

# Market Watch Portugal

Dezembro 2021

No mês de Dezembro registou-se uma **variação positiva de +30,5% no Sell Out** em valor e **+42,4%** em volume face ao mesmo mês do ano anterior (período homólogo), fruto do contexto de testagem de COVID-19.

O comportamento do mercado no ano de 2021, apresenta assim uma variação positiva em valor e volume, revelando uma variação final de **+8,4%** em valor e **+6,9%** em volume.

Hugo Reis  
Market Intelligence & Analytics  
[hugo.reis@hmr.co.com](mailto: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.**

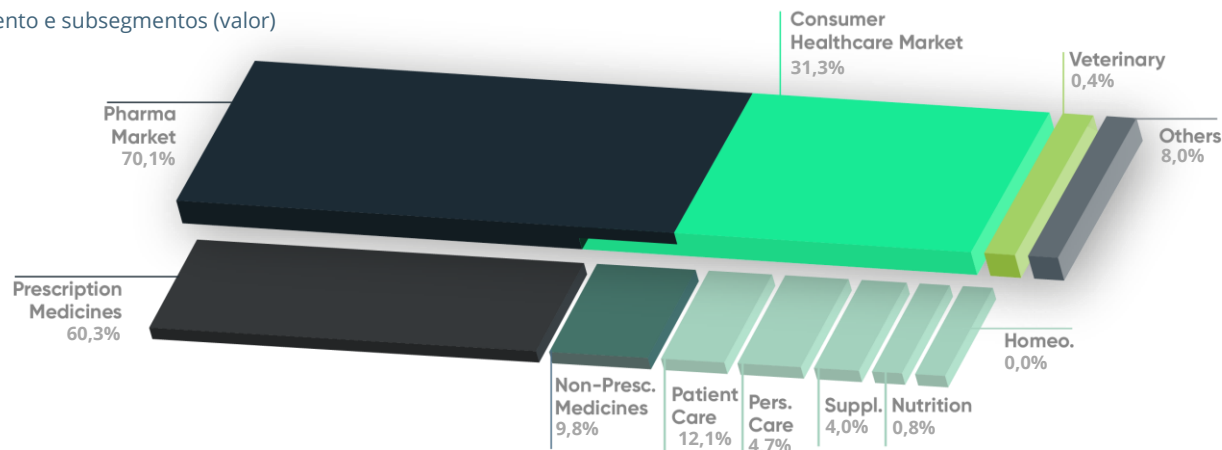


# Mercado Total

## Dinâmica do canal Farmácia

Dezembro 2021

Peso por segmento e subsegmentos (valor)



