

Market Watch Portugal

Maio 2022

No mês de Maio registou-se uma **variação positiva de +19,3% no Sell Out** em valor e **+24,1%** 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 +25,5% de Sell Out**, correspondendo a um crescimento de **+24,5 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.

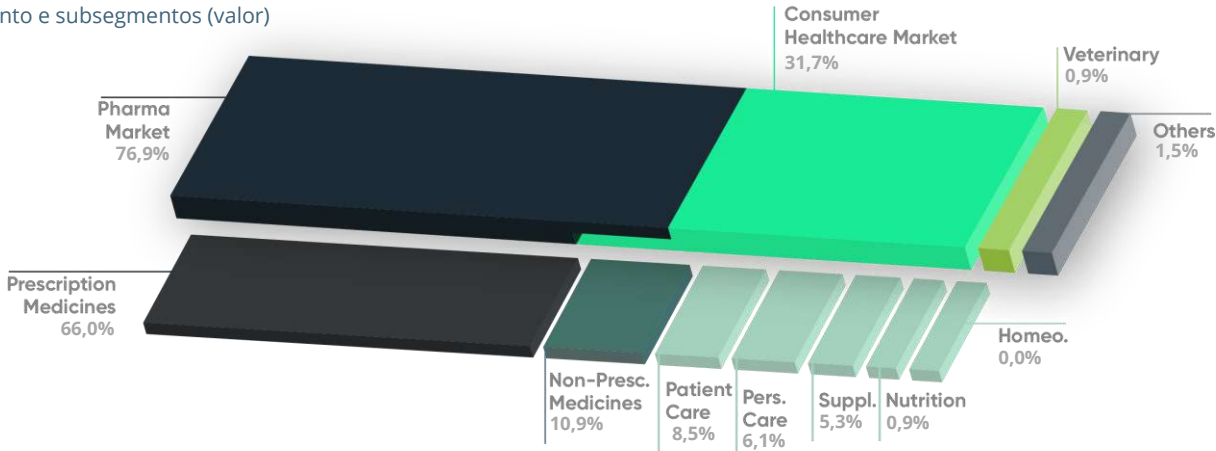
Because we believe that the power of knowledge grows when it is shared. And can change lives.



Mercado Total

Dinâmica do canal Farmácia

Maio 2022
Peso por segmento e subsegmentos (valor)



Dinâmica do canal Farmácia

Por subsegmentos

	Maio 2022						YTD Maio 2022					
	VALOR			VOLUME			VALOR			VOLUME		
	M€	Q.M.	VARIAÇÃO	M UNID.	Q.M.	VARIAÇÃO	M€	Q.M.	VARIAÇÃO	M UNID.	Q.M.	VARIAÇÃO
Mercado Total	380,1 €	100,0%	19,3%	33,9	100,0%	24,1%	1 832,8 €	100,0%	19,7%	161,4	100,0%	23,4%
Pharma Market	292,3 €	76,9%	17,4%	25,6	75,6%	16,5%	1 373,4 €	74,9%	13,4%	120,1	74,4%	13,1%
Consumer Healthcare	120,4 €	31,7%	25,5%	12,0	35,5%	44,5%	531,4 €	29,0%	20,1%	53,0	32,8%	37,9%
Prescription Medicines	250,9 €	66,0%	15,3%	21,1	62,3%	13,9%	1 192,1 €	65,0%	11,5%	100,0	62,0%	10,6%
Branded	190,9 €	50,2%	16,2%	12,8	37,9%	14,0%	905,2 €	49,4%	12,3%	60,6	37,6%	10,8%
Generic	60,0 €	15,8%	12,4%	8,3	24,4%	13,7%	286,9 €	15,7%	9,2%	39,4	24,4%	10,4%
Non Prescription (OTC)	41,4 €	10,9%	32,4%	4,5	13,3%	30,7%	181,3 €	9,9%	27,2%	20,0	12,4%	27,0%
Branded	39,1 €	10,3%	31,2%	4,2	12,3%	29,7%	172,0 €	9,4%	26,5%	18,6	11,5%	26,5%
Generic	2,3 €	0,6%	55,7%	0,3	1,0%	44,3%	9,3 €	0,5%	42,4%	1,4	0,9%	35,1%
Homeopathy	0,1 €	0,0%	19,7%	0,0	0,0%	8,6%	0,4 €	0,0%	14,1%	0,1	0,0%	11,9%
Nutrition	3,4 €	0,9%	13,9%	0,2	0,7%	9,3%	16,0 €	0,9%	10,0%	1,1	0,7%	8,1%
Patient Care	32,3 €	8,5%	31,2%	4,7	14,0%	91,5%	149,4 €	8,2%	30,8%	20,7	12,8%	84,0%
Personal Care	23,2 €	6,1%	14,4%	1,4	4,2%	12,3%	93,7 €	5,1%	3,2%	6,1	3,8%	1,7%
Supplements	20,1 €	5,3%	19,8%	1,1	3,2%	23,2%	90,6 €	4,9%	13,0%	5,0	3,1%	14,8%
Others	5,5 €	1,5%	122,5%	0,6	1,6%	98,0%	97,8 €	5,3%	1045,6%	7,7	4,7%	585,9%
Veterinary	3,2 €	0,9%	25,2%	0,2	0,6%	13,2%	11,5 €	0,6%	1,0%	0,7	0,5%	-8,1%

