

# Market Watch Portugal

Janeiro 2022

No mês de Janeiro registou-se uma **variação positiva de +26,5% no Sell Out em valor** e **+32,5% 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 +20,9% de Sell Out**, correspondendo a um crescimento de **+18,9 M€**.

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

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 us further and gives more meaning to all the data and numbers that so efficiently analyze the market.

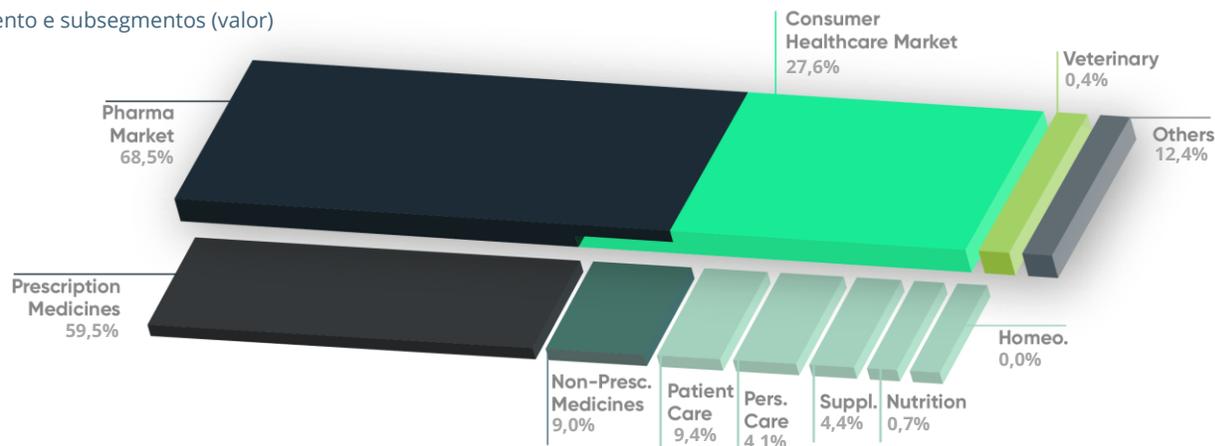
**Because we believe that the power of knowledge grows when it is shared. And can change lives.**



# Mercado Total

## Dinâmica do canal Farmácia

Janeiro 2022  
Peso por segmento e subsegmentos (valor)



## Dinâmica do canal Farmácia

Por subsegmentos

	Janeiro 2022						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>394,4 €</b>	<b>100,0%</b>	<b>26,5%</b>	<b>36,0</b>	<b>100,0%</b>	<b>32,5%</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>270,3 €</b>	<b>68,5%</b>	<b>8,4%</b>	<b>23,9</b>	<b>66,4%</b>	<b>7,9%</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>108,9 €</b>	<b>27,6%</b>	<b>20,9%</b>	<b>12,6</b>	<b>34,9%</b>	<b>53,2%</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>	234,7 €	59,5%	7,3%	19,9	55,3%	6,6%	2 692,9 €	67,5%	5,2%	227,4	65,5%	4,0%
Branded	178,1 €	45,2%	7,9%	12,1	33,6%	6,8%	2 038,7 €	51,1%	4,9%	138,2	39,8%	3,7%
Generic	56,6 €	14,4%	5,4%	7,8	21,7%	6,3%	654,1 €	16,4%	6,4%	89,2	25,7%	4,5%
<b>Non Prescription (OTC)</b>	35,6 €	9,0%	16,4%	4,0	11,1%	15,2%	393,0 €	9,8%	5,7%	43,5	12,5%	1,0%
Branded	33,9 €	8,6%	15,9%	3,7	10,4%	14,7%	375,6 €	9,4%	5,8%	40,6	11,7%	1,0%
Generic	1,7 €	0,4%	26,3%	0,3	0,7%	21,5%	17,4 €	0,4%	4,1%	2,8	0,8%	1,5%
<b>Homeopathy</b>	0,1 €	0,0%	9,3%	0,0	0,0%	6,5%	0,9 €	0,0%	4,6%	0,1	0,0%	0,1%
<b>Nutrition</b>	2,9 €	0,7%	0,0%	0,2	0,6%	4,1%	36,3 €	0,9%	11,6%	2,5	0,7%	9,1%
<b>Patient Care</b>	37,1 €	9,4%	59,9%	6,3	17,5%	164,9%	339,0 €	8,5%	16,2%	38,6	11,1%	21,2%
<b>Personal Care</b>	16,0 €	4,1%	-5,0%	1,1	3,1%	-9,1%	230,2 €	5,8%	9,2%	15,1	4,3%	6,6%
<b>Supplements</b>	17,2 €	4,4%	4,9%	1,0	2,7%	2,8%	192,5 €	4,8%	8,9%	10,2	2,9%	5,0%
<b>Others</b>	49,0 €	12,4%	3706,9%	3,4	9,5%	1739,3%	79,3 €	2,0%	427,1%	7,6	2,2%	157,0%
<b>Veterinary</b>	1,8 €	0,4%	16,6%	0,1	0,3%	5,2%	27,6 €	0,7%	10,8%	1,9	0,6%	4,5%