## Dinâmica do canal Farmácia

Por subsegmentos

	Dezembro 2021						YTD Dezembro 2021					
	VALOR			VOLUME			VALOR			VOLUME		
	M€	Q.M.	VARIAÇÃO	M UNID.	Q.M.	VARIAÇÃO	M€	Q.M.	VARIAÇÃO	M UNID.	Q.M.	VARIAÇÃO
<b>Mercado Total</b>	<b>399,7 €</b>	<b>100,0%</b>	<b>30,5%</b>	<b>37,4</b>	<b>100,0%</b>	<b>42,4%</b>	<b>3 991,5 €</b>	<b>100,0%</b>	<b>8,4%</b>	<b>346,9</b>	<b>100,0%</b>	<b>6,9%</b>
<b>Pharma Market</b>	<b>280,1 €</b>	<b>70,1%</b>	<b>14,5%</b>	<b>24,8</b>	<b>66,3%</b>	<b>15,5%</b>	<b>3 085,9 €</b>	<b>77,3%</b>	<b>5,3%</b>	<b>270,8</b>	<b>78,1%</b>	<b>3,5%</b>
<b>Consumer Healthcare</b>	<b>125,1 €</b>	<b>31,3%</b>	<b>42,6%</b>	<b>14,6</b>	<b>39,0%</b>	<b>89,1%</b>	<b>1 191,8 €</b>	<b>29,9%</b>	<b>9,9%</b>	<b>110,0</b>	<b>31,7%</b>	<b>8,7%</b>
<b>Prescription Medicines</b>	241,0 €	60,3%	11,8%	20,4	54,5%	12,0%	2 692,9 €	67,5%	5,2%	227,4	65,5%	4,0%
Branded	183,0 €	45,8%	12,5%	12,4	33,2%	12,8%	2 038,7 €	51,1%	4,9%	138,2	39,8%	3,7%
Generic	58,1 €	14,5%	9,7%	8,0	21,3%	10,8%	654,1 €	16,4%	6,4%	89,2	25,7%	4,5%
<b>Non Prescription (OTC)</b>	39,1 €	9,8%	34,8%	4,4	11,8%	34,8%	393,0 €	9,8%	5,7%	43,5	12,5%	1,0%
Branded	37,4 €	9,4%	35,1%	4,1	11,0%	35,0%	375,6 €	9,4%	5,8%	40,6	11,7%	1,0%
Generic	1,7 €	0,4%	28,8%	0,3	0,8%	30,9%	17,4 €	0,4%	4,1%	2,8	0,8%	1,5%
<b>Homeopathy</b>	0,1 €	0,0%	17,3%	0,0	0,0%	15,9%	0,9 €	0,0%	4,6%	0,1	0,0%	0,1%
<b>Nutrition</b>	3,1 €	0,8%	10,2%	0,2	0,6%	6,3%	36,3 €	0,9%	11,6%	2,5	0,7%	9,1%
<b>Patient Care</b>	48,3 €	12,1%	107,9%	7,8	21,0%	250,7%	339,0 €	8,5%	16,2%	38,6	11,1%	21,2%
<b>Personal Care</b>	18,6 €	4,7%	1,3%	1,2	3,3%	1,2%	230,2 €	5,8%	9,2%	15,1	4,3%	6,6%
<b>Supplements</b>	15,9 €	4,0%	12,0%	0,9	2,4%	12,3%	192,5 €	4,8%	8,9%	10,2	2,9%	5,0%
<b>Others</b>	31,8 €	8,0%	2524,8%	2,3	6,2%	871,4%	79,3 €	2,0%	427,1%	7,6	2,2%	157,0%
<b>Veterinary</b>	1,7 €	0,4%	4,6%	0,1	0,3%	-3,6%	27,6 €	0,7%	10,8%	1,9	0,6%	4,5%

No mês de Dezembro de 2021 o mercado farmacêutico registou uma variação positiva de +30,5% no Sell Out em valor e +42,4% em unidades face ao mesmo mês do ano anterior (período homólogo). Esta variação resulta em larga medida da performance das categorias de produtos associados à COVID-19, nomeadamente no segmento Patient Care através da elevada dispensa de auto-testes, bem como da performance do segmento Others que inclui a testagem profissional realizada nas farmácias.

No segmento **Pharma** regista-se uma variação positiva de +14,5% de Sell Out, correspondendo a um acréscimo de +35,5 M€. Em volume, a variação é de +3,3 M Unid, +15,5%. Dentro do segmento Pharma, o crescimento de Sell Out é mais significativo em valor no subsegmento Prescription **Branded** com +12,5% e 12,8%, em valor e volume respetivamente.

O segmento **Consumer Health** é aquele que apresenta uma variação positiva mais acentuada face ao mês homólogo, tanto em valor como em volume (respetivamente +42,6% e +89,1%). Todos os subsegmentos apresentam tendência positiva no mês, em valor com exceção do segmento Veterinary em volume, quando comparado com Dez'20.

Ao nível dos subsegmentos, o segmento **Patient Care** destaca-se com um crescimento acentuado, em valor (+107,9%) e em volume (+250,7%), conforme referido.