No mês de Maio de 2022 o mercado farmacêutico registou uma variação positiva de +19,3% no Sell Out em valor e +24,1% em unidades face ao mesmo mês do ano anterior (período homólogo).

No segmento **Pharma** regista-se uma variação positiva de +17,4% de Sell Out, correspondendo a um acréscimo de +43,35 M€. Em volume, a variação é de +3,63 M Unid, +17,4%. Dentro do segmento Pharma, o crescimento de Sell Out é mais significativo em valor no subsegmento Prescription **Branded** com +16,2% e +14,0%, 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 +25,5% e +44,5%). Todos os subsegmentos apresentam tendência positiva no mês, tanto em valor como em volume, quando comparado com Maio'21.

O subsegmento **OTC** destaca-se novamente com um crescimento mais acentuado, tanto em valor (+32,4%) como em volume (+30,7%), transversal a ambos os subsegmentos, **Branded** e **Genérico**.

Segue-se o **Patient Care** com um crescimento de +31,2% em valor e +91,5% em volume.

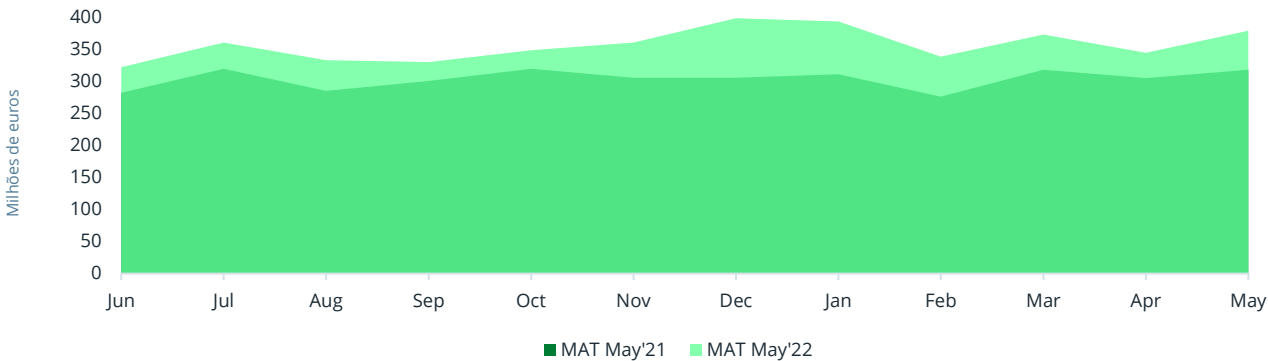
Destaca-se ainda o segmento **Others** com um crescimento em valor de +122,5% e +98,0% em volume, associado à retoma de realização de serviço de testagem COVID-19 nas farmácias.

O comportamento do mercado nos primeiros cinco meses do ano (YTD Maio'22) apresenta assim uma tendência de variação positiva em valor e volume, com uma variação de +19,7% e +23,4%, respetivamente.

