

Market Watch Portugal

Março 2022

No mês de Março registou-se uma **variação positiva de +17,3% no Sell Out** em valor e **+22,1%** 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 +18,7% de Sell Out**, correspondendo a um crescimento de **+17,0 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.

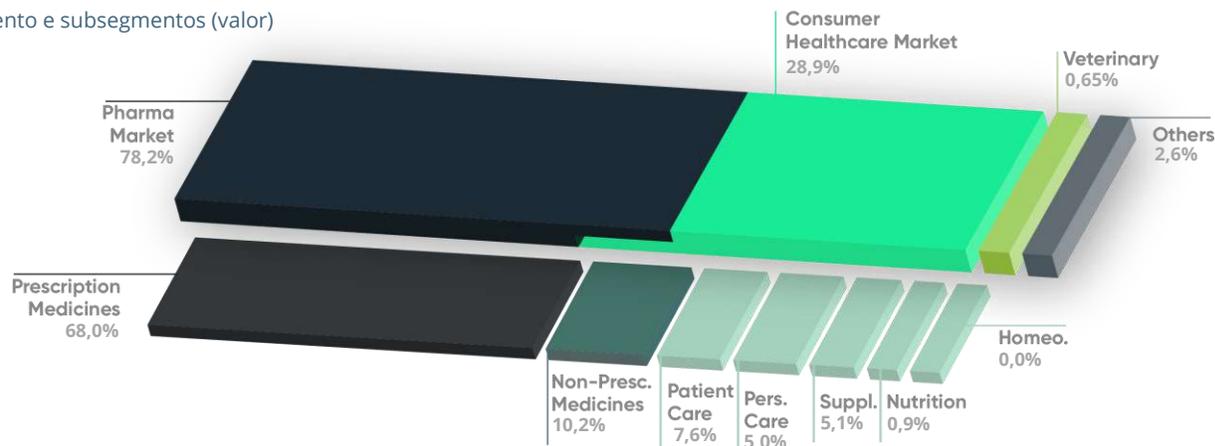
Because we believe that the power of knowledge grows when it is shared. And can change lives.



Mercado Total

Dinâmica do canal Farmácia

Março 2022
Peso por segmento e subsegmentos (valor)



Dinâmica do canal Farmácia

Por subsegmentos

	Março 2022						YTD Março 2022					
	VALOR			VOLUME			VALOR			VOLUME		
	M€	Q.M.	VARIAÇÃO	M UNID.	Q.M.	VARIAÇÃO	M€	Q.M.	VARIAÇÃO	M UNID.	Q.M.	VARIAÇÃO
Pharmaceutical Market	373,9 €	100,0%	17,3%	32,7	100,0%	22,1%	1 107,5 €	100,0%	22,1%	97,8	100,0%	26,3%
Pharma Market	292,2 €	78,2%	16,2%	25,6	78,2%	17,6%	812,8 €	73,4%	12,6%	71,1	72,7%	12,7%
Consumer Healthcare	107,9 €	28,9%	18,7%	10,2	31,3%	34,0%	308,1 €	27,8%	19,3%	31,6	32,3%	40,4%
Prescription Medicines	254,2 €	68,0%	13,7%	21,3	65,2%	13,8%	708,7 €	64,0%	10,9%	59,6	60,9%	10,4%
Branded	193,1 €	51,6%	14,5%	12,9	39,5%	14,1%	537,9 €	48,6%	11,7%	36,1	36,9%	10,7%
Generic	61,1 €	16,3%	11,2%	8,4	25,8%	13,4%	170,8 €	15,4%	8,7%	23,5	24,0%	9,9%
Non Prescription (OTC)	38,0 €	10,2%	36,5%	4,3	13,0%	40,8%	104,1 €	9,4%	25,3%	11,6	11,8%	26,0%
Branded	36,1 €	9,7%	36,0%	3,9	12,0%	40,2%	98,9 €	8,9%	24,7%	10,8	11,0%	25,5%
Generic	2,0 €	0,5%	47,0%	0,3	1,0%	49,2%	5,2 €	0,5%	36,8%	0,8	0,8%	32,8%
Homeopathy	0,1 €	0,0%	12,1%	0,0	0,0%	15,2%	0,2 €	0,0%	14,2%	0,0	0,0%	14,1%
Nutrition	3,5 €	0,9%	13,5%	0,2	0,8%	11,9%	9,4 €	0,8%	8,2%	0,6	0,7%	9,8%
Patient Care	28,3 €	7,6%	22,3%	3,4	10,5%	56,3%	91,0 €	8,2%	36,6%	13,0	13,3%	99,6%
Personal Care	18,8 €	5,0%	-7,4%	1,2	3,8%	-6,6%	51,0 €	4,6%	-2,5%	3,4	3,5%	-3,8%
Supplements	19,2 €	5,1%	16,5%	1,1	3,2%	21,6%	52,4 €	4,7%	10,6%	2,9	3,0%	11,0%
Others	9,7 €	2,6%	526,6%	1,0	3,1%	350,7%	85,1 €	7,7%	1958,6%	6,3	6,5%	968,6%
Veterinary	2,1 €	0,6%	-21,5%	0,1	0,4%	-27,4%	5,6 €	0,5%	-6,7%	0,4	0,4%	-14,6%

