

# Market Watch Portugal

Novembro 2023

No mês de Novembro de 2023 o mercado farmacêutico registou uma variação de +1,1% no Sell Out em valor e -1,7% em unidades, face ao mesmo mês do ano anterior.

No segmento Pharma registou-se uma variação de -0,7% de Sell Out em valor, correspondendo a um decréscimo de -2,0 M€, enquanto que no segmento Consumer Healthcare a variação foi de +1,6% correspondendo a um acréscimo de +1,8 M€.

Jorge Alves  
Market Intelligence & Analytics  
[jorge.alves@hmr.co.com](mailto:jorge.alves@hmr.co.com)

# We believe in the power of **knowledge.**

Deep knowledge of the market is the first step in delivering unique market insights.

This information is what takes us further and provides greater meaning to the data and numbers that are used to analyse the market in the most efficient manner possible.

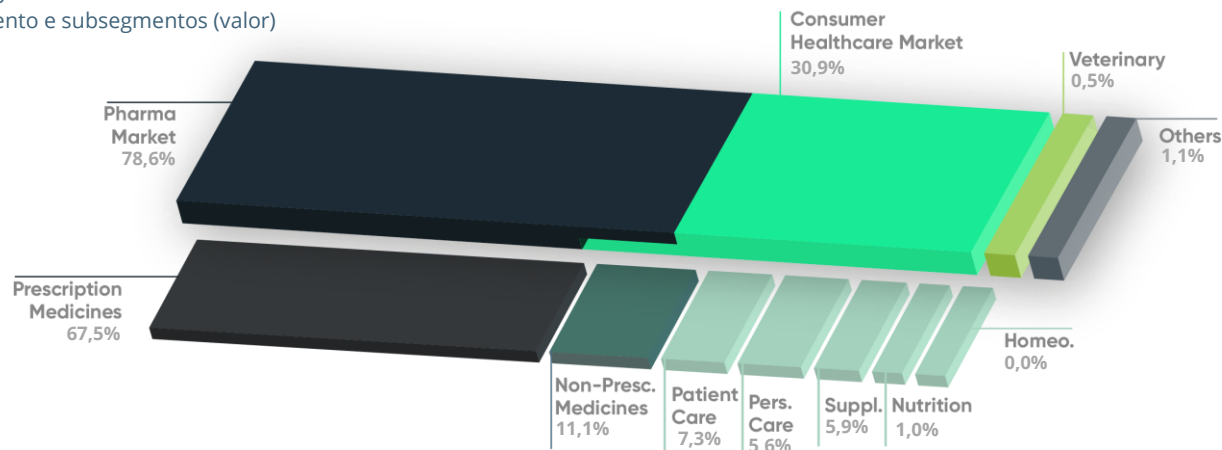
**Because we believe in the power of knowledge  
and where it can lead us.**

# Mercado Total

## Dinâmica do canal Farmácia

Novembro 2023

Peso por segmento e subsegmentos (valor)