Mercado Total

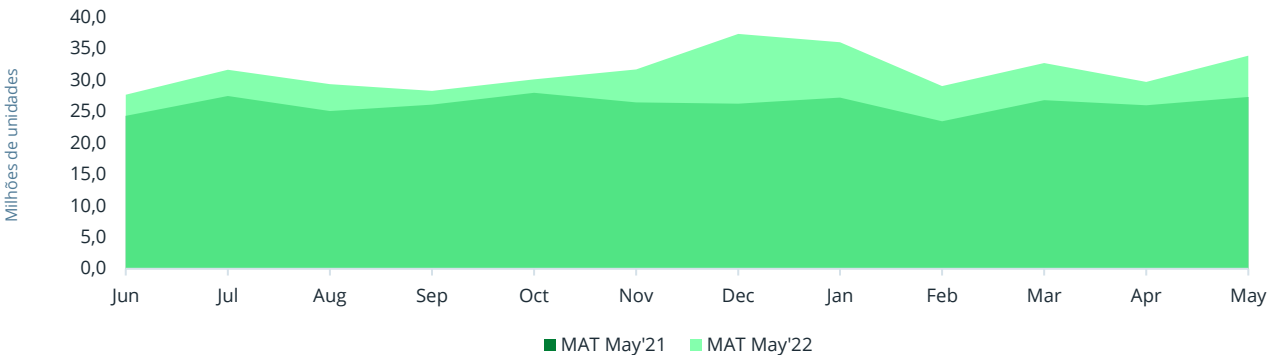
Evolução mensal em valor

Junho 2021 – Maio 2022



Evolução mensal em volume

Junho 2021 – Maio 2022



Comparativamente com o mês homólogo, em Maio'22 o mercado apresenta variação positiva tanto em valor (+19,3%) como em volume (+24,1%).

Regista-se um crescimento face ao mês de Abril'22 (+10,1% e +14,1% em valor e volume, respetivamente).

Pelo exposto, o crescimento registado no mês de Maio'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 Maio 2022

Classes ATC3

rank	var abs	rank valor	ATC3	Var. Abs. M€	Var.
1		2	A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	22,08	51,8%
2		7	A10S - Agonista do GLP-1	16,24	72,1%
3		1	B01F - Inibidores directos do Factor Xa	10,98	16,2%
4		9	N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos	6,82	26,3%
5		5	C09D - Associações de antagonistas da angiotensina-II	6,04	13,4%

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Maio 2022

Classes ATC3

rank	var abs	rank volume	ATC3	Var. Abs. M Unid	Var.
1		1	N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos	2,22	30,1%
2		6	M01A - Antireumáticos não esteróides	0,57	18,2%
3		2	C10A - Reguladores do colesterol e triglicédeos	0,56	9,8%
4		23	A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	0,49	52,2%
5		13	R06A - Anti-histamínicos sistémicos	0,48	30,7%

Marcas

rank	var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1		8	Ozempic	13,25	>1000%
2		3	Forxiga	5,26	44,1%
3		1	Eliquis	4,54	15,4%
4		5	Xigduo	4,52	43,2%
5		6	Trulicity	4,29	42,2%

Marcas

rank	var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1		1	Ben-u-ron	1,36	41,6%
2		12	Metformina Generis	0,46	>1000%
3		6	Brufen	0,23	39,8%
4		10	Ibuprofeno Generis	0,19	64,3%
5		68	Diazepam Ratiopharm	0,18	341,5%

Nos primeiros cinco meses de 2022 (YTD Mai'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 +22,08 M€ (+51,8%) face ao período homólogo. As marcas **Forxiga®** e **Xigduo®** revelam-se importantes alavancas deste crescimento, com variações em valor de +5,26 M€ e +4,52 M€, respetivamente, que corresponde a uma variação positiva de +44,1% e 43,2% face ao YTD homólogo.

Destaca-se novamente 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 +16,24 M€ que corresponde a um crescimento relativo de +72,1% impulsionada pelo **Ozempic®**, marca que regista neste período maior crescimento absoluto de +13,25 M€.

No que respeita às dispensas em volume desde o início do ano, a classe ATC3, "N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos" mantém a dinâmica de crescimento absoluto em +2,22 M Unid face ao período homólogo e +30,1% em termos relativos.

