

# Market Watch Portugal

Junho 2022

No mês de Junho registou-se uma **variação positiva de +9,4% no Sell Out** em valor e **+9,9%** em volume face ao mesmo mês do ano anterior (período homólogo).  
Em valor, esta variação é superior no segmento Consumer Health com uma **variação de +11,2% de Sell Out**, correspondendo a um crescimento de **+25,5 M€**.

Nuno Santos  
Market Intelligence & Analytics  
[nunom.santos@hmr.co.com](mailto:nunom.santos@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.**

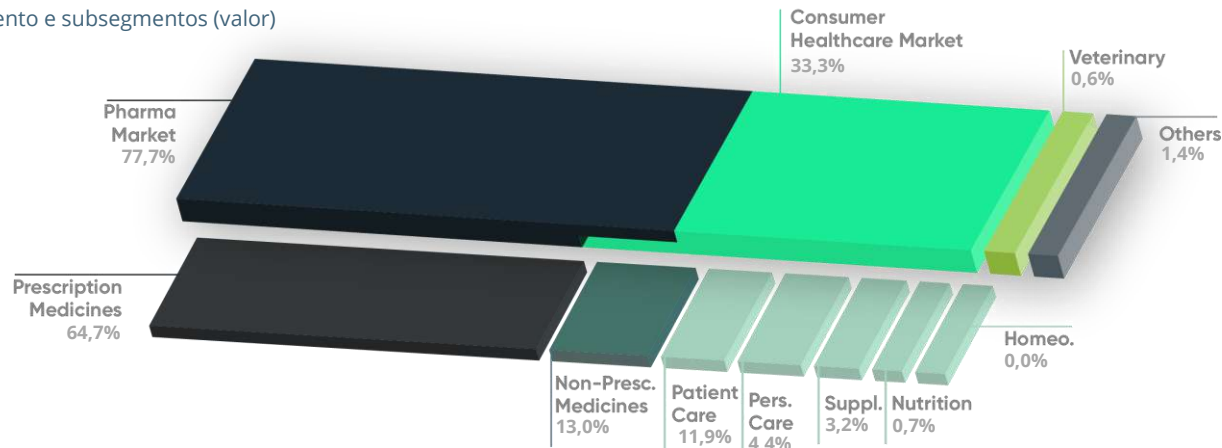


# Mercado Total

## Dinâmica do canal Farmácia

Junho 2022

Peso por segmento e subsegmentos (valor)



## Dinâmica do canal Farmácia

Por subsegmentos

	Junho 2022						YTD Junho 2022					
	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>353,2 €</b>	<b>100,0%</b>	<b>9,4%</b>	<b>30,4</b>	<b>100,0%</b>	<b>9,9%</b>	<b>2 185,9 €</b>	<b>100,0%</b>	<b>17,9%</b>	<b>191,8</b>	<b>100,0%</b>	<b>21,1%</b>
<b>Pharma Market</b>	<b>275,4 €</b>	<b>78,0%</b>	<b>10,2%</b>	<b>23,6</b>	<b>77,7%</b>	<b>7,4%</b>	<b>1 648,8 €</b>	<b>75,4%</b>	<b>12,8%</b>	<b>143,7</b>	<b>74,9%</b>	<b>12,1%</b>
<b>Consumer Healthcare</b>	<b>108,8 €</b>	<b>30,8%</b>	<b>11,2%</b>	<b>10,1</b>	<b>33,3%</b>	<b>18,1%</b>	<b>640,1 €</b>	<b>29,3%</b>	<b>18,5%</b>	<b>63,1</b>	<b>32,9%</b>	<b>34,3%</b>
<b>Prescription Medicines</b>	238,4 €	67,5%	9,2%	19,7	64,7%	6,2%	1 430,5 €	65,4%	11,1%	119,7	62,4%	9,9%
Branded	181,0 €	51,2%	9,8%	11,8	38,9%	5,1%	1 086,2 €	49,7%	11,9%	72,4	37,8%	9,8%
Generic	57,4 €	16,3%	7,3%	7,9	25,8%	7,9%	344,3 €	15,8%	8,8%	47,3	24,7%	9,9%
<b>Non Prescription (OTC)</b>	37,0 €	10,5%	17,0%	4,0	13,0%	13,8%	218,3 €	10,0%	25,3%	24,0	12,5%	24,6%
Branded	35,1 €	9,9%	16,3%	3,7	12,1%	13,3%	207,1 €	9,5%	24,6%	22,3	11,6%	24,1%
Generic	1,9 €	0,5%	32,3%	0,3	0,9%	19,5%	11,2 €	0,5%	40,6%	1,7	0,9%	32,3%
<b>Homeopathy</b>	0,1 €	0,0%	7,5%	0,0	0,0%	2,8%	0,5 €	0,0%	12,9%	0,1	0,0%	10,3%
<b>Nutrition</b>	3,3 €	0,9%	15,7%	0,2	0,7%	5,7%	19,3 €	0,9%	10,9%	1,3	0,7%	7,7%
<b>Patient Care</b>	28,6 €	8,1%	11,5%	3,6	11,9%	35,2%	178,0 €	8,1%	27,3%	24,3	12,7%	74,6%
<b>Personal Care</b>	21,6 €	6,1%	1,9%	1,3	4,4%	0,8%	115,3 €	5,3%	3,0%	7,4	3,9%	1,6%
<b>Supplements</b>	18,2 €	5,2%	10,7%	1,0	3,2%	12,0%	108,8 €	5,0%	12,6%	6,0	3,1%	14,4%
<b>Others</b>	3,2 €	0,9%	-17,9%	0,4	1,4%	17,3%	101,0 €	4,6%	711,6%	8,1	4,2%	447,3%
<b>Veterinary</b>	2,8 €	0,8%	0,6%	0,2	0,6%	-7,7%	14,3 €	0,7%	0,9%	0,9	0,5%	-8,0%