No mês de Janeiro de 2022 o mercado farmacêutico registou uma variação positiva de +26,5% no Sell Out em valor e +32,5% em unidades face ao mesmo mês do ano anterior (período homólogo). Esta variação mantém a dinâmica do mercado registada desde 2021, conforme aqui se reproduz. Esta performance é associada ao impacto das categorias de produtos relativos à COVID-19, nomeadamente no segmento Patient Care, através da elevada dispensa de autotestes e recuperação global do mercado por comparação ao mês de Janeiro de 2021, no qual se registou impacto significativo pela atividade pandémica.

No segmento **Pharma** regista-se uma variação positiva de +8,4% de Sell Out, correspondendo a um acréscimo de +20,9 M€. Em volume, a variação é de +1,8 M Unid, +7,9%. Dentro do subsegmento Prescription o crescimento de Sell Out é mais significativo no subsegmento Prescription **Branded** com +7,9% e 6,8%, 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 +20,9% e +53,2%). Todos os subsegmentos apresentam tendência positiva no mês, com exceção do subsegmento Personal Care com uma variação negativa em valor e em volume, quando comparado com Janeiro'21.

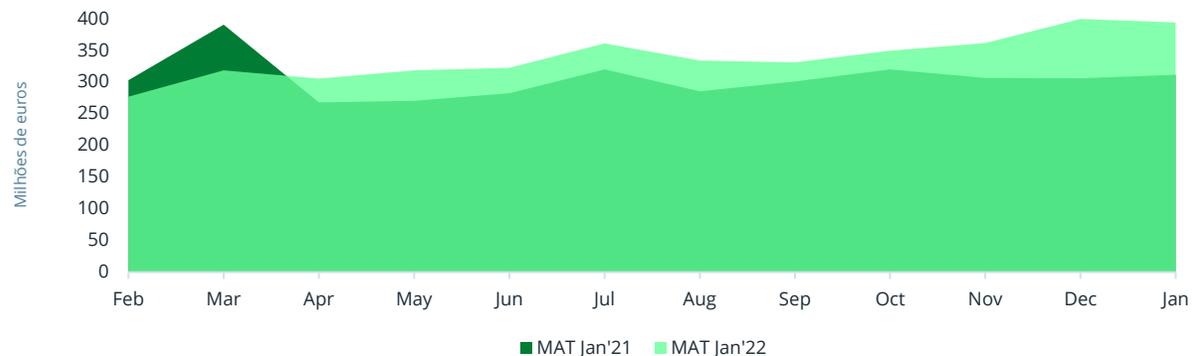
O subsegmento **Patient Care** destaca-se com um crescimento acentuado, em valor (+59,9%) e em volume (+164,9%), conforme referido. Destacando-se também o segmento **OTC** com um crescimento em valor de +16,4% e em volume de +15,2%, transversal a ambos os subsegmentos, **Branded** e **Generic**.