O segundo lugar de variação absoluta em volume é ocupado pela classe "M01A - Antireumáticos não esteróides", com um crescimento absoluto de +0,57 M Unid face ao período homólogo (+18,2% em termos relativos).

Destaque para a classe "C10A - Reguladores do colesterol e triglicédeos" que ocupa a terceira posição em termos de variação positiva em unidades registando um crescimento de +0,56 M Unid face ao período homólogo, que equivale a +9,8% de variação relativa.

No TOP 5 de marcas com maiores variações positivas nas dispensas, em volume, o **Ben-u-ron®** com uma variação de +1,36 M unidades, que corresponde a uma variação de +41,6% em termos relativos, continua com uma dinâmica positiva de crescimento.

Pharma Market | Generic



Maiores variações absolutas em valor | YTD Maio 2022

DCIs

rank var abs	rank valor	DCI	Var. Abs. M€	Var.
1	1	Atorvastatina	2,14	15,2%
2	2	Rosuvastatina	1,61	22,8%
3	19	Paracetamol	1,06	41,6%
4	26	Amoxicilina + Ácido clavulânico	0,91	43,7%
5	12	Tadalafil	0,86	22,7%

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Maio 2022

DCIs

rank var abs	rank volume	DCI	Var. Abs. M Unid	Var.
1	2	Paracetamol	0,48	42,2%
2	1	Atorvastatina	0,36	14,4%
3	10	Ibuprofeno	0,26	43,4%
4	32	Azitromicina	0,18	99,8%
5	49	Diazepam	0,18	341,1%

Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	5	Metformina Generis	1,39	>1000%
2	4	Ibuprofeno Generis	0,59	59,5%
3	19	Rivastigmina Generis	0,57	92,3%
4	95	Diazepam Ratiopharm	0,43	347,5%
5	2	Atorvastatina Teva	0,42	21,9%

Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	3	Metformina Generis	0,46	>1000%
2	2	Ibuprofeno Generis	0,19	64,3%
3	15	Diazepam Ratiopharm	0,18	341,5%
4	7	Paracetamol Generis	0,14	56,4%
5	6	Paracetamol Pharmakern	0,12	42,0%

No TOP 5 de DCIs de medicamentos genéricos com crescimento absoluto em valor mais acentuado nos últimos cinco meses encontram-se a Atorvastatina e Rosuvastatina, que neste período cresceram respetivamente +2,14 M€ e +1,61 M€ face ao YTD homólogo.

Destaque novamente para a **Metformina Generis®** que apresenta um crescimento absoluto no mercado de +1,39 M€ (+0,46 M unidades).

No TOP 5 de DCIs com maiores variações absolutas em volume encontra-se também a Atorvastatina, na segunda posição. Em primeiro lugar no ranking de moléculas com maior variação absoluta em volume mantém-se o Paracetamol, com +0,48 M unidades, +42,2%.

Consumer Health Market



Maiores variações absolutas em valor | YTD Maio 2022

Classes HMR

rank var abs	rank valor	HMR3	Var. Abs. M€	Var.
1	1	H26.28.1. - COVID-19	24,76	>1000%
2	3	H26.4.11. - Medição glicose flash	4,08	28,9%
3	13	H01.1.5. - Alívio da tosse seca e produtiva	3,32	176,7%
4	6	H17.9.3. - Protector solar adulto	2,29	34,5%
5	14	H04.2.4. - Reguladores da flora intestinal	1,31	36,2%

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Maio 2022

Classes HMR

rank var abs	rank volume	HMR3	Var. Abs. M Unid	Var.
1	1	H26.28.1. - COVID-19	8,74	>1000%
2	9	H01.1.5. - Alívio da tosse seca e produtiva	0,25	161,3%
3	3	H20.22.1. - Material de Injecção	0,17	28,9%
4	5	H01.3.4. - Limpeza Nasal e Ocular	0,15	37,3%
5	10	H17.9.3. - Protector solar adulto	0,10	32,5%

Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	2	Flowflex	9,30	>1000%
2	5	All Test	5,79	>1000%
3	1	Freestyle	3,81	21,8%
4	19	SARS-CoV-2 Genrui	3,13	>1000%
5	26	Boson Biotech	2,29	>1000%

Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	1	Flowflex	3,44	>1000%
2	2	All Test	2,12	>1000%
3	3	SARS-CoV-2 Genrui	1,00	>1000%
4	5	Boson Biotech	0,78	>1000%
5	8	Labnovation	0,43	-

No TOP 5 de classes HMR3 do segmento Consumer Health com maior crescimento em valor e em volume no YTD Mai'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 +24,76 M€ e +8,74 M Unid. neste período. O **Flowflex®** e **All test®** autotestes SARS-CoV-2 contribuem de forma relevante para o Sell Out desta classe com +3,44 M Unid e +9,30 M€ e +2,12 M Unid. e +5,79 M€ no YTD Mai'22, respetivamente.

Em termos de ganhos absolutos em valor salienta-se também as classe s"H26.4.11. - Medição glicose flash" e "H01.1.5. - Alívio da tosse seca e produtiva" com um crescimento face ao período homólogo de +4,08 M€ (+28,9%) e +3,32 M€ (+176,7%), no YTD Mai'22 face ao homólogo, respetivamente.

Consumer Health Market | TOP3 Marcas (1/2)

OTCs em valor

YTD Maio 2022

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	4	Strepfen	2 697 138	174,6%
2	3	Brufen	2 140 290	82,0%
3	5	Ben-u-ron	1 949 017	93,7%

Supplements em valor

YTD Maio 2022

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	3	Grintuss	2 229 968	207,5%
2	9	Atyflor	679 820	85,2%
3	16	Bisolnatural	578 364	136,9%

Personal Care em valor

YTD Maio 2022

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	1	Avène	600 408	10,0%
2	2	Isdin	521 796	10,1%
3	8	Caudalie	361 524	11,6%

OTCs em unidades

YTD Maio 2022

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	1	Ben-u-ron	439 437	67,7%
2	3	Brufen	305 545	76,5%
3	5	Strepfen	291 951	160,6%

Supplements em unidades

YTD Maio 2022

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	1	Grintuss	166 169	198,1%
2	8	Atyflor	42 565	77,9%
3	11	Bisolnatural	38 948	113,1%

Personal Care em unidades

YTD Maio 2022

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	20	Curaprox	27 597	45,2%
2	11	SVR	23 990	20,8%
3	1	Avène	23 191	6,8%



OTC

No TOP 3 marcas do segmento OTC com maiores variações absolutas, o **Strepfen®** no YTD Mai'22 vs homólogo apresenta em valor uma evolução positiva (crescimento de +174,6%, +2,70 M€). No YTD Mai'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 +82,0% e em unidades de +76,5% face ao YTD homólogo.

Destaca-se ainda o **Ben-u-ron®** com uma dinâmica de crescimento em volume +439 437 Unid. e que lhe permite ocupar a terceira posição do TOP3 de marcas com maior variação absoluta em valor (+99,7%) e a primeira posição no top com maior absoluta em volume (+67,7%)

SUPPLEMENTS

Dentro do TOP 3 de variação absoluta verifica-se o maior crescimento em valor e em volume da marca **Grintuss®** (+207,5% em valor, +198,1% em volume), na segunda posição de variação em valor o **Atyflor®** (+85,2% em valor).

Na terceira posição do TOP 3 marcas com maiores variações em valor mantém-se a marca **Bisolnatural®** com uma variação positiva de +136,9% (+578 364 €), correspondendo igualmente à terceira maior variação em unidades +38 948, +113,1% de crescimento relativo.

PERSONAL CARE

No TOP 3 marcas com maiores variações absolutas associadas ao Personal Care, destaque para a marca **Avène®** que apresenta uma evolução de vendas em valor de +600 408 € (+10,0%) face ao YTD homólogo, seguindo-se a marca **Isdin®** com um crescimento de +521 796 € (+10,1%), 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®** que mantém a maior variação em unidades (+45,2%).