No mês de Março de 2022 o mercado farmacêutico registou uma variação positiva de +17,3% no Sell Out em valor e +22,1% em unidades face ao mesmo mês do ano anterior (período homólogo).

No segmento **Pharma** regista-se uma variação positiva de +16,2% de Sell Out, correspondendo a um acréscimo de +40,70 M€. Em volume, a variação é de +3,83 M Unid, +17,6%. Dentro do segmento Pharma, o crescimento de Sell Out é mais significativo em valor no subsegmento Prescription **Branded** com +14,5% e +14,1%, em valor e volume respetivamente.

É no segmento **Consumer Health** que se verifica uma variação positiva mais acentuada face ao mês homólogo, tanto em valor como em volume (respetivamente +18,7% e +34,0%). Todos os subsegmentos com exceção do Personal Care apresentam tendência positiva no mês, tanto em valor como em volume, quando comparado com Março'21.

O subsegmento **OTC** destaca-se com um crescimento mais acentuado, tanto em valor (+36,5%) como em volume (+40,8%), transversal a ambos os subsegmentos, **Branded** e **Genérico**.

Seguindo-se o **Patient Care** com um crescimento de +22,3% em valor e +56,3% em volume.

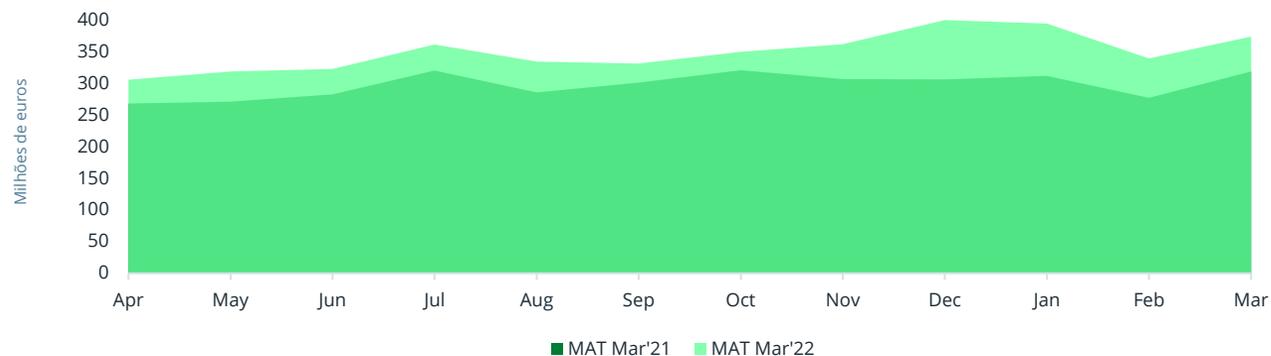
Destaca-se também o segmento **Others** com um crescimento em valor de +526,6% e +350,7% em volume, associado à dinâmica de realização de serviço de testagem COVID-19 nas farmácias.