O subsegmento **Others**, o qual integra os serviços profissionais de deteção de antigénio SARS-CoV-2, apresenta variações elevadas em virtude também da elevada procura.

# Mercado Total

## Evolução mensal em valor

Fevereiro 2021 – Janeiro 2022

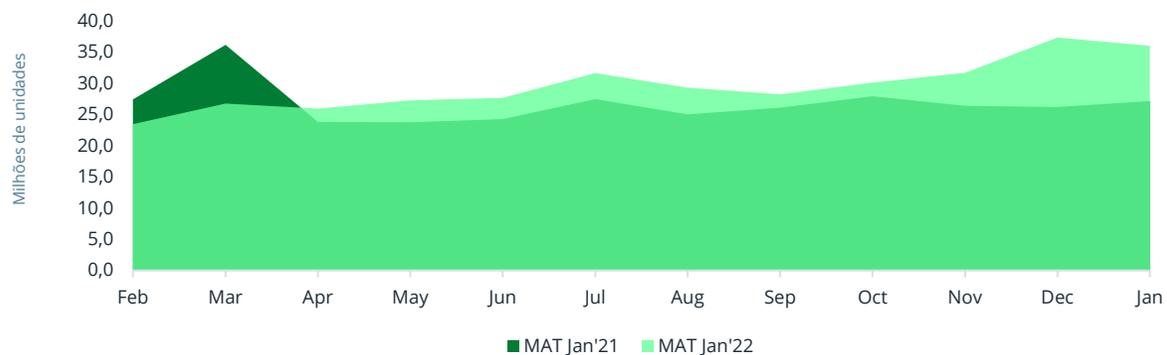


Comparativamente com o mês homólogo, em Janeiro'22 o mercado apresenta variação positiva tanto em valor (+26,5%) como em volume (+32,5%).

Regista-se todavia uma variação negativa face ao mês de Dezembro'21 (-1,3% e -3,5% em valor e volume, respetivamente). Não obstante, mantém-se um cenário de recuperação do mercado face ao contexto de pandemia de COVID-19.

## Evolução mensal em volume

Fevereiro 2021 – Janeiro 2022



# Pharma Market



## Maiores variações absolutas em valor | YTD Janeiro 2022

### Classes ATC3

rank var abs	rank valor	ATC3	Var. Abs. M€	Var.
1	3	A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	3,78	46,1%
2	9	A10S - Agonista do GLP-1	2,73	63,7%
3	4	N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos	2,65	31,1%
4	1	B01F - Inibidores directos do Factor Xa	2,05	15,1%
5	31	R02A - Preparações para a garganta	0,85	49,3%

## Maiores variações absolutas em unidades | YTD Janeiro 2022

### Classes ATC3

rank var abs	rank volume	ATC3	Var. Abs. M Unid	Var.
1	1	N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos	0,73	32,5%
2	23	R02A - Preparações para a garganta	0,09	43,8%
3	28	A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	0,08	46,1%
4	6	M01A - Antireumáticos não esteróides	0,08	12,4%
5	2	C10A - Reguladores do colesterol e triglicédeos	0,07	6,1%

### Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	11	Ozempic	2,12	-
2	3	Ben-u-ron	1,53	56,5%
3	5	Forxiga	0,88	37,6%
4	1	Eliquis	0,79	13,2%
5	6	Xigduo	0,79	38,7%

### Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	1	Ben-u-ron	0,49	51,7%
2	2	Brufen	0,07	30,1%
3	31	Metformina Generis	0,07	-
4	12	Streptfen	0,04	65,9%
5	85	Diazepam Ratiopharm	0,04	> 1000%

Em Janeiro'22 a classe terapêutica "A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)" continua sendo aquela que apresenta maior crescimento absoluto em valor, com uma variação de +3,78 M€ (+46,1%) face ao período homólogo. A marca **Xigduo**® mantém-se também como importante alavanca deste crescimento, +0,79 M€, que corresponde a um variação positiva de +38,7% face ao mês do ano homólogo (Jan'21).

