

Market Watch Portugal

Abril 2022

No mês de Abril registou-se uma **variação positiva de +13,0% no Sell Out** em valor e **+14,2%** 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 +16,3% de Sell Out**, correspondendo a um crescimento de **+14,5 M€**.

Hugo Reis
Market Intelligence & Analytics
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.

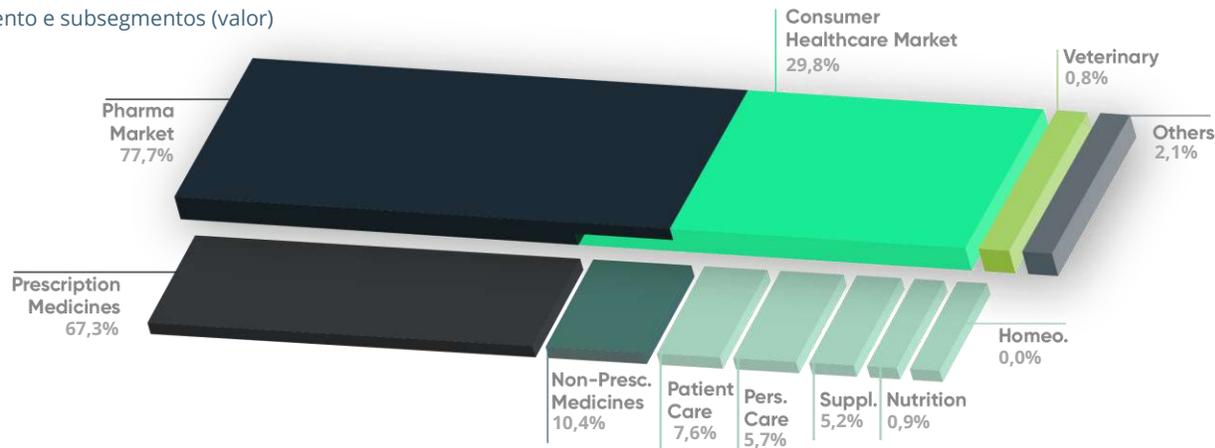


Mercado Total

Dinâmica do canal Farmácia

Abril 2022

Peso por segmento e subsegmentos (valor)



Dinâmica do canal Farmácia

Por subsegmentos

	Abril 2022						YTD Abril 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	345,2 €	100,0%	13,0%	29,7	100,0%	14,2%	1 452,7 €	100,0%	19,8%	127,5	100,0%	23,3%
Pharma Market	268,3 €	77,7%	11,5%	23,3	78,5%	10,7%	1 081,1 €	74,4%	12,3%	94,4	74,1%	12,2%
Consumer Healthcare	102,9 €	29,8%	16,3%	9,3	31,5%	23,0%	411,0 €	28,3%	18,6%	40,9	32,1%	36,0%
Prescription Medicines	232,5 €	67,3%	9,4%	19,4	65,3%	8,0%	941,2 €	64,8%	10,5%	79,0	61,9%	9,8%
Branded	176,4 €	51,1%	10,1%	11,7	39,5%	7,8%	714,3 €	49,2%	11,3%	47,8	37,5%	10,0%
Generic	56,1 €	16,3%	7,4%	7,7	25,9%	8,3%	226,9 €	15,6%	8,3%	31,2	24,4%	9,5%
Non Prescription (OTC)	35,9 €	10,4%	27,1%	3,9	13,2%	26,1%	139,9 €	9,6%	25,7%	15,5	12,2%	26,0%
Branded	34,0 €	9,8%	26,3%	3,6	12,2%	25,7%	132,9 €	9,1%	25,1%	14,4	11,3%	25,5%
Generic	1,9 €	0,5%	43,9%	0,3	0,9%	31,5%	7,0 €	0,5%	38,6%	1,1	0,9%	32,5%
Homeopathy	0,1 €	0,0%	8,1%	0,0	0,0%	9,1%	0,3 €	0,0%	12,6%	0,0	0,0%	12,8%
Nutrition	3,2 €	0,9%	11,4%	0,2	0,7%	2,2%	12,6 €	0,9%	9,0%	0,9	0,7%	7,8%
Patient Care	26,1 €	7,6%	13,4%	3,0	10,0%	31,0%	117,1 €	8,1%	30,7%	16,0	12,5%	81,9%
Personal Care	19,5 €	5,7%	7,2%	1,3	4,2%	6,9%	70,5 €	4,9%	0,0%	4,7	3,7%	-1,1%
Supplements	18,1 €	5,2%	13,0%	1,0	3,3%	17,9%	70,5 €	4,9%	11,2%	3,9	3,0%	12,7%
Others	7,2 €	2,1%	275,1%	0,8	2,6%	219,6%	92,3 €	6,4%	1423,6%	7,1	5,6%	748,7%
Veterinary	2,7 €	0,8%	-4,9%	0,2	0,6%	-13,2%	8,3 €	0,6%	-6,1%	0,5	0,4%	-14,2%