O comportamento do mercado no primeiro trimestre do ano (YTD Mar'22), não obstante o contexto de pandemia de COVID-19 que regista já sinais de desagravamento, estabelece uma tendência de variação positiva em valor e volume, com uma variação de +22,1% e +26,3%, respetivamente.

Mercado Total

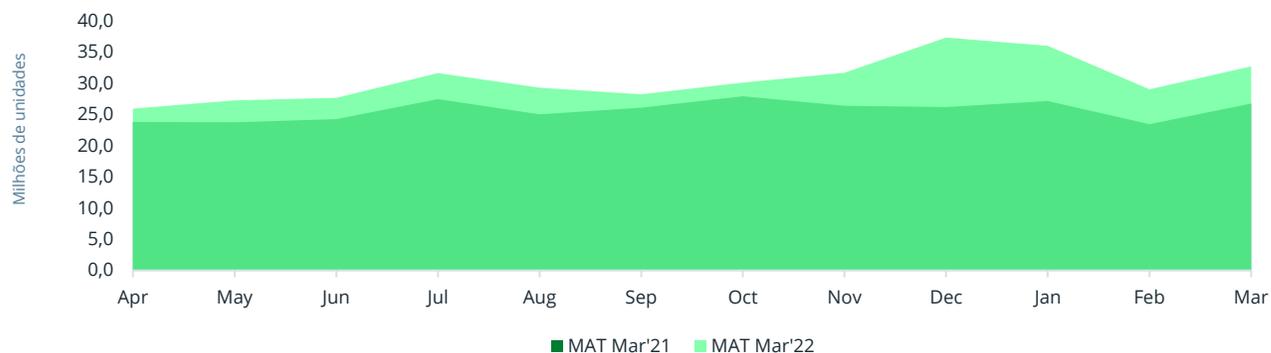
Evolução mensal em valor

Abril 2021 – Março 2022



Evolução mensal em volume

Abril 2021 – Março 2022



Comparativamente com o mês homólogo, em Março'22 o mercado apresenta variação positiva tanto em valor (+17,3%) como em volume (+22,1%).

Regista-se uma variação positiva face ao mês de Fevereiro'22 (+10,2% e +12,6% em valor e volume, respetivamente).

Pelo exposto, o crescimento registado no mês de Março'22 face ao homólogo mantém a perspetiva de crescimento do mercado face ao anterior contexto de pandemia.

Pharma Market



Maiores variações absolutas em valor | YTD Março 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)	12,53	50,7%
2		9	A10S - Agonista do GLP-1	9,02	69,6%
3		5	N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos	8,81	39,6%
4		1	B01F - Inibidores directos do Factor Xa	6,34	15,6%
5		33	R02A - Preparações para a garganta	3,39	93,6%

Marcas

rank	var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1		10	Ozempic	7,14	-
2		3	Ben-u-ron	4,00	61,9%
3		4	Forxiga	2,98	42,8%
4		1	Eliquis	2,57	14,5%
5		6	Xigduo	2,56	42,1%

No primeiro trimestre de 2022 (YTD Mar'22) 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 +12,53 M€ (+50,7%) face ao período homólogo. As marcas **Forxiga®** e **Xigduo®** revelam-se importantes alavancas deste crescimento, +2,98 M€ e +2,56 M€, respetivamente, que corresponde a um variação positiva de +42,8% e 42,1% face ao YTD homólogo.

Destaque novamente para 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 +9,02 M€ que corresponde a um crescimento relativo de +69,6% impulsionada pelo **Ozempic®** que é a marca que regista neste período maior crescimento absoluto, +7,14 M€.

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Março 2022

Classes ATC3

rank	var abs	rank volume	ATC3	Var. Abs. M Unid	Var.
1		1	N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos	2,31	40,0%
2		28	R02A - Preparações para a garganta	0,37	88,0%
3		6	M01A - Antireumáticos não esteróides	0,34	18,2%
4		33	R05C - Expectorantes	0,33	102,2%
5		2	C10A - Reguladores do colesterol e triglicéridos	0,32	9,4%

Marcas

rank	var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1		1	Ben-u-ron	1,27	55,8%
2		2	Brufen	0,31	53,7%
3		20	Metformina Generis	0,26	-
4		19	Streptfen	0,15	138,9%
5		10	Paracetamol Generis	0,14	66,1%

No que respeita às dispensas em volume desde o início do ano, salienta-se a classe ATC3, "N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos" que mantém a dinâmica de recuperação pelo crescimento absoluto de +2,31 M Unid face ao período homólogo e +40,0% em termos relativos, após impacto associado ao anterior contexto de maior atividade pandémica.

