60	23,5%
3	1	H10.1.1. - Anti-Inflamatórios e Anti-Reumáticos	3,60	10,6%
4	7	H16.4.1. - Anti envelhecimento e anti rugas mulher	2,37	15,1%
5	3	H08.1.1. - Tratamento e cuidado de pernas pesadas	2,23	9,6%

Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	13	SARS-CoV-2 Roche	6,30	-
2	1	Freestyle	4,28	16,9%
3	26	SARS-CoV-2 Genrui	4,15	-
4	3	Daflon	1,73	11,5%
5	11	EasySlim	1,35	24,9%

No TOP 5 de classes HMR3 do segmento Consumer Health com maior crescimento em valor e em volume no YTD Ago'21 destaca-se a classe "H26.18.1. – COVID-19". Esta classe inclui os testes rápidos de antígeno para despiste de infeções por SARS-CoV-2 e apresenta um valor de transações de +12,57 M€ e +2,87 M Unid. neste período. O **SARS-CoV-2 Roche®** e **SARS-CoV-2 Genrui®** autotestes SARS-CoV-2 contribuem de forma relevante para o Sell Out desta classe com +2,41 M Unid e +10,44 M€ no YTD Ago'21.

Em termos de ganhos absolutos em valor salienta-se também a classe "H26.4.11. - Medição glicose flash" com um crescimento face ao período homólogo de +4,60 M€. Destaque para a dinâmica dos produtos da brand **Freestyle®**, que no conjunto apresentam uma evolução de +16,9%, +4,28 M€.

TOP5 variações absolutas em unidades | YTD Agosto 2021

Classes HMR

rank var abs	rank volume	HMR3	Var. Abs. M Unid	Var.
1	2	H26.28.1. - COVID-19	2,87	>1000%
2	3	H10.1.1. - Anti-Inflamatórios e Anti-Reumáticos	0,17	6,8%
3	34	H20.28.1. - Acessórios	0,12	32,1%
4	4	H04.2.3. - Laxantes	0,11	4,4%
5	12	H20.22.1. - Material de Injecção	0,11	12,3%

Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	3	SARS-CoV-2 Genrui	1,25	-
2	5	SARS-CoV-2 Roche	1,16	-
3	64	Pantest	0,21	-
4	87	Flowflex	0,17	-
5	6	Daflon	0,08	10,2%

Salienta-se também a variação positiva de +23,5%, +4,60 M€ no SO em valor da classe "H10.1.1. - Anti-Inflamatórios e Anti-Reumáticos" no YTD Ago'21 face ao homólogo.

No TOP 5 de marcas com maior variação absoluta em valor no YTD Ago'21 face ao homólogo, destaque também para as marcas **Daflon®** (+1,73 M€, +11,5%) e **EasySlim®** (+1,35 M€, +24,9%). Estas duas, associadas respetivamente a produtos usados no tratamento das pernas cansadas, e indicadas no processo de perda de peso, têm ambas variações associadas à sazonalidade.

Consumer Health Market | TOP3 Marcas (1/2)



OTCs em valor

YTD Agosto 2021

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	2	Daflon	1 728 836	11,5%
2	1	Voltaren - GSK	1 146 564	6,3%
3	18	Sargenor	759 525	41,7%

Supplements em valor

YTD Agosto 2021

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	3	EasySlim	1 193 375	27,9%
2	2	Absorvit	747 079	14,1%
3	28	Symbiosys	683 672	166,4%

Personal Care em valor

YTD Agosto 2021

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	6	Filorga	1 201 124	28,4%
2	9	SVR	1 107 829	44,6%
3	7	Caudalie	1 050 046	24,7%

OTCs em unidades

YTD Agosto 2021

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	3	Daflon	76 262	10,2%
2	1	Voltaren - GSK	67 214	5,3%
3	96	Brufenon	65 367	-

Supplements em unidades

YTD Agosto 2021

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	4	EasySlim	43 439	27,7%
2	41	Vicks	34 026	>1000%
3	1	Absorvit	29 785	11,7%

Personal Care em unidades

YTD Agosto 2021

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	10	SVR	54 860	37,7%
2	3	Uriage	48 786	9,8%
3	2	Bioderma	39 739	7,7%

OTC

No TOP 3 marcas do segmento OTC com maiores variações absolutas, o **Daflon**® no YTD Ago'21 vs homólogo apresenta, tanto em valor como em unidades uma evolução positiva (crescimentos de +11,5% e +10,2%, respetivamente). No YTD Ago'21 ocupa as primeiras posições no ranking do segmento em valor e unidades.

Segue-se o **Voltaren-GSK**® (crescimento em valor de +6,3% e em unidades de +5,3%) e o **Sargenor**® com uma evolução de +41,7% em valor face ao YTD homólogo.

Destaca-se ainda o **Brufenon**® com uma dinâmica de crescimento em volume associada ao seu lançamento (+65 367 Unid.) que lhe permite ocupar a terceira posição do TOP3 de marcas com maior variação absoluta em volume.