No mês de Abril de 2022 o mercado farmacêutico registou uma variação positiva de +13,0% no Sell Out em valor e +14,2% em unidades face ao mesmo mês do ano anterior (período homólogo).

No segmento **Pharma** regista-se uma variação positiva de +11,5% de Sell Out, correspondendo a um acréscimo de +27,67 M€. Em volume, a variação é de +2,24 M Unid, +10,7%. Dentro do segmento Pharma, o crescimento de Sell Out é mais significativo em valor no subsegmento Prescription **Branded** com +10,1% e +7,8%, 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 +16,3% e +23,0%). Todos os subsegmentos apresentam tendência positiva no mês, tanto em valor como em volume, quando comparado com Abril'21.

O subsegmento **OTC** destaca-se com um crescimento mais acentuado, tanto em valor (+27,1%) como em volume (+26,1%), transversal a ambos os subsegmentos, **Branded** e **Genérico**.

Seguindo-se o **Patient Care** com um crescimento de +13,4% em valor e +31,0% em volume.

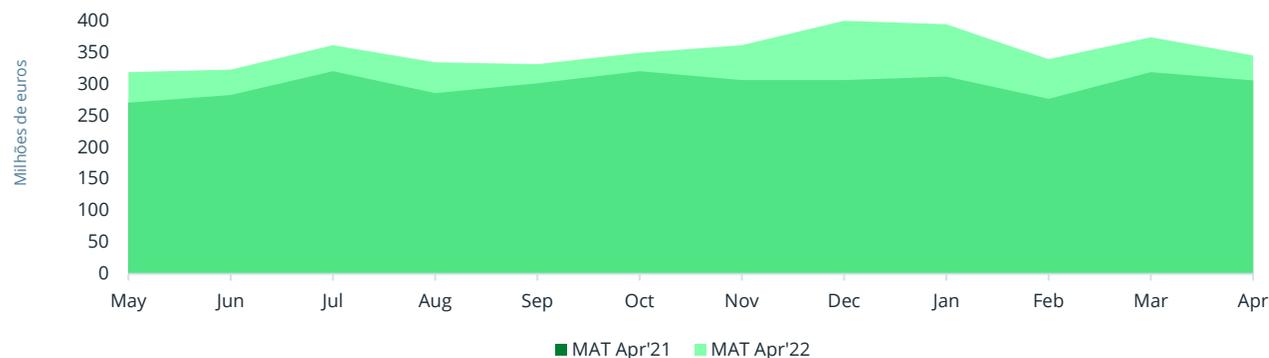
Destaca-se novamente o segmento **Others** com um crescimento em valor de +275,1% e +219,6% em volume, associado à dinâmica de realização de serviço de testagem COVID-19 nas farmácias.

O comportamento do mercado no primeiro trimestre do ano (YTD Abr'22) apresenta assim uma tendência de variação positiva em valor e volume, com uma variação de +19,8% e +23,3%, respetivamente.