O segundo lugar de variação absoluta em volume é agora ocupado pela classe "R02A - Preparações para a garganta", com um crescimento absoluto de +0,37 M Unid face ao período homólogo (+88,0% em termos relativos), associada a uma performance extraordinária do mercado de inverno.

Destaque também para a classe "R05C - Expectorantes" que vem agora ocupar a quarta posição em termos de variação positiva em unidades regista um crescimento de +0,33 M Unid face ao período homólogo, que equivale a +102,2% de variação relativa.

No TOP 5 de marcas com maiores variações positivas nas dispensas, em volume, destaca-se novamente o **Ben-u-ron®** com uma variação de +1,27 M unidades e que corresponde a uma variação de +55,8% em termos relativos.

Pharma Market | Generic

Maiores variações absolutas em valor | YTD Março 2022

DCIs

rank var abs	rank valor	DCI	Var. Abs. M€	Var.
1	1	Atorvastatina	1,23	14,8%
2	2	Rosuvastatina	0,93	22,2%
3	19	Paracetamol	0,77	46,8%
4	22	Ibuprofeno	0,61	42,5%
5	12	Tadalafil	0,54	24,5%

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Março 2022

DCIs

rank var abs	rank volume	DCI	Var. Abs. M Unid	Var.
1	2	Paracetamol	0,37	48,2%
2	1	Atorvastatina	0,21	13,9%
3	8	Ibuprofeno	0,19	45,2%
4	49	Diazepam	0,13	>1000%
5	11	Rosuvastatina	0,10	25,2%

Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	12	Metformina Generis	0,76	-
2	58	Dextazin	0,45	-
3	4	Ibuprofeno Generis	0,36	60,9%
4	19	Rivastigmina Generis	0,34	96,0%
5	97	Diazepam Ratiopharm	0,32	>1000%

Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	6	Metformina Generis	0,26	-
2	14	Diazepam Ratiopharm	0,13	>1000%
3	2	Paracetamol Generis	0,12	63,3%
4	3	Ibuprofeno Generis	0,12	65,4%
5	5	Paracetamol Pharmakern	0,08	44,3%

No TOP 5 de DCIs de medicamentos genéricos com crescimento absoluto em valor mais acentuado nos últimos três meses encontram-se a Atorvastatina e Rosuvastatina, que neste período cresceram respetivamente +1,23 M€ e +0,93 M€ face ao YTD homólogo. Em termos relativos apresentam variações positivas tanto em volume como em valor.

Destaque também novamente para a **Metformina Generis®** que apresenta um crescimento absoluto no mercado de +0,76 M€.

No TOP 5 de DCIs com maiores variações absolutas em volume para além das estatinas – Atorvastatina e Rosuvastatina – todas com variações positivas face ao YTD homólogo, em primeiro lugar no ranking de moléculas com maior variação absoluta em volume encontra-se o Paracetamol, com +0,37 M unidades, +48,2%, em consonância com a citada recuperação do mercado.

Consumer Health Market



Maiores variações absolutas em valor | YTD Março 2022

Classes HMR

rank var abs	rank valor	HMR3	Var. Abs. M€	Var.
1	1	H26.28.1. - COVID-19	19,17	>1000%
2	8	H01.2.1. - Inflamação Garganta	3,71	103,2%
3	5	H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos	2,83	41,9%
4	14	H01.1.1. - Expectorantes	2,66	101,0%
5	12	H01.4.1. - Antigripais	2,55	69,0%