Destaca-se ainda a classe "A10S - Agonista do GLP-1", que ocupa a segunda posição quanto à variação de dispensas em valor deste segmento e apresenta um crescimento face ao período homólogo de +2,73 M€ que corresponde a um crescimento relativo de +63,7%, impulsionada pelo **Ozempic**®, que é a marca que regista neste período maior crescimento absoluto, +2,12 M€.

No que respeita às dispensas em volume, salienta-se a classe ATC3, "N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos" que demonstra uma dinâmica de crescimento absoluto de +0,73 M Unid face ao período homólogo e +32,5% em termos relativos.

O segundo lugar de variação absoluta em volume é ocupado pela classe "R02A - Preparações para a garganta", com um crescimento absoluto de +0,09 M Unid face ao período homólogo (+43,8% em termos relativos), que se relaciona com a recuperação do mercado de inverno.

No TOP 5 de marcas com maiores variações positivas nas dispensas, em volume, destaca-se o Ben-u-ron com uma variação de +0,49 M unidades e que corresponde a uma variação de +51,7% em termos relativos.

# Pharma Market | Generic

## Maiores variações absolutas em valor | YTD Janeiro 2022

### DCIs

rank var abs	rank valor	DCI	Var. Abs. M€	Var.
1	1	Atorvastatina	0,36	12,9%
2	2	Rosuvastatina	0,26	18,2%
3	15	Paracetamol	0,23	34,6%
4	12	Tadalafil	0,17	24,0%
5	9	Rivastigmina	0,15	17,5%

### Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	35	Metformina Generis	0,19	-
2	86	Dextazin	0,12	-
3	24	Rivastigmina Generis	0,11	98,6%
4	98	Diazepam Ratiopharm	0,10	> 1000%
5	68	Amoxicilina/Ácido Clavulânico Mylan	0,08	153,1%

No TOP 5 de DCIs de medicamentos genéricos com maior crescimento absoluto em valor no último mês encontram-se a Atorvastatina e Rosuvastatina, que neste período cresceram respetivamente +0,36 M€ e +0,26 M€ face ao período homólogo.

No TOP 5 de DCIs com maiores variações absolutas em volume mantêm-se também as duas estatinas – Atorvastatina e Rosuvastatina – com variações positivas face ao período homólogo.

## Maiores variações absolutas em unidades | YTD Janeiro 2022

### DCIs

rank var abs	rank volume	DCI	Var. Abs. M Unid	Var.
1	2	Paracetamol	0,11	35,3%
2	1	Atorvastatina	0,06	11,2%
3	50	Diazepam	0,04	> 1000%
4	8	Ibuprofeno	0,04	22,8%
5	11	Rosuvastatina	0,03	20,8%

### Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	7	Metformina Generis	0,07	-
2	16	Diazepam Ratiopharm	0,04	> 1000%
3	2	Paracetamol Generis	0,03	41,2%
4	4	Ibuprofeno Generis	0,03	36,2%
5	3	Paracetamol Pharmakern	0,02	33,0%

# Consumer Health Market



## TOP5 variações absolutas em valor | YTD Janeiro 2022

### Classes HMR

rank	var abs	rank valor	HMR3	Var. Abs. M€	Var.
1	1	1	H26.28.1. - COVID-19	13,38	> 1000%
2	9	9	H01.2.1. - Inflamação Garganta	0,89	50,8%
3	5	5	H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos	0,76	28,5%
4	4	4	H26.4.11. - Medição glicose flash	0,66	23,5%
5	13	13	H01.1.1. - Expectorantes	0,55	42,9%