SUPPLEMENTS

Dentro do TOP 3 de variação absoluta verifica-se o crescimento em valor e em volume de 2 marcas: **EasySlim**® (+27,9% em valor, +27,7% em volume) e **Absorvit**® (+14,1% em valor, +11,7% em volume).

A terceira posição do TOP 3 marcas com maiores variações em valor é estabelecida pelo **Symbiosys**® com uma variação positiva de +166,4% (+683 672 €). A marca **Vicks**® regista a segunda posição do TOP 3 marcas com maiores variações em volume (+34 026 Unid no YTD Ago'21 face ao homólogo).

PERSONAL CARE

No TOP 3 marcas com maiores variações absolutas associadas ao Personal Care, destaque para a marca **Filorga**® que apresenta uma evolução de vendas em valor de +1 201 124€ (+28,4%) face ao YTD homólogo. A marca **SVR**® com um crescimento de +1 107 829€ (+44,6%) e +54 860 Unid. (+37,7%) em volume, ocupa a segunda e primeira posições respetivamente na ordem de crescimento em valor e volume deste segmento.

No TOP 3 marcas com maiores variações absolutas no Sell Out, destaque também para as marcas de dermocosmética: **Bioderma**® e **Uriage**®.

Consumer Health Market | TOP3 Marcas (2/2)

Patient Care em valor

YTD Agosto 2021

Rank	var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	4	SARS-CoV-2 Roche		6 295 460	-
2	1	Freestyle		4 283 302	16,9%
3	7	SARS-CoV-2 Genrui		4 147 304	-

Nutrition em valor

YTD Agosto 2021

Rank	var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	6	Fresubin		590 619	65,3%
2	5	Fortimel		440 308	39,4%
3	15	Neocate		202 040	309,0%

Homeopathy em valor

YTD Agosto 2021

Rank	var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	2	Lymphomyosot		27 117	50,5%
2	10	Engystol		4 165	702,9%
3	18	Vertigoheel		2 632	1729,9%

Patient Care em unidades

YTD Agosto 2021

Rank	var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	2	SARS-CoV-2 Genrui		1 251 466	-
2	3	SARS-CoV-2 Roche		1 156 943	-
3	16	Pantest		210 269	-

Nutrition em unidades

YTD Agosto 2021

Rank	var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	6	Fresubin		41 531	61,5%
2	7	Fortimel		30 827	41,8%
3	8	Nestlé		22 210	41,5%

Homeopathy em unidades

YTD Agosto 2021

Rank	var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	3	Lymphomyosot		616	31,3%
2	10	Engystol		301	716,7%
3	17	Vertigoheel		178	1618,2%

PATIENT CARE

Tomando o TOP 3 de variação absoluta em valor no YTD Ago'21, nas marcas do segmento de Patient Care, a marca **Freestyle**[®] com um crescimento de +16,9% em valor, mantém-se suplantada pela marca **SARS-CoV-2 Roche**[®] (#1), associada aos autotestes de despiste de SARS-CoV-2, assim como a marca **SARS-CoV-2 Genrui**[®] que mantém a terceira posição.

A variação absoluta em volume mantém-se preenchida pelas referidas marcas associadas a testes rápidos de COVID-19, na primeira e segunda posições, justificando-se desta forma os crescimentos registados por esta classe no YTD Ago'21 face ao homólogo.

NUTRITION

No TOP 3 das marcas com maiores variações absolutas no YTD Ago'21, em valor, as marcas **Fresubin**[®] e **Fortimel**[®] associadas a suplementos nutricionais orais, apresentam variações positivas acentuadas em todas as perspetivas de análise (+65,3% e +39,4% em valor e +61,5% e +41,8% em volume no YTD Ago'21 face ao homólogo).

A marca **Neocate**[®], encerra o TOP 3 de marcas com maiores variações em valor no YTD Ago'21, +309% face ao homólogo.

HOMEOPATHY

As marcas identificadas com maiores variações positivas são as seguintes: **Lymphomyosot**[®] (+50,5% e +31,3%, em valor e volume no YTD Ago'21), **Engystol**[®] (novo no mercado) e **Vertigoheel**[®].

Análise extra – Consumer Health (Categorias de verão)