No mês de Junho de 2022 o mercado farmacêutico registou uma variação positiva de +9,4% no Sell Out em valor e +9,9% em unidades face ao mesmo mês do ano anterior (período homólogo).

No segmento **Pharma** regista-se uma variação positiva de +10,2% de Sell Out, correspondendo a um acréscimo de +25,48 M€. Em volume, a variação é de +1,63 M Unid, +7,4%. Dentro do segmento Pharma, o crescimento de Sell Out é mais significativo em valor no subsegmento **Prescription Branded** com +9,8% e +5,1%, 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 +11,2% e +18,1%). Todos os subsegmentos apresentam tendência positiva no mês, tanto em valor como em volume, quando comparado com Junho'21.

O subsegmento **OTC** destaca-se novamente com um crescimento mais acentuado, tanto em valor (+17,0%) como em volume (+13,8%), transversal a ambos os subsegmentos, **Branded** e **Genérico**.

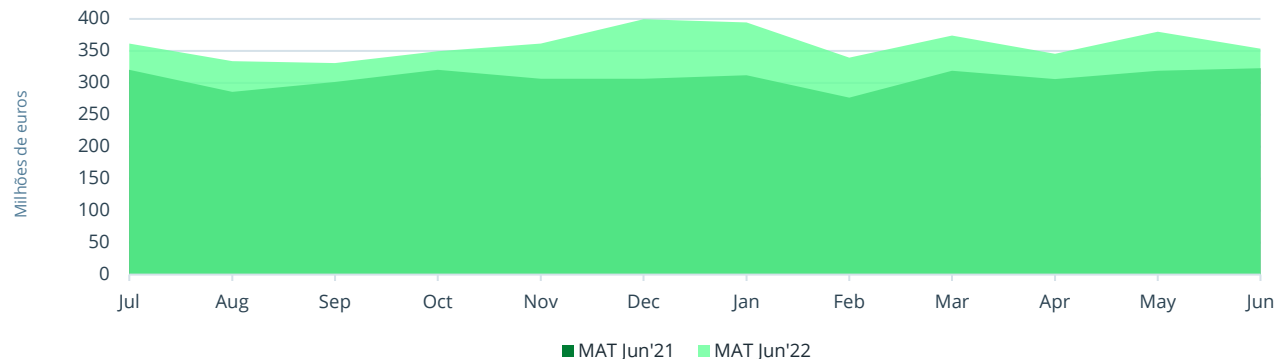
Segue-se o **Patient Care** com um crescimento de +11,5% em valor e +35,2% em volume.

O comportamento do mercado nos primeiros seis meses do ano (YTD Junho'22) apresenta assim uma tendência de variação positiva em valor e volume, com uma variação de +17,9% e +21,1%, respetivamente.