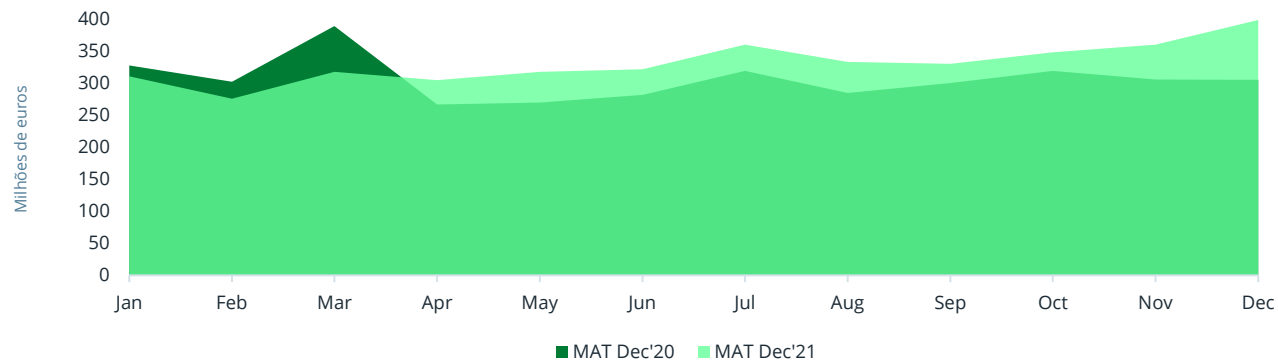
Destaque também para o segmento **OTC** com um crescimento em valor e em volume de +34,8%. Este crescimento positivo é transversal a ambos os subsegmentos, **Branded** e **Genérico**.

O comportamento do mercado no ano de 2021, apresenta assim uma tendência de variação positiva em valor e volume, nomeadamente face ao contexto de pandemia de COVID-19, revelando uma variação de +8,4% em valor e +6,9% em volume.

# Mercado Total

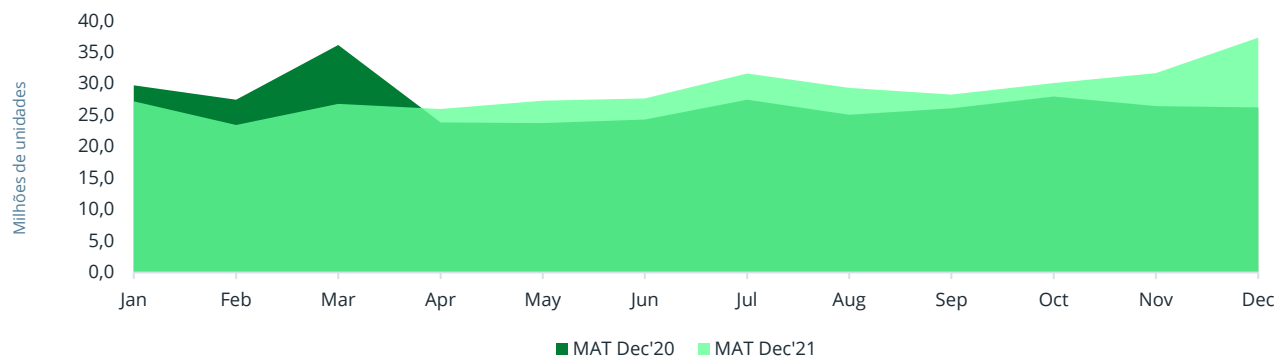
## Evolução mensal em valor

Janeiro 2021 – Dezembro 2021



## Evolução mensal em volume

Janeiro 2021 – Dezembro 2021



Comparativamente com o mês homólogo, em Dezembro'21 o mercado apresenta variação positiva tanto em valor (+30,5%) como em volume (+42,4%).

Regista-se também uma variação positiva face ao mês de Novembro'21 (+10,6% e +17,8% em valor e volume, respetivamente).

Pelo exposto, o ano de 2021 estabelece uma perspetiva de evolução positiva do mercado face ao contexto de pandemia.