Mercado Total

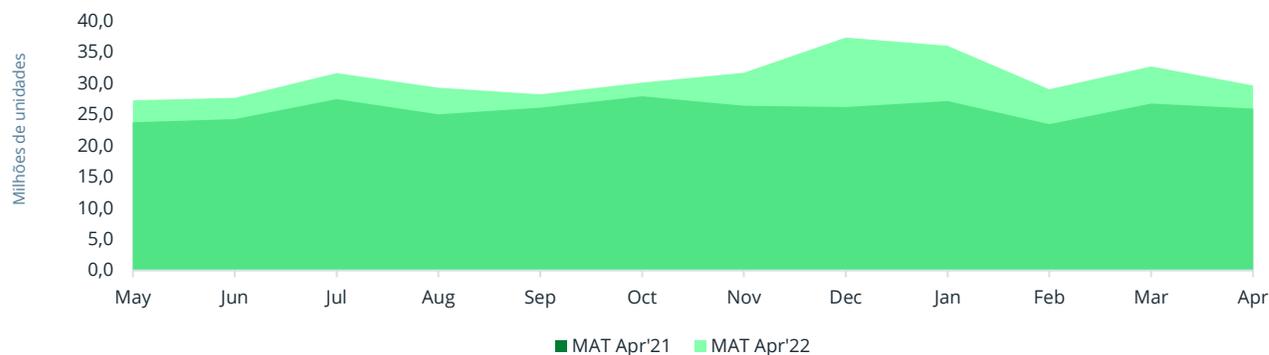
Evolução mensal em valor

Maio 2021 – Abril 2022



Evolução mensal em volume

Maio 2021 – Abril 2022



Comparativamente com o mês homólogo, em Abril'22 o mercado apresenta variação positiva tanto em valor (+13,0%) como em volume (+14,2%).

Regista-se uma retração do crescimento face ao mês de Março'22 (-7,7% e -9,3% em valor e volume, respetivamente).

Pelo exposto, o crescimento registado no mês de Abril'22 face ao homólogo e mês anterior faz antever a manutenção de uma variação positiva no mercado, mesmo que ainda em contexto de pandemia COVID-19.

Pharma Market



Maiores variações absolutas em valor | YTD Abril 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)	16,92	50,5%
2		7	A10S - Agonista do GLP-1	12,24	69,6%
3		1	B01F - Inibidores directos do Factor Xa	8,18	15,1%
4		10	N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos	5,45	26,7%
5		5	C09D - Associações de antagonistas da angiotensina-II	4,44	12,3%

Marcas

rank	var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1		10	Ozempic	9,96	>1000%
2		3	Forxiga	4,01	42,7%
3		5	Xigduo	3,44	41,8%
4		1	Eliquis	3,33	14,1%
5		6	Trulicity	3,29	41,4%

No primeiro quadrimestre de 2022 (YTD Abr'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 +16,92 M€ (+50,5%) face ao período homólogo. As marcas **Forxiga®** e **Xigduo®** revelam-se importantes alavancas deste crescimento, +4,01 M€ e +3,44 M€, respetivamente, que corresponde a um variação positiva de +42,7% e 41,8% 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 +12,92 M€ que corresponde a um crescimento relativo de +69,6% impulsionada pelo **Ozempic®** que é a marca que regista neste período maior crescimento absoluto, +9,96 M€.

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Abril 2022

Classes ATC3

rank	var abs	rank volume	ATC3	Var. Abs. M Unid	Var.
1		1	N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos	1,77	30,6%
2		6	M01A - Antireumáticos não esteróides	0,43	17,3%
3		2	C10A - Reguladores do colesterol e triglicérideos	0,41	8,9%
4		23	A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	0,38	50,8%
5		22	J01C - Penicilinas de largo espectro	0,35	43,4%

Marcas

rank	var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1		1	Ben-u-ron	1,10	43,3%
2		13	Metformina Generis	0,36	>1000%
3		6	Brufen	0,17	36,9%
4		68	Diazepam Ratiopharm	0,16	685,4%
5		10	Ibuprofeno Generis	0,15	63,1%

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 +1,77 M Unid face ao período homólogo e +30,6% 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 "M01A - Antireumáticos não esteróides", com um crescimento absoluto de +0,43 M Unid face ao período homólogo (+17,3% em termos relativos).