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Março 2022

Classes HMR

rank var abs	rank volume	HMR3	Var. Abs. M Unid	Var.
1	1	H26.28.1. - COVID-19	6,03	>1000%
2	2	H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos	0,55	40,6%
3	5	H01.2.1. - Inflamação Garganta	0,41	90,8%
4	8	H01.1.1. - Expectorantes	0,31	99,1%
5	6	H01.4.1. - Antigripais	0,28	67,2%

Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	3	Flowflex	5,93	-
2	5	All Test	4,13	>1000%
3	9	SARS-CoV-2 Genrui	2,95	-
4	1	Freestyle	2,31	22,6%
5	26	Boson Biotech	1,85	-

Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	1	Flowflex	1,96	-
2	2	All Test	1,41	>1000%
3	3	SARS-CoV-2 Genrui	0,91	-
4	5	Boson Biotech	0,61	-
5	9	Labnovation	0,33	-

No TOP 5 de classes HMR3 do segmento Consumer Health com maior crescimento em valor e em volume no YTD Mar'22 mantém-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 +19,17 M€ e +6,03 M Unid. neste período. O **Flowflex**® e **All test**® autotestes SARS-CoV-2 contribuem de forma relevante para o Sell Out desta classe com +1,96 M Unid e +5,93 M€ e +1,41 M Unid e +4,13 M€ no YTD Mar'22, respetivamente.

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 +3,71 M€.

Destaque para a variação positiva de +101,0%, +2,66 M€ no SO em valor da classe "H01.1.1. - Expectorantes" e +69%, +2,55M€ da classe "H01.4.1. - Antigripais" no YTD Mar'22 face ao homólogo.

Consumer Health Market | TOP3 Marcas (1/2)



OTCs em valor

YTD Março 2022

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	5	Strepfen	1 413 949	150,5%
2	4	Ben-u-ron	1 337 199	115,5%
3	3	Brufen	1 254 248	83,8%

Supplements em valor

YTD Março 2022

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	3	Grintuss	1 328 290	245,6%
2	16	Bisolnatural	348 129	137,6%
3	11	Atyflor	348 071	78,4%

Personal Care em valor

YTD Março 2022

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	8	Caudalie	196 982	11,3%
2	7	Filorga	192 182	10,7%
3	35	Nuxe	103 708	40,8%

OTCs em unidades

YTD Março 2022

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	1	Ben-u-ron	312 577	84,8%
2	3	Brufen	182 891	80,5%
3	5	Strepfen	153 682	138,9%

Supplements em unidades

YTD Março 2022

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	1	Grintuss	99 963	236,0%
2	11	Bisolnatural	23 366	112,4%
3	8	Atyflor	21 779	71,2%

Personal Care em unidades

YTD Março 2022

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	19	Curaprox	16 249	46,4%
2	63	Bow New York	8 662	-
3	11	SVR	5 436	7,8%

OTC

No TOP 3 marcas do segmento OTC com maiores variações absolutas, o **Strepfen**® no YTD Mar'22 vs homólogo apresenta em valor uma evolução positiva (crescimento de +150,5%, +1,41 M€). No YTD Mar'22 ocupa a primeira posição no ranking do crescimento segmento em valor e a terceira posição em unidades.

Segue-se o **Ben-u-ron**® com crescimento em valor de +115,5% e em unidades de +84,8% face ao YTD homólogo.

Destaca-se ainda o **Brufen**® com uma dinâmica de crescimento em volume +182 891 Unid. e que lhe permite ocupar a terceira posição do TOP3 de marcas com maior variação absoluta em valor (+83,8%) e a segunda posição no top com maior absoluta em volume (+80,5%)

SUPPLEMENTS

Dentro do TOP 3 de variação absoluta verifica-se o maior crescimento em valor e em volume da marca **Grintuss**® (+245,6% em valor, +236,0% em volume), na segunda posição de variação em valor o **Bisolnatural**® (+137,6% em valor).

Na terceira posição do TOP 3 marcas com maiores variações em valor mantém-se a marca **Atyflor**® com uma variação positiva de +78,4% (+348 071 €), correspondendo igualmente à terceira maior variação em unidades +21 779, +71,2% de crescimento relativo.