# Pharma Market



## Maiores variações absolutas em valor | YTD Dezembro 2021

### Classes ATC3

rank var abs	rank valor	ATC3	Var. Abs. M€	Var.
1	4	A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	35,31	42,7%
2	1	B01F - Inibidores directos do Factor Xa	19,66	12,8%
3	12	A10S - Agonista do GLP-1	19,31	42,5%
4	3	N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor	9,84	8,6%
5	6	C09D - Associações de antagonistas da angiotensina-II	9,79	9,5%

## Maiores variações absolutas em unidades | YTD Dezembro 2021

### Classes ATC3

rank var abs	rank volume	ATC3	Var. Abs. M Unid	Var.
1	1	N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos	1,48	5,9%
2	2	C10A - Reguladores do colesterol e triglicerídeos	1,07	8,1%
3	3	N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor	0,86	7,9%
4	29	A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	0,79	43,0%
5	5	A02B - Antiulcerosos	0,44	5,1%

### Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	1	Eliquis	8,88	13,4%
2	9	Trulicity	8,79	47,2%
3	44	Ozempic	8,41	-
4	7	Xigduo	7,50	35,7%
5	4	Forxiga	7,02	27,8%

### Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	1	Ben-u-ron	1,41	14,8%
2	23	Metformina Generis	0,43	90,0%
3	26	Influvac	0,33	64,7%
4	94	Bisoprolol Krka	0,19	69,0%
5	55	Xigduo	0,17	36,4%

No ano de 2021 (YTD Dez'21) a classe terapêutica "A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)" é aquela que apresenta maior crescimento absoluto em valor, com uma variação de +35,31 M€ (+42,7%) face ao período homólogo. As marcas **Trulicity®** e **Xigduo®** são importantes alavancas deste crescimento, +8,79 M€ e +7,50 M€, respetivamente, que corresponde a um variação positiva de +47,2% e 35,7% face ao ano homólogo (2020).

Destaca-se ainda a classe "B01F - Inibidores directos do Factor Xa", que ocupa a segunda posição relativa à variação de dispensas em valor deste segmento e apresenta um crescimento face ao período homólogo de +19,66 M€ que corresponde a um crescimento relativo de +12,8%. Esta classe é igualmente constituída por novos medicamentos, como é o caso do **Eliquis®**, que apresenta neste período um crescimento de +13,4% (+8,9 M€).

No que respeita às dispensas em volume desde o início do ano, salienta-se a classe ATC3, N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos que demonstra uma dinâmica de recuperação pelo crescimento absoluto de +1,48 M Unid face ao período homólogo e +5,9% em termos relativos.

O segundo lugar de variação absoluta em volume é ocupado pela classe de reguladores do colesterol e triglicerídeos C10A - Reguladores do colesterol e triglicerídeos, com um crescimento absoluto de +1,07 M Unid face ao período homólogo (+8,1% em termos relativos).

Destaque também para a classe N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor que apresenta uma variação positiva de +0,86 M Unid face ao período homólogo, que equivale a +7,9% de variação relativa.

No TOP 5 de marcas com maiores variações positivas nas dispensas, em volume, destaca-se, o Ben-u-ron com uma variação de +1,41 M unidades e que corresponde a +14,8% em termos relativos.

# Pharma Market | Generic



## Maiores variações absolutas em valor | YTD Dezembro 2021

### DCIs

rank var abs	rank valor	DCI	Var. Abs. M€	Var.
1	1	Atorvastatina	4,22	13,4%
2	5	Esomeprazol	4,01	34,6%
3	52	Pitavastatina	3,11	449,7%
4	2	Rosuvastatina	2,93	19,1%
5	51	Dutasterida + Tansulosina	2,53	139,6%

### Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	1	Esomeprazol Ratiopharm	1,58	32,1%
2	48	Rivastigmina Generis	1,51	358,3%
3	9	Metformina Generis	1,11	56,4%
4	30	Esomeprazol Mylan	0,95	66,6%
5	6	Esomeprazol Krka	0,84	34,9%

No TOP 5 de DCIs de medicamentos genéricos com crescimento absoluto em valor mais acentuado nos últimos doze meses encontram-se a Atorvastatina e Esomeprazol, que neste período cresceram respetivamente +4,22 M€ e +4,01 M€ face ao ano 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 Dez'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 Dezembro 2021