Destaque também para a classe "C10A - Reguladores do colesterol e triglicérideos" que ocupa a terceira posição em termos de variação positiva em unidades registando um crescimento de +0,41 M Unid face ao período homólogo, que equivale a +8,9% 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 +1,10 M unidades e que corresponde a uma variação de +43,3% em termos relativos.

Pharma Market | Generic



Maiores variações absolutas em valor | YTD Abril 2022

DCIs

rank var abs	rank valor	DCI	Var. Abs. M€	Var.
1	1	Atorvastatina	1,58	14,2%
2	2	Rosuvastatina	1,22	21,7%
3	19	Paracetamol	0,84	41,3%
4	12	Tadalafil	0,70	23,5%
5	27	Amoxicilina + Ácido clavulânico	0,69	42,3%

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Abril 2022

DCIs

rank var abs	rank volume	DCI	Var. Abs. M Unid	Var.
1	2	Paracetamol	0,38	42,0%
2	1	Atorvastatina	0,27	13,4%
3	10	Ibuprofeno	0,20	41,3%
4	47	Diazepam	0,16	683,9%
5	33	Azitromicina	0,13	89,4%

Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	10	Metformina Generis	1,08	>1000%
2	4	Ibuprofeno Generis	0,45	58,0%
3	19	Rivastigmina Generis	0,45	91,8%
4	95	Diazepam Ratiopharm	0,39	714,6%
5	2	Atorvastatina Teva	0,32	20,7%

Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	3	Metformina Generis	0,36	>1000%
2	15	Diazepam Ratiopharm	0,16	685,4%
3	2	Ibuprofeno Generis	0,15	63,1%
4	7	Paracetamol Generis	0,11	55,4%
5	6	Paracetamol Pharmakern	0,10	41,5%

No TOP 5 de DCIs de medicamentos genéricos com crescimento absoluto em valor mais acentuado nos últimos quatro meses encontram-se a Atorvastatina e Rosuvastatina, que neste período cresceram respetivamente +1,58 M€ e +1,22 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 +1,08 M€ (+0,36 M unidades).

No TOP 5 de DCIs com maiores variações absolutas em volume encontra-se também a estatina – Atorvastatina –. Em primeiro lugar no ranking de moléculas com maior variação absoluta em volume encontra-se o Paracetamol, com +0,38 M unidades, +42,0%, em consonância com a citada recuperação do mercado.

Consumer Health Market



Maiores variações absolutas em valor | YTD Abril 2022

Classes HMR

rank var abs	rank valor	HMR3	Var. Abs. M€	Var.
1	1	H26.28.1. - COVID-19	20,45	>1000%
2	3	H26.4.11. - Medição glicose flash	3,11	28,0%
3	13	H01.1.5. - Alívio da tosse seca e produtiva	2,72	202,5%
4	14	H04.2.4. - Reguladores da flora intestinal	0,99	35,5%
5	16	H01.3.1. - Preparações nasais de água do mar	0,98	44,4%

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Abril 2022

Classes HMR

rank var abs	rank volume	HMR3	Var. Abs. M Unid	Var.
1	1	H26.28.1. - COVID-19	6,67	>1000%
2	10	H01.1.5. - Alívio da tosse seca e produtiva	0,20	184,4%
3	3	H20.22.1. - Material de Injecção	0,15	33,8%
4	5	H01.3.4. - Limpeza Nasal e Ocular	0,12	40,9%
5	13	H01.3.1. - Preparações nasais de água do mar	0,08	40,1%

Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	2	Flowflex	7,03	-
2	4	All Test	4,41	>1000%
3	14	SARS-CoV-2 Genrui	3,02	>1000%
4	1	Freestyle	2,89	21,0%
5	23	Boson Biotech	1,98	-

Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	1	Flowflex	2,41	-
2	2	All Test	1,51	>1000%
3	3	SARS-CoV-2 Genrui	0,93	>1000%
4	5	Boson Biotech	0,66	-
5	8	Labnovation	0,35	-

No TOP 5 de classes HMR3 do segmento Consumer Health com maior crescimento em valor e em volume no YTD Abr'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 +20,45 M€ e +6,67 M Unid. neste período. O **Flowflex**® e **All test**® autotestes SARS-CoV-2 contribuem de forma relevante para o Sell Out desta classe com +2,41 M Unid e +7,03 M€ e +1,51 M Unid. e +4,41 M€ no YTD Abr'22, respetivamente.