# Mercado Total

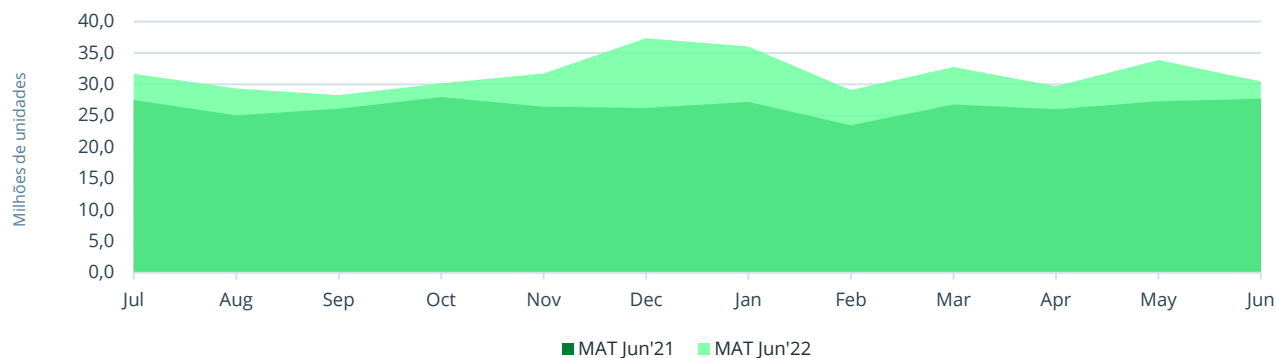
## Evolução mensal em valor

Julho 2021 – Junho 2022



## Evolução mensal em volume

Julho 2021 – Junho 2022



Comparativamente com o mês homólogo, em Junho'22 o mercado apresenta variação positiva tanto em valor (+9,4%) como em volume (+9,9%).

Regista-se uma variação face ao mês de Junho'22 de -7,1% e -10,2% em valor e volume, respetivamente.

Nos últimos 12 meses o mercado, em valor e em volume, tem sido superior aos meses do período homólogo.



# Pharma Market



## Maiores variações absolutas em valor | YTD Junho 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)	26,83	51,4%
2	8	A10S - Agonista do GLP-1	20,06	72,4%
3	5	N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos	15,06	32,4%
4	1	B01F - Inibidores directos do Factor Xa	13,16	16,1%
5	32	R02A - Preparações para a garganta	7,68	105,5%

## Maiores variações absolutas em unidades | YTD Junho 2022

### Classes ATC3

rank var abs	rank volume	ATC3	Var. Abs. M Unid	Var.
1	1	N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos	3,75	31,2%
2	28	R02A - Preparações para a garganta	0,83	98,4%
3	32	R05C - Expectoantes	0,72	119,3%
4	9	R06A - Anti-histamínicos sistémicos	0,68	25,5%
5	2	C10A - Reguladores do colesterol e triglicérideos	0,66	9,6%

### Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	8	Ozempic	16,41	>1000%
2	3	Forxiga	6,42	44,1%
3	4	Ben-u-ron	6,09	44,0%
4	1	Eliquis	5,55	15,6%
5	6	Xigduo	5,40	42,3%

### Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	1	Ben-u-ron	1,90	39,3%
2	2	Brufen	0,60	50,7%
3	14	Metformina Generis	0,53	>1000%
4	16	Streptfen	0,34	153,9%
5	11	Paracetamol Generis	0,23	55,5%

Nos primeiros seis meses de 2022 (YTD Junho'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 +26,83 M€ (+51,4%) face ao período homólogo. As marcas **Forxiga®** e **Xigduo®** revelam-se importantes alavancas deste crescimento, com variações em valor de +6,42 M€ e +5,40 M€, respetivamente, que corresponde a uma variação positiva de +44,1% e 42,3% 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 +20,06 M€ que corresponde a um crescimento relativo de +72,4% impulsionada pelo **Ozempic®**, marca que regista neste período maior crescimento absoluto de +16,41 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 +3,75 M Unid face ao período homólogo e +31,2% 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 +0,83 M Unid face ao período homólogo (+98,4% em termos relativos).

No TOP 5 de marcas com maiores variações positivas nas dispensas, em volume, o **Ben-u-ron®** com uma variação de +1,90 M unidades, que corresponde a uma variação de +39,3% em termos relativos, continua com uma dinâmica positiva de crescimento.

# Pharma Market | Generic

## Maiores variações absolutas em valor | YTD Junho 2022

### DCIs

rank var abs	rank valor	DCI	Var. Abs. M€	Var.
1	1	Atorvastatina	2,59	15,3%
2	2	Rosuvastatina	1,91	22,3%
3	19	Paracetamol	1,30	39,5%
4	23	Ibuprofeno	1,24	43,8%
5	28	Amoxicilina + Ácido clavulânico	1,03	40,3%

### Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	5	Metformina Generis	1,63	>1000%
2	48	Dextazin	0,97	-
3	4	Ibuprofeno Generis	0,71	59,0%
4	18	Rivastigmina Generis	0,67	86,3%
5	2	Atorvastatina Teva	0,50	21,4%

No TOP 5 de DCIs de medicamentos genéricos com crescimento absoluto em valor mais acentuado nos últimos seis meses encontram-se a Atorvastatina e Rosuvastatina, que neste período cresceram respetivamente +2,59 M€ e +1,91 M€ face ao YTD homólogo.