### DCIs

rank var abs	rank volume	DCI	Var. Abs. M Unid	Var.
1	1	Atorvastatina	0,71	12,7%
2	16	Esomeprazol	0,34	34,3%
3	62	Pitavastatina	0,32	461,7%
4	11	Rosuvastatina	0,31	22,3%
5	65	Dutasterida + Tansulosina	0,24	167,2%

### Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	4	Metformina Generis	0,43	90,0%
2	16	Bisoprolol Krka	0,19	69,0%
3	1	Atorvastatina Teva	0,17	15,1%
4	12	Esomeprazol Ratiopharm	0,14	32,8%
5	33	Amoxicilina/Ácido Clavulânico Generis	0,12	56,6%

# Consumer Health Market



## TOP5 variações absolutas em valor | YTD Dezembro 2021

### Classes HMR

rank	var abs	rank valor	HMR3	Var. Abs. M€	Var.
1		3	H26.28.1. - COVID-19	39,23	> 1000,0%
2		5	H26.4.11. - Medição glicose flash	7,58	25,3%
3		1	H10.1.1. - Anti-Inflamatórios e Anti-Reumáticos	4,16	8,0%
4		4	H08.1.1. - Tratamento e cuidado de pernas pesadas	3,38	9,8%
5		13	H17.9.3. - Protector solar adulto	2,91	16,2%

## TOP5 variações absolutas em unidades | YTD Dezembro 2021

### Classes HMR

rank	var abs	rank volume	HMR3	Var. Abs. M Unid	Var.
1		1	H26.28.1. - COVID-19	9,73	> 1000,0%
2		14	H20.22.1. - Material de Injecção	0,19	14,7%
3		4	H04.2.3. - Laxantes	0,19	5,2%
4		25	H04.2.5. - Antidiarreicos	0,18	20,0%
5		3	H10.1.1. - Anti-Inflamatórios e Anti-Reumáticos	0,18	4,7%

### Marcas

rank	var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1		6	SARS-CoV-2 Roche	13,59	-
2		16	Flowflex	8,87	-
3		17	SARS-CoV-2 Genrui	8,82	-
4		1	Freestyle	7,26	18,9%
5		71	Boson	3,46	-

### Marcas

rank	var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1		1	Flowflex	2,80	-
2		2	SARS-CoV-2 Genrui	2,53	-
3		3	SARS-CoV-2 Roche	2,31	-
4		10	Boson	1,16	-
5		41	Pantest	0,45	-

No TOP 5 de classes HMR3 do segmento Consumer Health com maior crescimento em valor e em volume em 2021 destaca-se a classe H26.18.1. – COVID-19. Esta classe inclui os autotestes de antígeno para despiste de infeções por SARS-CoV-2 e apresenta um valor de transações de +39,23 M€ e +9,73 M Unid. neste período. O **SARS-CoV-2 Roche®** e **Flowflex®** autotestes SARS-CoV-2 contribuem de forma relevante para o Sell Out desta classe com +2,31 M Unid e +13,59 M€ e +2,80 M Unid e +8,87 M€ no YTD Dez'21, respetivamente.

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 +7,58 M€. Destaque para a dinâmica dos produtos da brand **Freestyle®**, que no conjunto apresentam uma evolução de +18,9%, +7,26 M€.

Salienta-se também a variação positiva de +8,0%, +4,16 M€ no SO em valor da classe H10.1.1. - Anti-Inflamatórios e Anti-Reumáticos no YTD Dez'21 face ao homólogo.