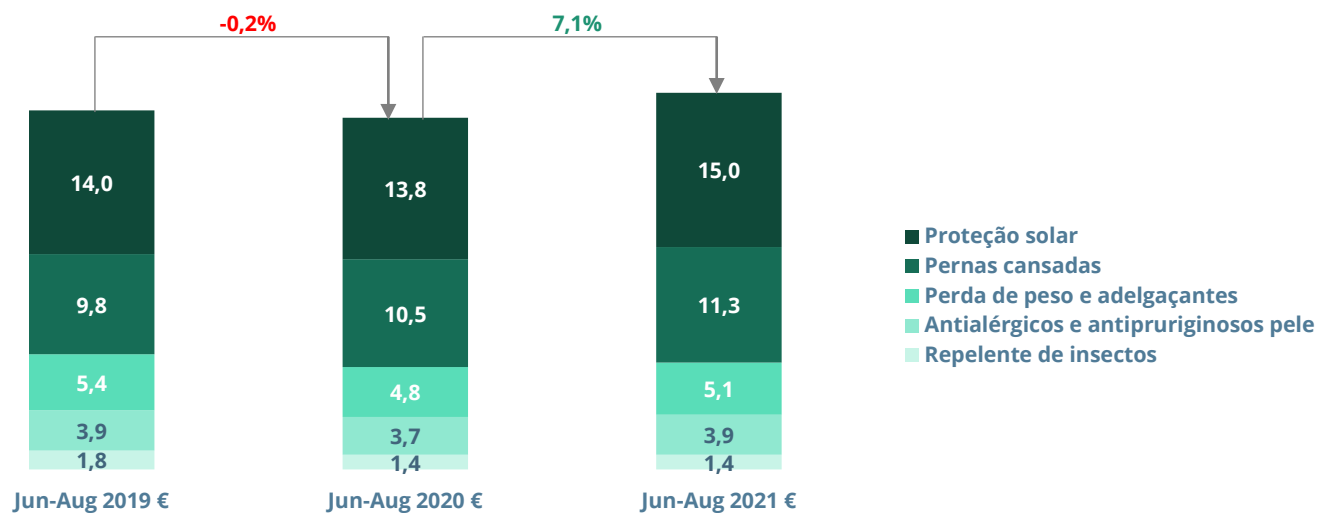
Categorias de verão em valor (M€)

Junho-Agosto 2021

	Jun-Aug 2021 €	% var. (vs. 2020)	% var. (vs. 2019)
Proteção solar	15,0	9,0%	7,4%
Pernas cansadas	11,3	7,1%	15,2%
Perda de peso e adelgaçantes	5,1	5,2%	-6,5%
Antialérgicos e antipruriginosos pele	3,9	5,1%	-0,9%
Repelente de insectos	1,4	0,3%	-22,2%
Total Categorias de verão	36,7	7,1%	4,9%

Categorias de verão em valor (M€)

Junho-Agosto 2021



Na sequência da análise apresentada no passado mês quando observada a performance das principais categorias de produtos de verão verifica-se que o mercado entre os meses de Junho e Agosto mantém uma dinâmica positiva de crescimento, quer em relação ao mesmo período de 2020 (+7,1%), quer mesmo em relação ao ano de 2019 (+4,9%).

Verifica-se que as categorias de maior dimensão, nomeadamente Proteção solar e Pernas cansadas, superam as vendas em valor por comparação com os meses de Junho a Agosto nos anos de 2020 e 2019.

As categorias de perda de peso e adelgaçantes, não obstante a dinâmica positiva registada em 2021 por comparação a 2020 (+5,2%), apresentam uma contração face 2019 com uma variação de -6,5%, onde se registou um valor de Sell Out de 5,4 M€.

As categorias dos repelentes de insectos apesar de ora apresentarem uma recuperação de mercado face a 2020 com variação positiva de +0,3% apresentam ainda uma variação negativa de -22,2% face a 2019, estimando-se assim uma contração destas categorias neste período.

As categorias de antialérgicos e antipruriginosos de pele em virtude da variação positiva do mercado em 2021 (+5,1%) reduzem a diferença para o Sell Out registado em 2019 verificando-se uma variação negativa de -0,9%, podendo vir a estabelecer-se uma recuperação deste mercado.

FICHA TÉCNICA

MARKET WATCH PORTUGAL – Agosto 2021

Âmbito

Evolução mensal do Mercado de Farmácia em Portugal

Periodicidade

Mensal

Períodos Analisados

Meses - Setembro/20 a Agosto/21

Ano Móvel - MAT Agosto/20 e MAT Agosto/21

Year to date - YTD Agosto/20 e YTD Agosto/21

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.
- **Prescription medicines** – Abrange todos os medicamentos sujeitos a receita médica (MSRM) de uso humano com AIM válida em Portugal que podem ser comercializados em farmácia comunitária
 - **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.
- **OTC** – Over The Counter (Medicamentos não sujeitos a receita médica- MNSRM).
 - **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 Agosto teve por base um painel de 2.503 farmácias num total de 2.910 pertencentes ao Universo considerado no estudo HMR. Foram consideradas todas as farmácias do continente e ilhas com venda ao público. Cobertura numérica = 86%.

- **Consumer health market** – Composto por todos os produtos de cuidado e bem-estar pessoal, incluindo MNSRM e produtos de saúde compartilhados pelo SNS.
- **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.
- **Personal Care** – Inclui todos os produtos destinados ao cuidado pessoal, englobando produtos de saúde e bem-estar (dermocosmética e higiene pessoal).
- **Supplements** – Inclui suplementos alimentares usados para complementar um regime alimentar normal.
- **Homeopathic** – Inclui produtos homeopáticos com registo simplificado. Exclui 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.



Knowledge for better health