Em termos de ganhos absolutos em valor salienta-se também a classe "H01.1.5. - Alívio da tosse seca e produtiva" com um crescimento face ao período homólogo de +2,72 M€ (+202,5%) e +0,20 M Unid., +184,4% no YTD Abr'22 face ao homólogo.

Consumer Health Market | TOP3 Marcas (1/2)



OTCs em valor

YTD Abril 2022

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	5	Strepfen	1 993 998	166,7%
2	3	Brufen	1 643 708	81,5%
3	4	Ben-u-ron	1 612 715	101,5%

Supplements em valor

YTD Abril 2022

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	3	Grintuss	1 848 376	251,4%
2	9	Atyflor	516 054	85,4%
3	16	Bisolnatural	465 786	145,5%

Personal Care em valor

YTD Abril 2022

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	8	Caudalie	266 375	11,4%
2	4	Isdin	217 045	5,8%
3	9	SVR	186 615	11,4%

OTCs em unidades

YTD Abril 2022

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	1	Ben-u-ron	365 268	72,9%
2	3	Brufen	237 412	77,1%
3	5	Strepfen	216 508	153,8%

Supplements em unidades

YTD Abril 2022

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	1	Grintuss	138 522	241,0%
2	8	Atyflor	32 243	77,5%
3	11	Bisolnatural	31 465	120,1%

Personal Care em unidades

YTD Abril 2022

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	19	Curaprox	22 019	46,3%
2	11	SVR	13 788	15,1%
3	62	Bow New York	13 195	-

OTC

No TOP 3 marcas do segmento OTC com maiores variações absolutas, o **Strepfen**® no YTD Abr'22 vs homólogo apresenta em valor uma evolução positiva (crescimento de +166,7%, +1,99 M€). No YTD Abr'22 ocupa a primeira posição no ranking do crescimento segmento em valor e a terceira posição em unidades.

Segue-se o **Brufen**® com crescimento em valor de +81,5% e em unidades de +77,1% face ao YTD homólogo.

Destaca-se ainda o **Ben-u-ron**® com uma dinâmica de crescimento em volume +365 268 Unid. e que lhe permite ocupar a terceira posição do TOP3 de marcas com maior variação absoluta em valor (+101,5%) e a primeira posição no top com maior absoluta em volume (+72,9%)

SUPPLEMENTS

Dentro do TOP 3 de variação absoluta verifica-se o maior crescimento em valor e em volume da marca **Grintuss**® (+251,4% em valor, +241,0% em volume), na segunda posição de variação em valor o **Atyflor**® (+85,4% em valor).

Na terceira posição do TOP 3 marcas com maiores variações em valor mantém-se a marca **Bisolnatural**® com uma variação positiva de +145,5% (+465 786 €), correspondendo igualmente à terceira maior variação em unidades +31 465, +120,1% 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 +266 375 € (+11,4%) face ao YTD homólogo, seguindo-se a marca **Isdin**® com um crescimento de +217 045 € (+5,8%), 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 ainda para a marca **Curaprox**® com a maior variação em unidades (+46,3%).