PERSONAL CARE

No TOP 3 marcas com maiores variações absolutas associadas ao Personal Care, destaque para a marca **Caudalie**® que apresenta uma evolução de vendas em valor de +196 982 € (+11,3%) face ao YTD homólogo, seguindo-se a marca **Filorga**® com um crescimento de +192 182 € (+10,7%), ocupando a segunda posição respetivamente na ordem de crescimento em valor deste segmento.

No TOP 3 marcas com maiores variações absolutas no Sell Out, destaque novamente para a marca **Curaprox**® com a maior variação em unidades (+46,4%).

Consumer Health Market | TOP3 Marcas (2/2)



Patient Care em valor

YTD Março 2022

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	2	Flowflex	5 927 486	-
2	3	All Test	4 127 672	>1000%
3	5	SARS-CoV-2 Genrui	2 949 659	-

Nutrition em valor

YTD Março 2022

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	4	Fresubin	209 599	44,6%
2	2	Aptamil	175 928	18,6%
3	1	Nan	148 455	12,2%

Homeopathy em valor

YTD Março 2022

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	1	Boiron	17 784	18,0%
2	2	Lymphomyosot	7 566	28,3%
3	6	Engystol	1 952	103,4%

Patient Care em unidades

YTD Março 2022

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	1	Flowflex	1 964 230	-
2	2	All Test	1 406 554	>1000%
3	3	SARS-CoV-2 Genrui	908 656	-

Nutrition em unidades

YTD Março 2022

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	6	Fresubin	13 598	39,3%
2	8	Nestlé	12 584	58,6%
3	4	Aptamil	9 603	16,6%

Homeopathy em unidades

YTD Março 2022

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	1	Boiron	3640	16,2%
2	3	Lymphomyosot	141	15,7%
3	8	Engystol	129	94,2%

PATIENT CARE

Considerando o TOP 3 de variação absoluta em valor no YTD Mar'22 do segmento de Patient Care, os autotestes de despiste de SARS-CoV-2 preenchem o ranking em valor e volume. A marca **Flowflex**® mantém a primeira posição, com uma variação de +5,93 M€, seguindo-se a **All Test**® com uma variação de +4,13 M€, assim como a marca **SARS-CoV-2 Genrui**® que regista a terceira posição com +2,95 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 Mar'22, em valor, a marca **Fresubin**® apresenta a maior variação positiva em valor (+44,6% no YTD Mar'22 face ao homólogo, respetivamente).

A marca **Aptamil**® ocupa a segunda posição do TOP 3 de marcas com maiores variações em valor no YTD Mar'22 com +18,6% face ao homólogo (+175 928 €), seguida da marca **Nan**® que apresenta uma variação de +12,2%.

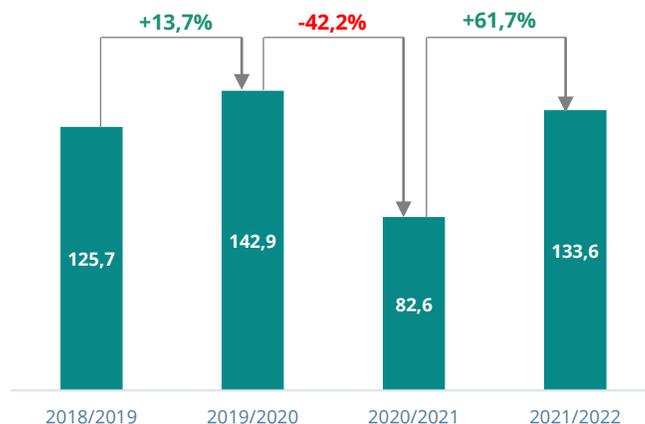
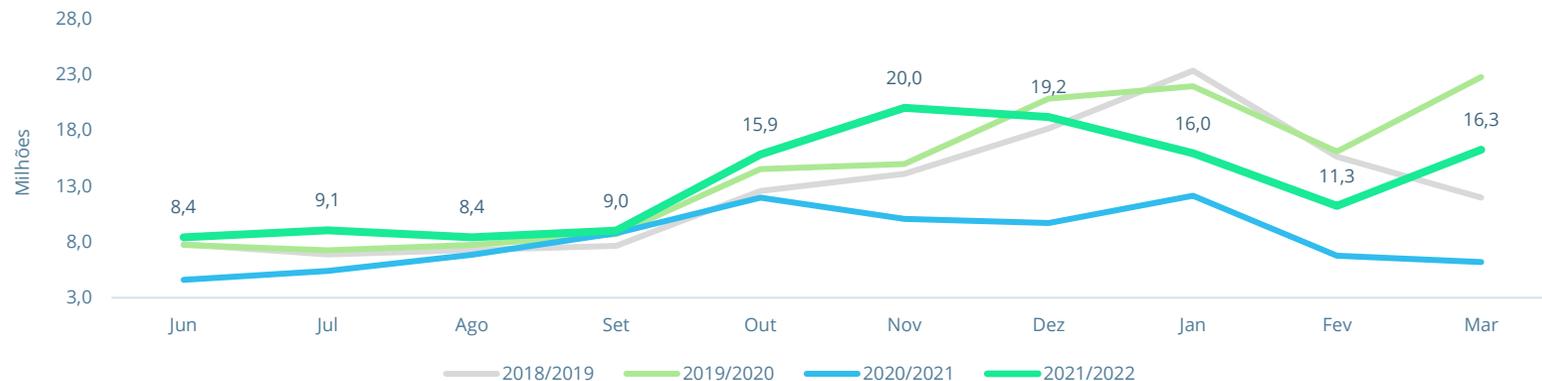
HOMEOPATHY