## Dinâmica do canal Farmácia

Por subsegmentos

|                               | Novembro 2023 |               |              |             |               |              | YTD 2023       |               |             |              |               |              |
|-------------------------------|---------------|---------------|--------------|-------------|---------------|--------------|----------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
|                               | 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>384,3</b>  | <b>100,0%</b> | <b>1,1%</b>  | <b>31,9</b> | <b>100,0%</b> | <b>-1,7%</b> | <b>4 150,1</b> | <b>100,0%</b> | <b>2,8%</b> | <b>338,5</b> | <b>100,0%</b> | <b>-2,5%</b> |
| <b>Pharma Market</b>          | <b>302,1</b>  | <b>78,6%</b>  | <b>-0,7%</b> | <b>25,4</b> | <b>79,6%</b>  | <b>-4,7%</b> | <b>3 258,7</b> | <b>78,5%</b>  | <b>4,6%</b> | <b>273,1</b> | <b>80,7%</b>  | <b>1,5%</b>  |
| <b>Consumer Healthcare</b>    | <b>118,8</b>  | <b>30,9%</b>  | <b>1,6%</b>  | <b>9,5</b>  | <b>29,8%</b>  | <b>-7,7%</b> | <b>1 284,2</b> | <b>30,9%</b>  | <b>6,7%</b> | <b>103,6</b> | <b>30,6%</b>  | <b>-7,5%</b> |
| <b>Prescription Medicines</b> | 259,6         | 67,5%         | 0,0%         | 21,0        | 66,0%         | -3,0%        | 2 811,6        | 67,7%         | 4,3%        | 227,5        | 67,2%         | 1,7%         |
| Branded                       | 188,7         | 49,1%         | -3,1%        | 12,3        | 38,5%         | -4,3%        | 2 079,3        | 50,1%         | 1,8%        | 132,8        | 39,2%         | -1,1%        |
| Generic                       | 70,9          | 18,4%         | 9,2%         | 8,8         | 27,5%         | -1,2%        | 732,4          | 17,6%         | 12,2%       | 94,8         | 28,0%         | 6,0%         |
| <b>Non Prescription (OTC)</b> | 42,6          | 11,1%         | -4,5%        | 4,3         | 13,6%         | -11,8%       | 447,1          | 10,8%         | 6,8%        | 45,6         | 13,5%         | 0,4%         |
| Branded                       | 40,2          | 10,5%         | -4,9%        | 4,0         | 12,6%         | -12,4%       | 421,7          | 10,2%         | 6,1%        | 42,0         | 12,4%         | -0,4%        |
| Generic                       | 2,3           | 0,6%          | 3,4%         | 0,3         | 1,0%          | -4,1%        | 25,4           | 0,6%          | 19,5%       | 3,5          | 1,0%          | 11,3%        |
| <b>Homeopathy</b>             | 0,1           | 0,0%          | -2,0%        | 0,0         | 0,0%          | -6,5%        | 0,9            | 0,0%          | 1,5%        | 0,1          | 0,0%          | -1,6%        |
| <b>Nutrition</b>              | 3,9           | 1,0%          | 12,6%        | 0,2         | 0,8%          | 10,8%        | 41,5           | 1,0%          | 13,7%       | 2,7          | 0,8%          | 7,7%         |
| <b>Patient Care</b>           | 27,9          | 7,3%          | 1,0%         | 2,4         | 7,4%          | -11,0%       | 311,5          | 7,5%          | -2,3%       | 27,5         | 8,1%          | -28,5%       |
| <b>Personal Care</b>          | 21,5          | 5,6%          | 11,7%        | 1,3         | 4,1%          | 7,6%         | 250,4          | 6,0%          | 13,8%       | 15,4         | 4,6%          | 9,3%         |
| <b>Supplements</b>            | 22,8          | 5,9%          | 3,8%         | 1,2         | 3,8%          | -2,9%        | 232,9          | 5,6%          | 11,5%       | 12,2         | 3,6%          | 7,3%         |
| <b>Others</b>                 | 4,0           | 1,1%          | 119,7%       | 1,2         | 3,8%          | 269,8%       | 24,5           | 0,6%          | -78,0%      | 5,7          | 1,7%          | -42,6%       |
| <b>Veterinary</b>             | 2,0           | 0,5%          | 1,7%         | 0,1         | 0,4%          | -4,3%        | 29,8           | 0,7%          | 13,4%       | 1,8          | 0,5%          | 5,4%         |

No mês de Novembro de 2023 o mercado farmacêutico registou uma variação de +1,1% no Sell Out em valor e -1,7% em unidades, face ao mesmo mês do ano anterior.

No segmento **Pharma** registou-se uma variação de -0,7% de Sell Out em valor, correspondendo a um decréscimo de -2,0 M€. Em volume, a variação foi de -4,7%, representando -1,24 M unidades.