## TOP5 variações absolutas em unidades | YTD Janeiro 2022

### Classes HMR

rank	var abs	rank volume	HMR3	Var. Abs. M Unid	Var.
1	1	1	H26.28.1. - COVID-19	4,00	> 1000%
2	2	2	H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos	0,15	27,5%
3	3	3	H01.2.1. - Inflamação Garganta	0,09	43,0%
4	8	8	H01.1.1. - Expectorantes	0,06	40,4%
5	20	20	H02.1.2. - Analgésico e Antipirético Pediátrico	0,06	154,5%

### Marcas

rank	var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	2	2	Flowflex	3,69	-
2	3	3	All Test	2,78	-
3	4	4	SARS-CoV-2 Genrui	2,59	-
4	7	7	Boson Biotech	1,37	-
5	8	8	SARS-CoV-2 Roche	1,02	-

### Marcas

rank	var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	1	1	Flowflex	1,12	-
2	2	2	All Test	0,91	-
3	3	3	SARS-CoV-2 Genrui	0,79	-
4	4	4	Boson Biotech	0,44	-
5	6	6	Labnovation	0,24	-

No TOP 5 de classes HMR3 do segmento Consumer Health com maior crescimento em valor e em volume em Janeiro de 2022 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 +13,38 M€ e +4,00 M Unid. neste período. O **Flowflex**® autoteste SARS-CoV-2 contribui de forma relevante para o Sell Out desta classe com +1,12 M Unid e +3,69 M€ no mês de Janeiro de 2022.

Em termos de ganhos absolutos em valor salienta-se também a classe H01.2.1. - Inflamação Garganta com um crescimento face ao período homólogo de +0,89 M€, que permite estabelecer uma perspetiva de recuperação das categorias normalmente mais consumidas no período de inverno.

Deste modo, salienta-se também a variação positiva de +28,5%, +0,76 M€ no Sell Out em valor da classe H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos no mês de Janeiro'22 face ao homólogo.

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



## OTCs em valor

YTD Janeiro 2022

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	4	Ben-u-ron	486 396	103,9%
2	5	Streptfen	384 360	73,0%
3	3	Brufen	303 388	44,9%

## Supplements em valor

YTD Janeiro 2022

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	3	Grintuss	237 517	71,7%
2	34	Vicks	108 130	> 1000%
3	8	Tecnilor	78 876	31,4%

## Personal Care em valor

YTD Janeiro 2022

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	7	Filorga	76 719	15,1%
2	8	Caudalie	54 665	12,2%
3	43	Nuxe	46 702	108,9%

## OTCs em unidades

YTD Janeiro 2022

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid.	Var.
1	1	Ben-u-ron	117 590	77,4%
2	3	Brufen	41 748	40,4%
3	4	Streptfen	40 968	65,9%

## Supplements em unidades

YTD Janeiro 2022

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid.	Var.
1	1	Grintuss	17 800	68,7%
2	34	Vicks	5 445	937,2%
3	10	Atyflor	4 842	45,0%

## Personal Care em unidades

YTD Janeiro 2022

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid.	Var.
1	19	Curaprox	5 230	48,0%
2	66	Bow New York	2 486	-
3	9	Eludril	2 291	8,6%

## OTC

No TOP 3 marcas do segmento OTC com maiores variações absolutas o **Ben-u-ron® em** Janeiro'22 vs homólogo apresenta, tanto em valor como em volume uma evolução positiva (crescimentos de +103,9% e +77,4%, respetivamente). Ocupa a primeira posição no ranking no segmento em volume e quarta posição em valor.

Segue-se o **Streptfen®** com crescimento em valor de +73,0% e em unidades de +65,9% em unidades face ao período homólogo.

Destaca-se ainda o **Brufen®** com uma dinâmica de crescimento e recuperação. Em volume cresce +41 748 Unid. e que lhe permite ocupar a segunda posição do TOP3 de marcas com maior variação absoluta em volume e a terceira posição no TOP3 em variação absoluta em valor (+44,9%).