Consumer Health Market | TOP3 Marcas (2/2)



Patient Care em valor

YTD Abril 2022

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	2	Flowflex	7 027 585	-
2	3	All Test	4 405 035	>1000%
3	6	SARS-CoV-2 Genrui	3 016 570	>1000%

Nutrition em valor

YTD Abril 2022

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	4	Fresubin	272 006	41,7%
2	2	Aptamil	248 950	19,9%
3	1	Nan	218 663	13,6%

Homeopathy em valor

YTD Abril 2022

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	1	Boiron	22 418	16,7%
2	2	Lymphomyosot	8 482	22,5%
3	10	Lufeel	2 648	587,7%

Patient Care em unidades

YTD Abril 2022

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	1	Flowflex	2 410 635	-
2	2	All Test	1 513 509	>1000%
3	3	SARS-CoV-2 Genrui	933 410	>1000%

Nutrition em unidades

YTD Abril 2022

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	6	Fresubin	17 368	36,2%
2	8	Nestlé	16 432	54,3%
3	4	Aptamil	13 241	17,3%

Homeopathy em unidades

YTD Abril 2022

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	1	Boiron	4550	14,9%
2	11	Lufeel	190	612,9%
3	8	Engystol	172	104,2%

PATIENT CARE

Considerando o TOP 3 de variação absoluta em valor no YTD Abr'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 +7,03 M€, seguindo-se a **All Test**® com uma variação de +4,41 M€, assim como a marca **SARS-CoV-2 Genrui**® que regista a terceira posição com +3,02 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 Abr'22, em valor, a marca **Fresubin**® apresenta a maior variação positiva em valor (+41,7% no YTD Abr'22 face ao homólogo, respetivamente).

A marca **Aptamil**® ocupa a segunda posição do TOP 3 de marcas com maiores variações em valor no YTD Abr'22 com +19,9% face ao homólogo (+248 950 €), seguida da marca **Nan**® que apresenta uma variação de +13,6%.

HOMEOPATHY

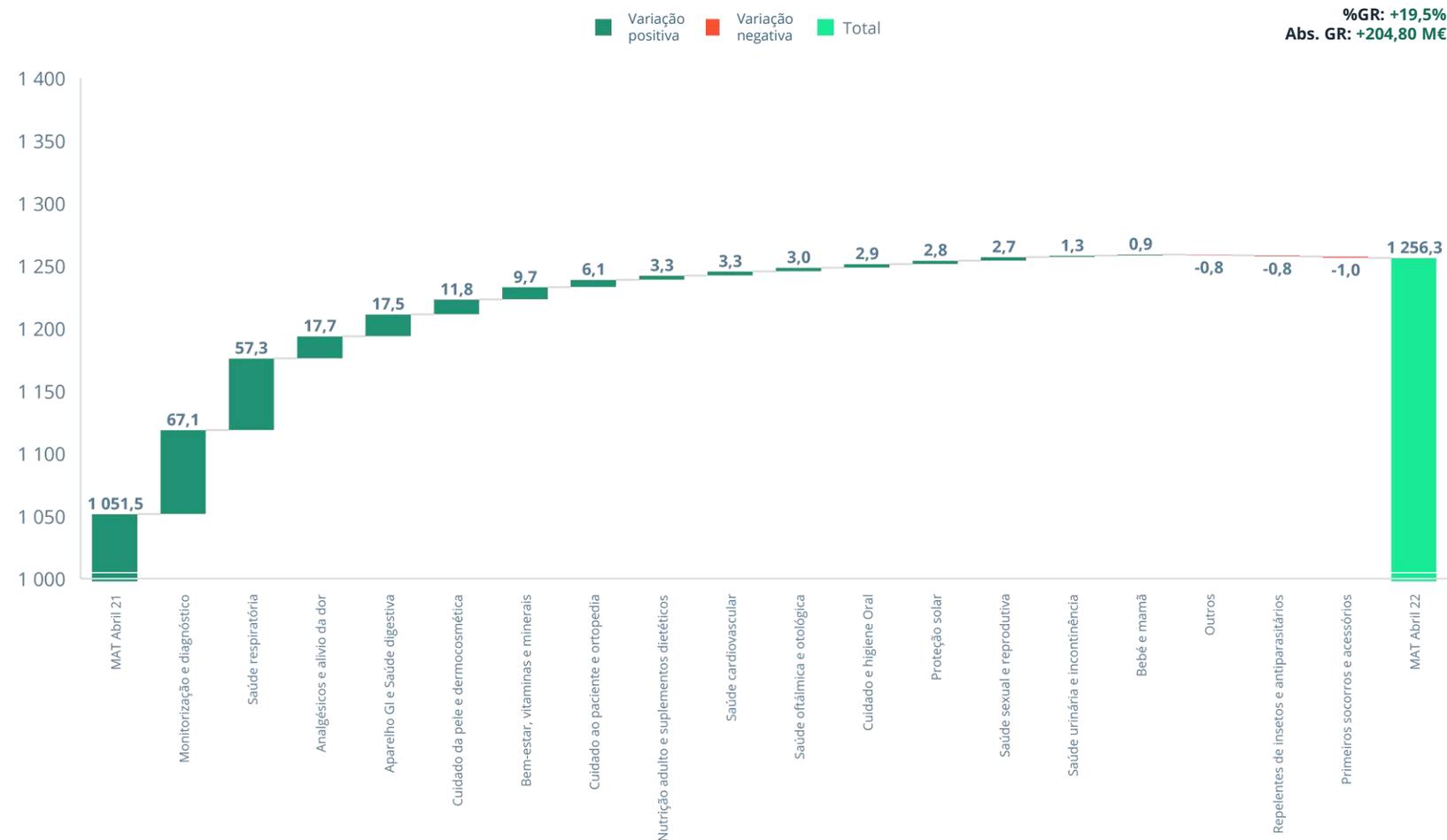
As marcas identificadas com maiores variações positivas são as seguintes: **Boiron**® (+16,7% e +14,9%, em valor e volume no YTD Abr'22), seguida da **Lymphomyosot**® e **Lufeel**®.