Consumer Health Market | TOP3 Marcas (2/2)



Patient Care em valor

YTD Maio 2022

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	2	Flowflex	9 297 509	>1000%
2	3	All Test	5 791 698	>1000%
3	1	Freestyle	3 805 639	21,8%

Nutrition em valor

YTD Maio 2022

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	4	Fresubin	354 540	42,1%
2	2	Aptamil	345 690	22,0%
3	1	Nan	298 774	14,9%

Homeopathy em valor

YTD Maio 2022

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	1	Boiron	24 830	14,3%
2	2	Lymphomyosot	13 545	27,7%
3	3	Dr. Reckeweg	5 192	11,0%

Patient Care em unidades

YTD Maio 2022

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	1	Flowflex	3 438 783	>1000%
2	2	All Test	2 116 119	>1000%
3	3	SARS-CoV-2 Genrui	998 120	4412,8%

Nutrition em unidades

YTD Maio 2022

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	6	Fresubin	22 470	36,3%
2	8	Nestlé	20 798	49,7%
3	4	Aptamil	17 615	18,2%

Homeopathy em unidades

YTD Maio 2022

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	1	Boiron	4917	12,5%
2	3	Lymphomyosot	300	18,8%
3	10	Lufeel	272	618,2%

PATIENT CARE

Considerando o TOP 3 de variação absoluta em valor no YTD Mai'22 do segmento de Patient Care, os autotestes de despiste de SARS-CoV-2 preenchem as 2 primeiras posições do ranking em valor e as três em volume. A marca **Flowflex®** mantém a primeira posição, com uma variação de +9,30 M€, seguindo-se a **All Test®** com uma variação de +5,80 M€.

A marca **Freestyle®** regista a terceira posição com uma variação de +3,81 M€.

A variação absoluta em volume mantém-se preenchida pelas referidas marcas de autotestes de despiste de SARS-CoV-2, somando-se a marca **SARS-CoV-2 Genrui** que apresenta uma variação de +998 120 €.

NUTRITION

No TOP 3 das marcas com maiores variações absolutas no YTD Mai'22, em valor, a marca **Fresubin®** apresenta a maior variação positiva em valor (+42,1% no YTD Mai'22 face ao homólogo).

A marca **Aptamil®** mantém a segunda posição do TOP 3 de marcas com maiores variações em valor no YTD Mai'22 com +22,0% face ao homólogo (+345 690 €), seguida da marca **Nan®** que apresenta uma variação de +14,9%.