O segmento **Consumer Healthcare** apresentou, em valor, uma variação de +1,6% correspondendo a +1,8 M€ e em volume uma variação de -7,7%, representando -0,79 M unidades.

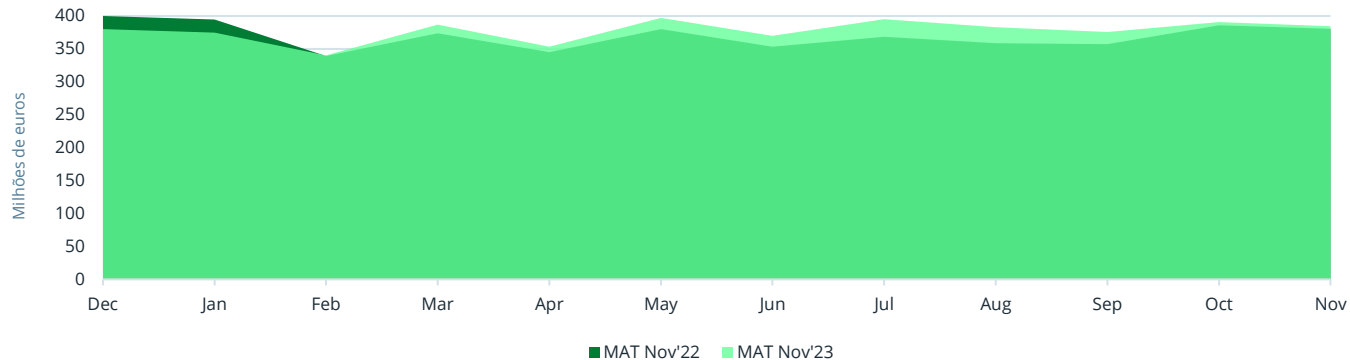
Destaques para o subsegmento **Nutrition** com uma variação de +12,6% em valor e +10,8% em volume e para o subsegmento **Non-Prescription (OTC)** com uma variação de -4,5% em valor e -11,8% em volume

O comportamento do mercado, no YTD Novembro'23, apresenta uma tendência de variação positiva em valor e negativa em volume, com uma variação de +2,8% e -2,5%, respetivamente.

# Mercado Total

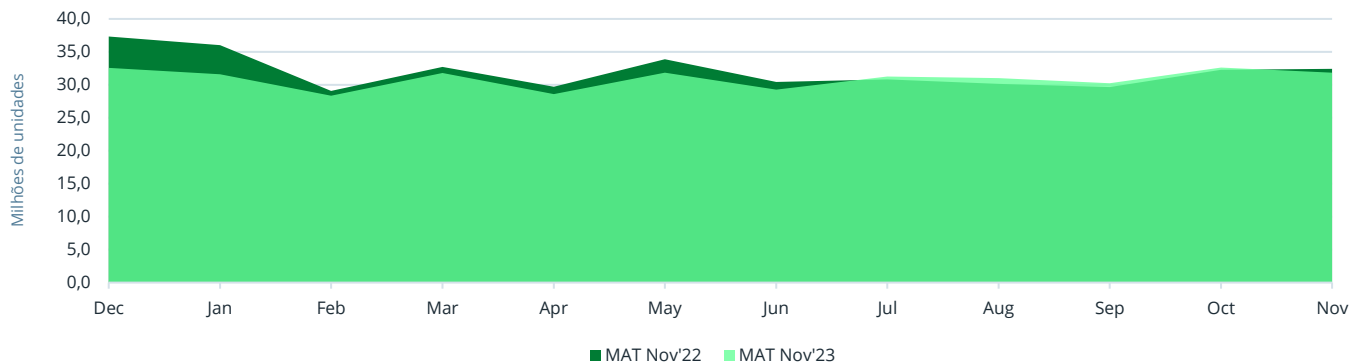
## Evolução mensal em valor

Novembro 2022 – Novembro 2023



## Evolução mensal em volume

Novembro 2022 – Novembro 2023



Regista-se uma variação face ao mês de Outubro'23 de -1,6% e de -2,4% em valor e volume, respetivamente.