Análise extra – Consumer Health



Evolução do mercado Consumer Health (M€)

MAT Abril 2022



No mês de Abril de 2022 apresentamos uma análise sobre a evolução do mercado Consumer Health em valor nas Farmácias tendo por base o MAT Abril 2021, assinalando-se as categorias de mercado com uma dinâmica positiva e/ou negativa de variação.

Neste âmbito, verifica-se que o mercado Consumer Health apresenta no MAT Abr'22 um crescimento de +204,8 M€, +19,5%. Esta variação representa uma recuperação do valor associado à contração do mercado durante o período inicial de pandemia por COVID-19, MAT Abr'21, no qual se registou uma variação em absoluto de -83,7 M€.

Relativamente à performance por categoria, destaca-se a categoria de monitorização e diagnóstico, com uma variação absoluta de +67,1 M€, no MAT Abr'22, com o contributo das marcas Flowflex (+15,9 M€), SARS-CoV-2 Roche (+13,9 M€) e SARS-CoV-2 Genrui (+11,8 M€) anteriormente destacadas.

Na categoria de saúde respiratória (+57,3 M€), conforme referido na análise realizada no mês passado, a recuperação do mercado de inverno justifica o crescimento das seguintes marcas Grintuss (+4,8 M€), Strepfen (+4,3 M€), Griponal (+3,2 M€). Também nesta sequência o mercado dos analgésicos apresentou uma dinâmica de variação positiva, destacando-se o Ben-u-ron (+ 3,94 M€) e o Brufen (+3,66 M€).

Na categoria de produtos GI e saúde digestiva que apresenta uma evolução de +17,5 M€, o Atyflor cresce +1,44 M€.

Na categoria de bem-estar, vitamonas e minerais (+9,7 M€) destaque para a marca Vicks cujo alargamento de gama permitiu um crescimento de +1,05 M€.

Em sentido oposto, apenas 3 categorias registam variação negativa de mercado, com especial destaque para a categoria de repelentes de insectos e antiparasitários (-0,8 M€) e primeiros socorros e acessórios (-1,0 M€).

FICHA TÉCNICA

MARKET WATCH PORTUGAL – ABRIL 2022

Âmbito

Evolução mensal do Mercado de Farmácia em Portugal

Periodicidade

Mensal

Períodos Analisados

Meses - Maio/21 a Abril/22

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

Year to date - YTD Abril/21 e YTD Abril/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 2.540 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