As marcas identificadas com maiores variações positivas são as seguintes: **Boiron**® (+18,0% e +16,2%, em valor e volume no YTD Mar'22), seguida da **Lymphomyosot**® e **Engystol**®.

Análise extra – Consumer Health (Categorias de inverno)

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

Junho-Março
Anos de 2018 a 2022



No mês de Março de 2022 esperávamos terminar a análise do mercado de produtos associados às categorias *cough & cold* (*), todavia, em virtude da performance excepcional destas categorias no mês de Março, voltámos a analisar o mercado entre os meses de Junho de 2021 e Março de 2022 para os períodos de 2018/2019, 2019/2020, 2020/2021 e 2021/2022.

Em Março'22 observa-se um valor de Sell Out acumulado no período em análise (entre Junho de 2021 a Fevereiro de 2022) de 133,6 M€.

O valor de mercado atinge assim um valor semelhante ao período 2019/2020, que registou um pico de abastecimento no mês de Março de 2020, anterior à entrada em confinamento.

Neste âmbito, observa-se uma variação positiva de +61,7%, por comparação com a época de 2020/2021.

No mês de Março verifica-se uma variação homóloga de +162,7%, correspondendo a uma variação absoluta do mercado de mais de 10 milhões de euros (+10,1 M€), o que se associa a um crescimento do número de infeções respiratórias e sintomatologia gripal fora de época de sazonalidade por referência aos períodos anteriores.

(*) 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.