# Consumer Health Market | TOP3 Marcas (1/2)



## OTCs em valor

YTD Dezembro 2021

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	2	Daflon	2 425 582	10,7%
2	4	Ben-u-ron	1 717 488	35,5%
3	1	Voltaren - GSK	1 459 101	5,3%

## Supplements em valor

YTD Dezembro 2021

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	3	EasySlim	1 195 358	18,8%
2	41	Vicks	1 047 498	> 1000,0%
3	27	Symbiosys	987 019	131,9%

## Personal Care em valor

YTD Dezembro 2021

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	6	Filorga	1 472 552	21,3%
2	7	Caudalie	1 394 569	20,0%
3	8	SVR	1 365 410	35,3%

## OTCs em unidades

YTD Dezembro 2021

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	2	Ben-u-ron	314 318	19,5%
2	4	Daflon	108 655	9,7%
3	1	Voltaren - GSK	100 848	5,3%

## Supplements em unidades

YTD Dezembro 2021

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	41	Vicks	55 810	> 1000,0%
2	8	Atyflor	48 452	35,6%
3	5	EasySlim	42 982	18,5%

## Personal Care em unidades

YTD Dezembro 2021

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	12	SVR	68 240	30,4%
2	2	Uriage	65 232	9,0%
3	11	Neutrogena	56 436	23,3%

## OTC

No TOP 3 marcas do segmento OTC com maiores variações absolutas, o **Daflon**® no YTD Dez'21 vs homólogo apresenta, tanto em valor como em unidades uma evolução positiva (crescimentos de +10,7% e +9,7%, respetivamente). No YTD Dez'21 ocupa a primeira posição no ranking do segmento em valor e segunda em unidades.

Segue-se o **Ben-u-ron**® com crescimento em valor de +35,5% e em unidades de +19,5% face ao YTD homólogo.

Destaca-se ainda o **Voltaren-GSK**® com uma dinâmica de crescimento em volume +100 848 Unid. e que lhe permite ocupar a primeira posição do TOP3 de marcas com maior variação absoluta em volume (+5,3%) e a terceira posição no top com maior absoluta em valor (+5,3%)

## SUPPLEMENTS

Dentro do TOP 3 de variação absoluta verifica-se o crescimento em valor e em volume de 2 marcas: **EasySlim**® (+18,8% em valor, +18,5% em volume) e **Vicks**® (>1000% em valor e em volume).

A terceira posição do TOP 3 marcas com maiores variações em valor é estabelecida pela marca **Symbiosys**® com uma variação positiva de +131,9% (+987 019 €). Para a segunda posição em unidades destaca-se a marca **Atyflor**® com a maior variação em unidades +48 452 que corresponde a +35,6% crescimento relativo.

## 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 +1,47 M€ (+21,3%) face ao YTD homólogo. A marca **Caudalie**® com um crescimento de +1,39 M€ (+20,0%) ocupa a segunda posição de crescimento em valor segmento.

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



## Consumer Health Market | TOP3 Marcas (2/2)

### Patient Care em valor

YTD Dezembro 2021

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	2	SARS-CoV-2 Roche	13 589 025	-
2	6	Flowflex	8 868 902	-
3	7	SARS-CoV-2 Genrui	8 819 127	-

### Nutrition em valor

YTD Dezembro 2021

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	6	Fresubin	917 150	63,5%
2	5	Fortimel	734 685	43,3%
3	7	PKU	344 326	19,1%

### Homeopathy em valor

YTD Dezembro 2021

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	2	Lymphomyosot	40 946	50,4%
2	9	Engystol	4 983	150,2%
3	15	Vertigoheel	4 623	647,9%

### Patient Care em unidades

YTD Dezembro 2021

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	1	Flowflex	2 797 833	-
2	2	SARS-CoV-2 Genrui	2 534 484	-
3	3	SARS-CoV-2 Roche	2 312 723	-

### Nutrition em unidades

YTD Dezembro 2021

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	6	Fresubin	64 681	60,5%
2	7	Fortimel	52 276	46,8%
3	8	Nestlé	36 176	44,3%

### Homeopathy em unidades

YTD Dezembro 2021

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	3	Lymphomyosot	953	32,4%
2	10	Engystol	364	154,9%
3	13	Vertigoheel	314	615,7%

### PATIENT CARE

Considerando o TOP 3 de variação absoluta em valor no YTD Dez'21, nas marcas do segmento de Patient Care, os autotestes de despiste de SARS-CoV-2 preenchem o ranking em valor e volume. A marca **SARS-CoV-2 Roche**® ocupa a primeira posição, com uma variação de 13,59 M€, seguindo-se a Flowflex com uma variação de + 8,87 M€, assim como a marca **SARS-CoV-2 Genrui**® que mantém a terceira posição com +8,82 M€.