## SUPPLEMENTS

Dentro do TOP 3 de variação absoluta verifica-se o crescimento em valor e em volume de **Grintuss®** (+71,7% em valor, +68,7% em volume). Segue-se o **Vicks®** com uma variação > 1000% em valor e +937,2% em volume, por consideração ao alargamento de gama.

A terceira posição do TOP 3 marcas com maiores variações em valor é estabelecida pela marca **Tecnilor®** com uma variação positiva de +31,4% (+78,9 K€). E na terceira posição em unidades destaca-se a marca **Atyflor®** com uma variação em unidades +4 842 que corresponde a +45,0% de 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 +76,7 K€ (+15,1%) face ao período homólogo. A marca **Caudalie®** com um crescimento de +54,7 K€ (+12,2%) ocupa a segunda posição de crescimento em valor do segmento.

No TOP 3 marcas com maiores variações absolutas no Sell Out, destaque também para as marcas como a **Curaprox®** que regista uma variação de +48,0%.

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

### Patient Care em valor

YTD Janeiro 2022

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	2	Flowflex	3 693 143	-
2	3	All Test	2 778 081	-
3	4	SARS-CoV-2 Genrui	2 586 526	-

### Nutrition em valor

YTD Janeiro 2022

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	4	Fresubin	72 733	51,5%
2	5	Vitafo	51 561	32,9%
3	12	MSUD	42 934	150,4%

### Homeopathy em valor

YTD Janeiro 2022

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	2	Lymphomyosot	4 229	51,0%
2	1	Boiron	2 937	8,6%
3	10	Lufeel	605	707,6%

### Patient Care em unidades

YTD Janeiro 2022

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	1	Flowflex	1 121 599	-
2	2	All Test	909 147	-
3	3	SARS-CoV-2 Genrui	785 635	-

### Nutrition em unidades

YTD Janeiro 2022

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	5	Fresubin	4 999	48,0%
2	7	Fortimel	3 115	30,4%
3	9	Healsi	2 535	45,2%

### Homeopathy em unidades

YTD Janeiro 2022

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	1	Boiron	521	6,6%
2	2	Lymphomyosot	112	41,3%
3	4	Farmácia Homeopática	80	114,3%

### PATIENT CARE

Considerando o TOP 3 de variação absoluta em valor em Janeiro'22, nas marcas do segmento de Patient Care, os autotestes de despiste de SARS-CoV-2 preenchem o ranking em valor e volume. A marca **Flowflex**<sup>®</sup> ocupa a primeira posição, com uma variação de +3,69 M€, seguindo-se a **All Test**<sup>®</sup> com uma variação de + 2,78 M€, assim como a marca **SARS-CoV-2 Genrui**<sup>®</sup> que regista a terceira posição com +2,59 M€.

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

### NUTRITION

No TOP 3 das marcas com maiores variações absolutas em Janeiro'22, em valor, as marcas **Fresubin**<sup>®</sup> e **Vitafo**<sup>®</sup>, apresentam variações positivas de +51,5% e 32,9%, respetivamente, seguindo-se a marca **MSUD**<sup>®</sup> que encerra o TOP 3 de marcas com maiores variações em valor em Janeiro'22 com +150,4% face ao homólogo.