Nos últimos 12 meses o mercado, em valor, tem sido superior aos meses do período homólogo com a exceção dos meses de Dezembro e Janeiro. Em volume, depois da recuperação verificada nos 4 meses anteriores, Novembro registou um valor inferior ao mesmo mês do período homólogo.

Em acumulado nos últimos 12 meses (MAT Novembro'23) o mercado apresenta uma variação em valor de +94,0 M€ (+2,1%) comparativamente com o período homólogo, e em volume de -13,4 M unidades (-3,5%).

# Pharma Market



## Maiores variações absolutas em valor | YTD Novembro 2023

### Classes ATC3

| rank | var abs | rank valor | ATC3  | Var. Abs. M€ | Var.  |
|------|---------|------------|---|--------------|-------|
| 1    | 1       | 1          | A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2) | 51,77        | 32,5% |
| 2    | 7       | 7          | A10S - Agonista do GLP-1  | 14,30        | 15,3% |
| 3    | 2       | 2          | B01F - Inibidores directos do Factor Xa   | 13,78        | 7,6%  |
| 4    | 10      | 10         | C10C - Associações entre reguladores de lípidos                                   | 11,90        | 18,4% |
| 5    | 3       | 3          | N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor                                 | 11,42        | 9,2%  |

## Maiores variações absolutas em unidades | YTD Novembro 2023

### Classes ATC3

| rank | var abs | rank volume | ATC3  | Var. Abs. M Unid | Var.  |
|------|---------|-------------|---|------------------|-------|
| 1    | 14      | 14          | A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2) | 1,14             | 32,2% |
| 2    | 2       | 2           | C10A - Reguladores do colesterol e triglicérideos                                 | 0,80             | 5,6%  |
| 3    | 3       | 3           | N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor                                 | 0,75             | 6,4%  |
| 4    | 29      | 29          | C10C - Associações entre reguladores de lípidos                                   | 0,55             | 23,4% |
| 5    | 18      | 18          | J01C - Penicilinas de largo espectro  | 0,45             | 13,3% |

### Marcas

| rank | var abs | rank valor | Marca     | Var. Abs. M€ | Var.  |
|------|---------|------------|-----------|--------------|-------|
| 1    | 3       | 3          | Forxiga   | 13,19        | 31,3% |
| 2    | 6       | 6          | Ozempic   | 11,69        | 40,6% |
| 3    | 5       | 5          | Jardiance | 9,20         | 28,5% |
| 4    | 4       | 4          | Xigduo    | 7,75         | 21,5% |
| 5    | 13      | 13         | Synjardy  | 7,30         | 46,7% |

### Marcas

| rank | var abs | rank volume | Marca                         | Var. Abs. M Unid | Var.   |
|------|---------|-------------|-------------------------------|------------------|--------|
| 1    | 20      | 20          | Betamox                       | 0,34             | 55,5%  |
| 2    | 11      | 11          | Forxiga                       | 0,31             | 31,3%  |
| 3    | 156     | 156         | Bilastina Farmoz              | 0,27             | 353,1% |
| 4    | 217     | 217         | Beta-histina Generis          | 0,26             | >1000% |
| 5    | 235     | 235         | Atorvastatina Alter Genéricos | 0,25             | -      |

Em YTD Novembro'23 a classe terapêutica "A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)" mantém-se com maior crescimento absoluto em valor, com uma variação de +51,8 M€ (+32,5%) face ao período homólogo. As marcas **Forxiga®** e **Jardiance®** revelam-se importantes alavancas deste crescimento, com variações em valor de +13,2M€ e +9,2 M€, respetivamente, que corresponde a uma variação positiva de +31,3% e +28,5% face ao período homólogo.

No que respeita às dispensas em volume desde o início do ano, a classe ATC3, "A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)" apresenta um crescimento absoluto de +1,14 M Unid face ao período homólogo (+32,2% em termos relativos).