A variação absoluta em volume mantém-se também preenchida pelas referidas marcas.

### NUTRITION

No TOP 3 das marcas com maiores variações absolutas no YTD Dez'21, em valor, as marcas **Fresubin**® e **Fortimel**® associadas a suplementos nutricionais orais, apresentam variações positivas nas duas perspetivas de análise (+63,5% e +43,3% em valor e +60,5% e +46,8% em volume no YTD Dez'21 face ao homólogo, respetivamente).

A marca **PKU**®, encerra o TOP 3 de marcas com maiores variações em valor no ano de 2021 com +19,1% face ao homólogo.

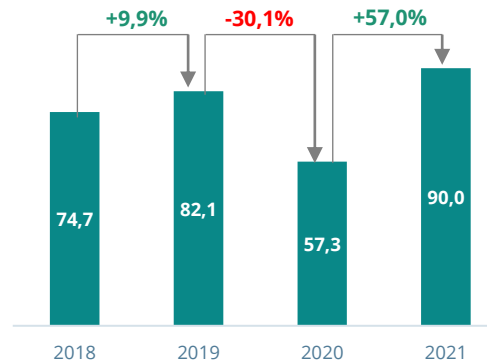
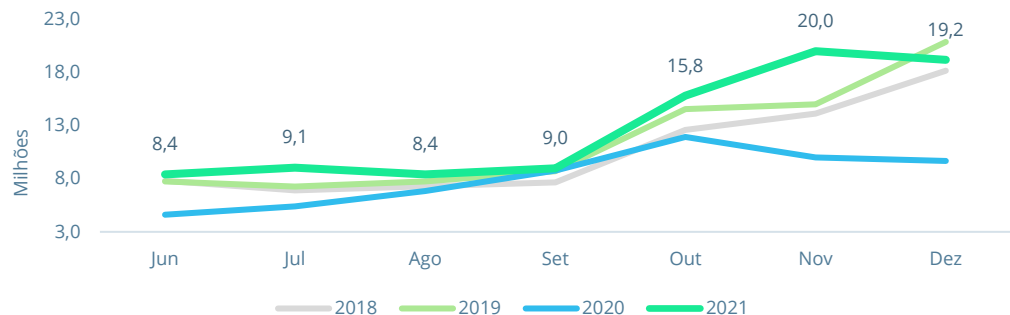
### HOMEOPATHY

As marcas identificadas com maiores variações positivas são as seguintes: **Lymphomyosot**® (+50,4% e +32,4%, em valor e volume no YTD Dez'21), seguida da **Engystol**® e **Vertigoheel**®.