HOMEOPATHY

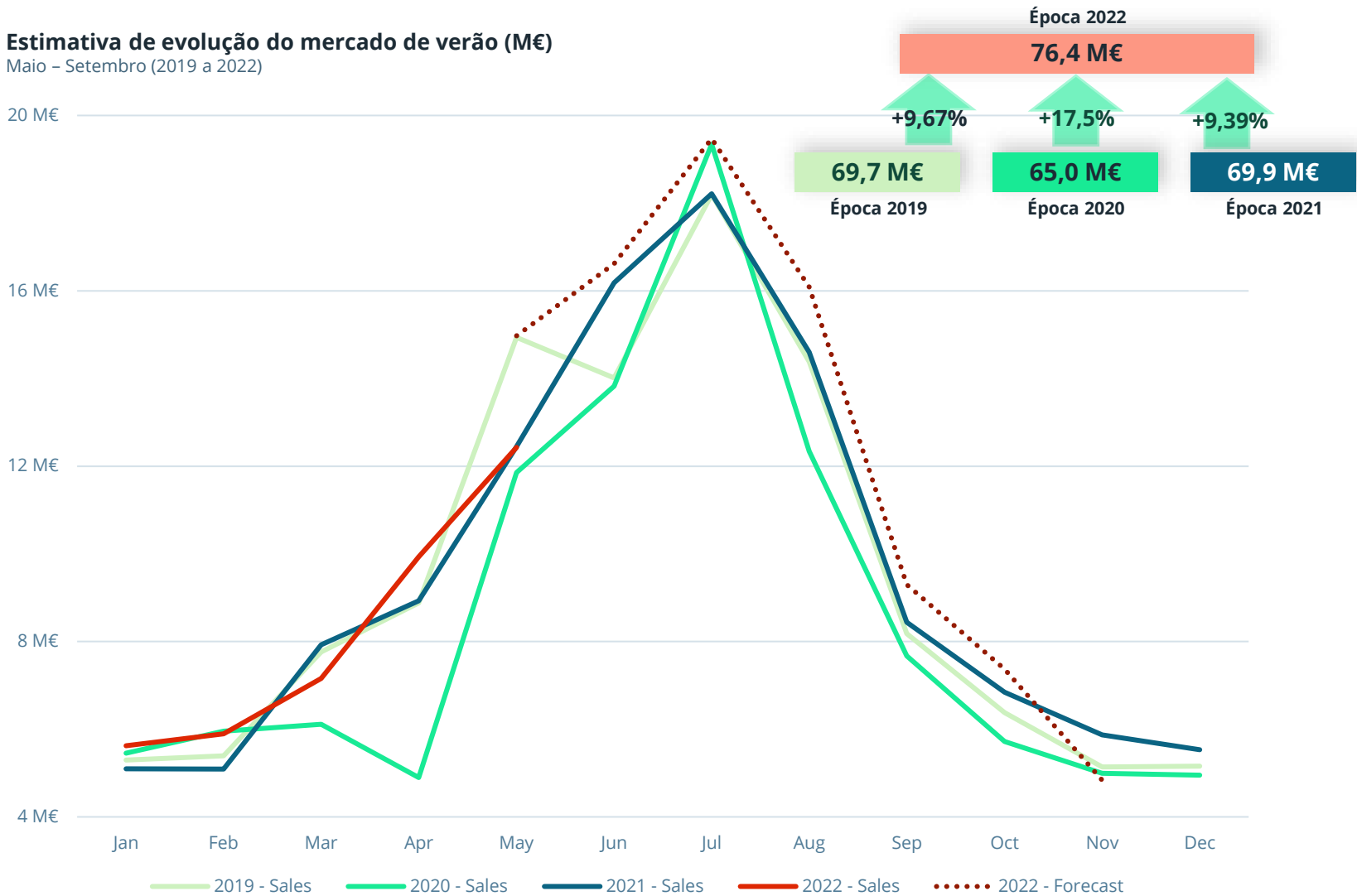
As marcas identificadas com maiores variações positivas são as seguintes: **Boiron®** (+14,3% e +12,5%, em valor e volume no YTD Mai'22), seguida da **Lymphomyosot®** e **Dr. Reckeweg®**.

Análise extra – Forecast Mercado de verão



Estimativa de evolução do mercado de verão (M€)

Maio – Setembro (2019 a 2022)



Com base na capacidade de previsão da HMR, estima-se que o mercado de verão (*) na época de Maio a Setembro cresça +9,39% (de 69,9 M€ em 2021 para 76,4 M€ em 2022).

Espera-se que o levantamento das restrições associadas à pandemia de COVID-19 tenha um efeito positivo na performance do mercado. Esperando-se ainda que o crescimento do turismo assim como a expectativa de boas condições meteorológicas tenham efeito positivo no crescimento do mercado.

Contate a HMR para acesso ao estudo completo relativo ao forecast do mercado de verão.

Nota: Embora a época considerada seja apenas entre Maio e Setembro, todos os meses são mostrados para permitir a visualização de continuidade dos meses entre os anos apresentados.

(*) Classes HMR relativas ao mercado de verão: H08.1.1. - Tratamento e cuidado de pernas pesadas, H09.1.18. - Repelente de insectos, H09.1.15. - Antipruriginosos, H09.1.5. - Antialérgicos Pele, H13.3.1. - Substitutos de Refeições, H13.3.2. - Perda de Peso, H13.3.3. - Drenantes, H13.3.5. - Redução do apetite, H16.9.4. - Anti celulíticos mulher, H16.4.7. - Água termal facial mulher, H17.9.1. - Auto bronzeador, H17.9.2. - Activador de pigmentação, H17.9.3. - Protector solar adulto, H17.9.4. - After sun, H17.9.5. - Cuidado capilar solar, H17.9.7. - Potenciador da fotoprotecção e bronzado oral, H18.3.8. - Solares infantil.

Âmbito

Evolução mensal do Mercado de Farmácia em Portugal

Periodicidade

Mensal

Períodos Analisados

Meses - Junho/21 a Maio/22

Ano Móvel - MAT Maio/21 e MAT Maio/22

Year to date - YTD Maio/21 e YTD Maio/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 participados 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