Destaque novamente para a **Metformina Generis®** que apresenta um crescimento absoluto no mercado de +1,63 M€.

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 +0,62 M unidades, +40,2%.

## Maiores variações absolutas em unidades | YTD Junho 2022

### DCIs

rank var abs	rank volume	DCI	Var. Abs. M Unid	Var.
1	2	Paracetamol	0,62	40,2%
2	1	Atorvastatina	0,43	14,4%
3	7	Ibuprofeno	0,37	45,4%
4	32	Azitromicina	0,21	97,2%
5	11	Rosuvastatina	0,20	25,2%

### Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	4	Metformina Generis	0,53	>1000%
2	3	Ibuprofeno Generis	0,22	62,5%
3	2	Paracetamol Generis	0,21	54,4%
4	15	Diazepam Ratiopharm	0,18	200,9%
5	7	Paracetamol Pharmakern	0,14	38,1%

# Consumer Health Market



## Maiores variações absolutas em valor | YTD Junho 2022

### Classes HMR

rank var abs	rank valor	HMR3	Var. Abs. M€	Var.
1	1	H26.28.1. - COVID-19	25,83	707,2%
2	8	H01.2.1. - Inflamação Garganta	8,44	116,8%
3	15	H01.1.1. - Expectorantes	5,98	120,6%
4	5	H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos	5,57	40,0%
5	4	H26.4.12. - Medição de glicose contínua	4,98	28,7%

## Maiores variações absolutas em unidades | YTD Junho 2022

### Classes HMR

rank var abs	rank volume	HMR3	Var. Abs. M Unid	Var.
1	1	H26.28.1. - COVID-19	9,67	>1000%
2	2	H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos	0,99	35,3%
3	5	H01.2.1. - Inflamação Garganta	0,92	102,9%
4	6	H01.1.1. - Expectorantes	0,69	116,8%
5	7	H01.4.1. - Antigripais	0,52	69,0%

### Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	4	Flowflex	10,61	>1000%
2	9	All Test	6,40	>1000%
3	1	Freestyle	4,61	21,6%
4	15	Strepten	3,15	168,1%
5	28	SARS-CoV-2 Genrui	2,92	677,5%

### Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	1	Flowflex	4,05	>1000%
2	2	All Test	2,38	>1000%
3	4	SARS-CoV-2 Genrui	0,97	885,1%
4	7	Boson Biotech	0,88	>1000%
5	3	Ben-u-ron	0,48	59,1%

No TOP 5 de classes HMR3 do segmento Consumer Health com maior crescimento em valor e em volume no YTD Junho'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 +25,83 M€ e +9,67 M Unid. neste período. O **Flowflex®** e **All test®** autotestes SARS-CoV-2 contribuem de forma relevante para o Sell Out desta classe com +4,05 M Unid e +10,61 M€ e +2,38 M Unid. e +6,40 M€ no YTD Junho'22, respetivamente.

Em termos de ganhos absolutos em valor salienta-se também as classes "H01.2.1. - Inflamação Garganta" e "H01.1.1. - Expectorantes" com um crescimento face ao período homólogo de +8,44 M€ (+116,8%) e +5,98 M€ (+120,6%), no YTD Junho'22 face ao homólogo, respetivamente.

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



## OTCs em valor

YTD Junho 2022

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	4	Strepfen	3 152 121	168,1%
2	3	Brufen	2 417 721	74,9%
3	5	Ben-u-ron	2 127 714	81,6%

## Supplements em valor

YTD Junho 2022

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	3	Grintuss	2 353 767	161,9%
2	8	Atyflor	807 061	79,6%
3	16	Bisolnatural	635 126	120,6%

## Personal Care em valor

YTD Junho 2022

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	1	Avène	609 903	8,1%
2	2	Isdin	541 568	8,0%
3	7	Caudalie	460 952	12,2%

## OTCs em unidades

YTD Junho 2022

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	1	Ben-u-ron	476 003	59,1%
2	3	Brufen	340 618	68,8%
3	5	Strepfen	339 538	153,9%

## Supplements em unidades

YTD Junho 2022

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	1	Grintuss	174 264	153,9%
2	8	Atyflor	50 603	73,2%
3	11	Bisolnatural	42 405	99,3%

## Personal Care em unidades

YTD Junho 2022

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	20	Curaprox	32 903	44,5%
2	9	SVR	29 655	20,7%
3	1	Avène	20 656	4,8%

## OTC

No TOP 3 marcas do segmento OTC com maiores variações absolutas, o **Strepfen**® no YTD Junho'22 vs homólogo apresenta em valor uma evolução positiva (crescimento de +168,1%, +3,15 M€). No YTD Junho'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 +74,9% e em unidades de +68,8% face ao YTD homólogo.