O segundo lugar de variação absoluta em volume é ocupado pela classe "C10A - Reguladores do colesterol e triglicérideos", com um crescimento absoluto de +0,80 M Unid face ao período homólogo (+5,6% em termos relativos).

No TOP 5 de marcas com maiores variações positivas nas dispensas, em volume, encontra-se na primeira posição o **Betamox®** com uma variação de +0,34 M Unid, que corresponde a uma variação de +55,5% em termos relativos.

# Pharma Market | Generic



## Maiores variações absolutas em valor | YTD Novembro 2023

### DCIs

| rank var abs | rank valor | DCI                        | Var. Abs. M€ | Var.   |
|--------------|------------|----------------------------|--------------|--------|
| 1            | 5          | Metformina + Sitagliptina  | 14,71        | >1000% |
| 2            | 14         | Metformina + Vildagliptina | 11,09        | >1000% |
| 3            | 40         | Sitagliptina               | 4,78         | >1000% |
| 4            | 1          | Atorvastatina              | 4,54         | 12,0%  |
| 5            | 73         | Apixabano                  | 3,27         | -      |

### Marcas

| rank var abs | rank valor | Marca                            | Var. Abs. M€ | Var.   |
|--------------|------------|----------------------------------|--------------|--------|
| 1            | 3          | Metformina/Sitagliptina Mylan    | 4,11         | 660,1% |
| 2            | 15         | Apixabano Teva                   | 3,27         | -      |
| 3            | 20         | Metformina/Vildagliptina Generis | 2,97         | >1000% |
| 4            | 37         | Metformina/Sitagliptina Krka     | 2,23         | >1000% |
| 5            | 30         | Rivastigmina Teva                | 2,18         | 628,0% |

No TOP 5 de DCIs de medicamentos genéricos com crescimento absoluto em valor mais acentuado em YTD Novembro'23 encontram-se a Metformina + Sitagliptina e Metformina + Vildagliptina, que neste período cresceram respetivamente +14,7 M€ e +11,1 M€ face ao período homólogo.

Destaque novamente para a **Metformina/Sitagliptina Mylan®** que apresenta crescimento absoluto no mercado de +4,1 M€.

No TOP 5 de DCIs com maiores variações absolutas em volume encontra-se na primeira posição a Metformina + Sitagliptina, com uma variação de +0,80 M Unid. Em segundo lugar no ranking de moléculas com maior variação absoluta em volume encontra-se a Metformina + Vidagliptina com +0,71 M Unid.

## Maiores variações absolutas em unidades | YTD Novembro 2023

### DCIs

| rank var abs | rank volume | DCI                        | Var. Abs. M Unid | Var.   |
|--------------|-------------|----------------------------|------------------|--------|
| 1            | 31          | Metformina + Sitagliptina  | 0,80             | >1000% |
| 2            | 41          | Metformina + Vildagliptina | 0,71             | >1000% |
| 3            | 32          | Bilastina                  | 0,57             | 201,8% |
| 4            | 1           | Atorvastatina              | 0,57             | 8,6%   |
| 5            | 65          | Sitagliptina               | 0,36             | >1000% |

### Marcas

| rank var abs | rank volume | Marca                         | Var. Abs. M Unid | Var.   |
|--------------|-------------|-------------------------------|------------------|--------|
| 1            | 33          | Bilastina Farmoz              | 0,27             | 353,1% |
| 2            | 53          | Beta-histina Generis          | 0,26             | >1000% |
| 3            | 60          | Atorvastatina Alter Genéricos | 0,25             | -      |
| 4            | 50          | Metformina/Sitagliptina Mylan | 0,23             | 663,9% |
| 5            | 1           | Atorvastatina Teva            | 0,19             | 13,6%  |