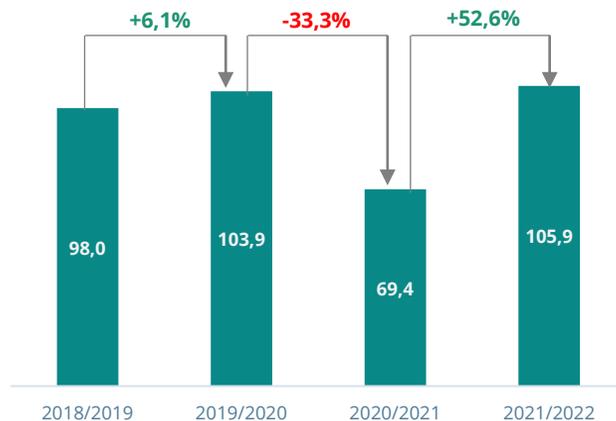
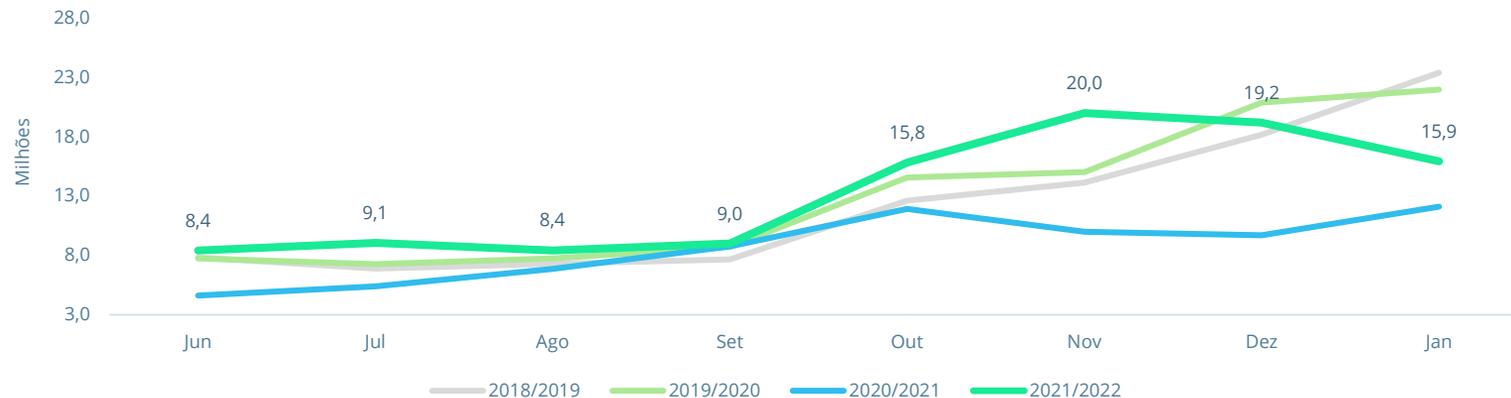
### HOMEOPATHY

As marcas identificadas com maiores variações positivas são as seguintes: **Lymphomyosot**<sup>®</sup> (+51,0% e +41,3%, em valor e volume, em Janeiro'22), seguida da **Boiron**<sup>®</sup> e **Lufeel**<sup>®</sup>.

# Análise extra – Consumer Health (Categorias de inverno)

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

Junho-Janeiro  
Anos de 2018 a 2022



No mês de Janeiro de 2022 voltamos a analisar o mercado de produtos associados às categorias *cough & cold* (\*) entre os meses de Junho de 2021 e Janeiro de 2022 para os períodos de 2018/2019, 2019/2020, 2020/2021 e 2021/2022.

Em Janeiro'22 observa-se um valor de Sell Out acumulado no período em análise (entre Junho de 2021 a Janeiro de 2022) de 105,9 M€. Verificando-se superior a qualquer um dos restantes períodos em análise, o que representa uma variação positiva de +52,6%, por comparação entre a época de 2020/2021. No último mês em análise (Jan'22) a variação homóloga apresenta-se também positiva com uma performance de +31,7% (+3,84 M€).

(\*) 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 – Janeiro 2022

### Âmbito

Evolução mensal do Mercado de Farmácia em Portugal

### Periodicidade

Mensal

### Períodos Analisados

Meses - Janeiro/22

Ano Móvel - MAT Janeiro/21 e MAT Janeiro/22

Year to date - YTD Janeiro/21 e YTD Janeiro/22

### 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