Destaca-se ainda o **Ben-u-ron**® com uma dinâmica de crescimento em volume +476 003 Unid. e que lhe permite ocupar a terceira posição do TOP3 de marcas com maior variação absoluta em valor (+81,6%) e a primeira posição no top com maior absoluta em volume (+59,1%)

## SUPPLEMENTS

Dentro do TOP 3 de variação absoluta verifica-se o maior crescimento em valor e em volume da marca **Grintuss**® (+161,9% em valor, +153,9% em volume), na segunda posição de variação em valor o **Atyflor**® (+79,6% em valor).

Na terceira posição do TOP 3 marcas com maiores variações em valor mantém-se a marca **Bisolnatural**® com uma variação positiva de +120,6% (+635 126 €), correspondendo igualmente à terceira maior variação em unidades +42 405, +99,3% 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 +609 903 € (+8,1%) face ao YTD homólogo, seguindo-se a marca **Isdin**® com um crescimento de +541 568 € (+8,0%), 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 (+44,5%).



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



## Patient Care em valor

YTD Junho 2022

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	2	Flowflex	10 606 268	>1000%
2	3	All Test	6 403 735	>1000%
3	1	Freestyle	4 605 124	21,6%

## Nutrition em valor

YTD Junho 2022

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	4	Fresubin	460 698	44,1%
2	2	Aptamil	408 028	21,7%
3	1	Nan	361 237	15,1%

## Homeopathy em valor

YTD Junho 2022

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	1	Boiron	26 444	12,5%
2	2	Lymphomyosot	16 271	26,7%
3	3	Dr. Reckeweg	5 119	9,0%

## Patient Care em unidades

YTD Junho 2022

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	1	Flowflex	4 053 678	>1000%
2	2	All Test	2 377 939	>1000%
3	3	SARS-CoV-2 Genrui	965 255	885,1%

## Nutrition em unidades

YTD Junho 2022

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	5	Fresubin	29 206	38,1%
2	8	Nestlé	25 032	47,5%
3	4	Aptamil	20 024	17,4%

## Homeopathy em unidades

YTD Junho 2022

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	1	Boiron	5071	10,6%
2	3	Lymphomyosot	343	17,5%
3	10	Lufeel	301	436,2%

## PATIENT CARE

Considerando o TOP 3 de variação absoluta em valor no YTD Junho'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**<sup>®</sup> mantém a primeira posição, com uma variação de +10,61 M€, seguindo-se a **All Test**<sup>®</sup> com uma variação de +6,40 M€.

A marca **Freestyle**<sup>®</sup> regista a terceira posição com uma variação de +4,61 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 +965 255 Un.

## NUTRITION

No TOP 3 das marcas com maiores variações absolutas no YTD Junho'22, em valor, a marca **Fresubin**<sup>®</sup> apresenta a maior variação positiva em valor (+44,1% no YTD Junho'22 face ao homólogo).

A marca **Aptamil**<sup>®</sup> mantém a segunda posição do TOP 3 de marcas com maiores variações em valor no YTD Junho'22 com +21,7% face ao homólogo (+408 028 €), seguida da marca **Nan**<sup>®</sup> que apresenta uma variação de +15,1%.

## HOMEOPATHY

As marcas identificadas com maiores variações positivas são as seguintes: **Boiron**<sup>®</sup> (+12,5% e +10,6%, em valor e volume no YTD Junho'22), seguida da **Lymphomyosot**<sup>®</sup> e **Dr. Reckeweg**<sup>®</sup>.

# FICHA TÉCNICA

## MARKET WATCH PORTUGAL – JUNHO 2022

### Âmbito

Evolução mensal do Mercado de Farmácia em Portugal

### Periodicidade

Mensal

### Períodos Analisados

Meses - Julho/21 a Junho/22

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

Year to date - YTD Junho/21 e YTD Junho/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 Junho teve por base um painel de 2.530 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