# Análise extra – Consumer Health (Categorias de inverno)

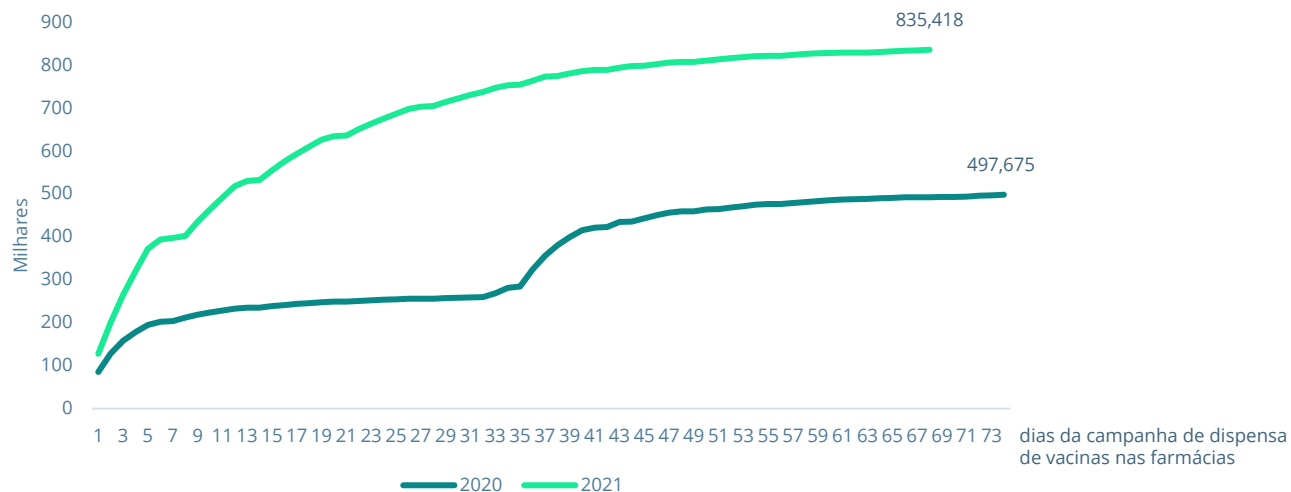
## Categorias de Inverno (Cough & Cold) em valor (M€)

Junho-Dezembro  
Anos de 2018 a 2021



## Análise diária das dispensas de vacinas contra a gripe (Influenza)

Outubro-Dezembro 2020 vs. Outubro-Dezembro 2021  
Dados diários (n.º de dias de campanha de vacinação nas farmácias)



No mês de Dezembro voltamos a analisar o mercado de produtos associados às categorias *cough & cold* (\*) entre os meses de Junho e Dezembro para os anos de 2018, 2019, 2020 e 2021.

Em Dezembro de 2021 observa-se um valor de Sell Out acumulado para o período entre Junho a Dezembro de 90,0 M€ superior a qualquer um dos restantes períodos em análise, observando-se uma variação positiva de +57,0%, 2021 vs. 2020. No último mês em análise, Dezembro de 2021, a variação homóloga apresenta-se também positiva com uma performance de +98,2% (19,2 M€).

Por último, analisamos as dispensas associadas à campanha de vacinação contra a gripe (Influenza) relativa ao contingente geral de vacinas disponíveis nas Farmácias que teve início a 25 de Outubro de 2021.

Esta análise permite-nos observar que no período entre o início da campanha de dispensa de vacinas até ao final do mês de Dezembro, durante 68 dias, registou-se a dispensa de 835.418 vacinas.

Por comparação ao período homólogo, considerando que a campanha de dispensa de vacinas em 2020 teve início mais cedo, a 19 de Outubro (representando 74 dias de dispensas), em Dezembro de 2021, mesmo considerando um período mais curto verifica-se um crescimento de +67,9% das dispensas de vacinas contra a gripe.

(\*) Categorias de inverno (*Cough & cold*): H01.1.1. - Expectorantes; H01.1.2. - Antitússicos; H01.1.3. - Descongestionante Brônquios; H01.1.5. - Alívio da tosse seca e produtiva; H01.2.1. - Inflamação Garganta; H01.3.2. - Descongestionante Nasal; H01.3.6. - Hidratante da Mucosa Nasal; H01.4.1. - Antigripais; H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos; H02.1.2. - Analgésico e Antipirético Pediátrico; H03.1.2. - Imunoestimulante para a Constipação; H05.2.3. - Vitamina C; H05.2.4. - Vitamina C em associação.

# FICHA TÉCNICA

MARKET WATCH PORTUGAL – Dezembro 2021



## Âmbito

Evolução mensal do Mercado de Farmácia em Portugal

## Periodicidade

Mensal

## Períodos Analisados

Meses - Janeiro/21 a Dezembro/21

Ano Móvel - MAT Janeiro/21 e MAT Dezembro/21

Year to date - YTD Janeiro/21 e YTD Dezembro/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 Portugal (Continente e Ilhas) com venda ao público.

## Painel farmácia HMR

Este relatório referente ao mês de Dezembro teve por base um painel de 2.524 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 = 87%.

- **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