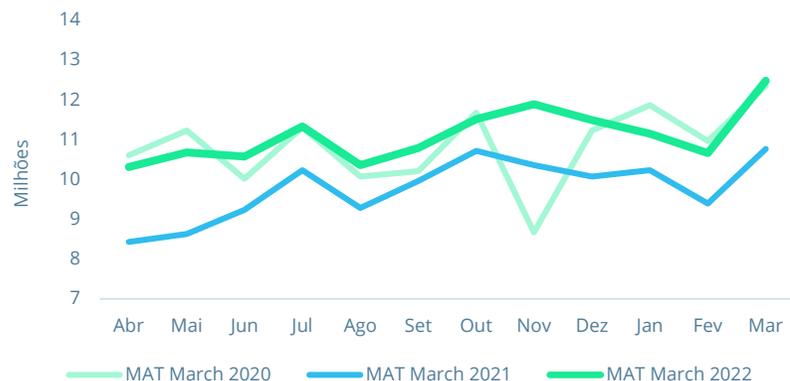
Análise extra – Mercado de Prescrição

Análise sobre o número de prescrições médicas dispensadas em farmácia

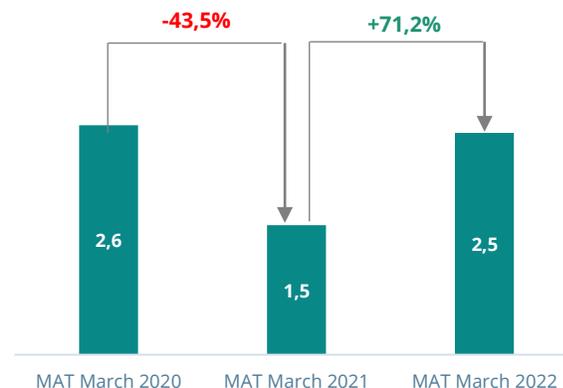
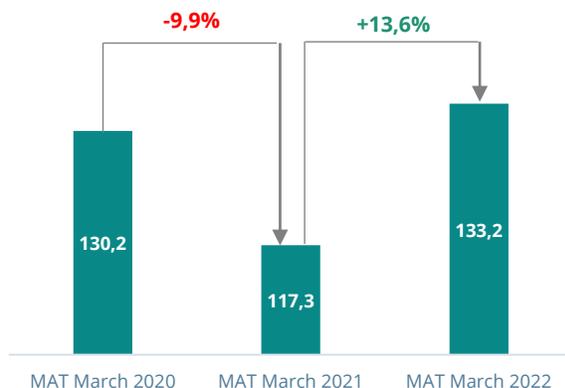
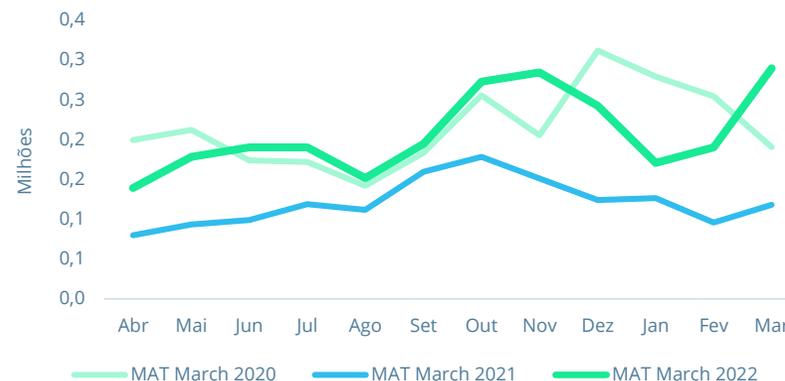
MAT Mar'2020 – MAT Mar'2022

Total de prescrições e prescrições da especialidade de Pediatria

Total de prescrições



Pediatria



No mês de Março de 2022 apresentamos ainda uma análise relativa à evolução do número de prescrições médicas dispensadas em farmácia entre Abril de 2019 a Março de 2022, MAT de Março de 2020 a MAT de Março de 2022.

Neste âmbito, observamos que no período MAT Mar'22 foram registadas dispensas associadas a 133,2 milhões de prescrições o que representa uma variação de +13,2% face ao período entre Abril de 2020 a Março de 2021 que corresponde ao período de início de confinamento relativo à pandemia de COVID-19.

Deste modo, a evolução do número de prescrições dispensadas no MAT Mar'22 suplanta o número de prescrições registadas no MAT Mar'20, que se associa a uma retoma e incremento da atividade assistencial.

Quando analisadas as prescrições relativas à especialidade de Pediatria verifica-se uma variação +71,2% no MAT Mar'22, todavia, assinalando-se uma recuperação do número de prescrições relativas ao MAT de Março de 2020.

Destaque também para o crescimento do número de prescrições no mês de Março de 2022 que regista no total de prescrições uma variação de +16,0% e na especialidade de Pediatria +145,6% por comparação ao período homólogo.

FICHA TÉCNICA

MARKET WATCH PORTUGAL – Março 2021

Âmbito

Evolução mensal do Mercado de Farmácia em Portugal

Periodicidade

Mensal

Períodos Analisados

Meses - Abril/21 a Março/22

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

Year to date - YTD Março/21 e YTD Março/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 Novembro teve por base um painel de 2.532 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