# Consumer Health Market



## Maiores variações absolutas em valor | YTD Novembro 2023

### Classes HMR

| rank var abs | rank valor | HMR3   | Var. Abs. M€ | Var.  |
|--------------|------------|--|--------------|-------|
| 1            | 2          | H26.4.12. - Medição de glicose contínua            | 6,92         | 15,9% |
| 2            | 9          | H17.9.3. - Protector solar adulto                  | 5,63         | 24,0% |
| 3            | 10         | H01.4.1. - Antigripais                             | 4,44         | 19,4% |
| 4            | 8          | H16.4.1. - Anti envelhecimento e anti rugas mulher | 4,18         | 15,6% |
| 5            | 3          | H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos             | 4,12         | 11,1% |

## Maiores variações absolutas em unidades | YTD Novembro 2023

### Classes HMR

| rank var abs | rank volume | HMR3   | Var. Abs. M Unid | Var.  |
|--------------|-------------|--|------------------|-------|
| 1            | 5           | H01.4.1. - Antigripais                           | 0,32             | 12,6% |
| 2            | 20          | H17.9.3. - Protector solar adulto                | 0,17             | 16,8% |
| 3            | 15          | H04.2.5. - Antidiarreicos                        | 0,15             | 11,2% |
| 4            | 59          | H17.3.1. - Protector labial sem factor protecção | 0,14             | 40,8% |
| 5            | 26          | H09.1.11. - Dermateite Atópica                   | 0,13             | 14,3% |

### Marcas

| rank var abs | rank valor | Marca     | Var. Abs. M€ | Var.  |
|--------------|------------|-----------|--------------|-------|
| 1            | 1          | Freestyle | 5,72         | 11,4% |
| 2            | 4          | Isdin     | 3,45         | 23,3% |
| 3            | 6          | Uriage    | 2,71         | 21,8% |
| 4            | 5          | Avène     | 2,64         | 17,0% |
| 5            | 21         | SVR       | 1,43         | 23,9% |

H17.9.3. - Protector solar adulto

### Marcas

| rank var abs | rank volume | Marca     | Var. Abs. M Unid | Var.  |
|--------------|-------------|-----------|------------------|-------|
| 1            | 11          | Uriage    | 0,16             | 20,5% |
| 2            | 14          | Isdin     | 0,12             | 17,7% |
| 3            | 87          | Ecotainer | 0,12             | 70,4% |
| 4            | 8           | Avène     | 0,11             | 13,1% |
| 5            | 18          | Griponal  | 0,09             | 14,3% |

No TOP 5 de classes HMR3 do segmento Consumer Health com maior crescimento em valor em YTD Novembro'23 salientam-se as classes "H26.4.12. - Medição de glicose contínua" e "H17.9.3. - Protector solar adulto" com um crescimento face ao período homólogo de +6,9 M€ (+15,9%) e +5,6 M€ (+24,0%), respectivamente.

Entre as marcas com maior variação absoluta em YTD Novembro'23 destaque para o **Freestyle®** com um crescimento de +11,4% face ao período homólogo.

No TOP 5 de classes HMR3 do segmento Consumer Health com maior crescimento em volume em YTD Novembro'23 salientam-se as classes "H01.4.1. - Antigripais" e "H17.9.3. - Protector solar adulto" com um crescimento face ao período homólogo de +0,32 M Unid (+12,6%) e +0,17 M Unid (+16,8%), respectivamente.

Entre as marcas com maior variação absoluta em YTD Novembro'23 destaque para o **Uriage®** com um crescimento de +20,5% face ao período homólogo.

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



## OTCs em valor

YTD Novembro 2023

| Rank var abs | Rank Valor | Marca        | Var. Abs. € | Var.   |
|--------------|------------|--------------|-------------|--------|
| 1            | 50         | Dioflav      | 1 244 429   | 105,7% |
| 2            | 21         | Antigrippine | 1 185 198   | 39,6%  |
| 3            | 7          | Griponal     | 1 152 359   | 19,2%  |

## Supplements em valor

YTD Novembro 2023

| Rank var abs | Rank Valor | Marca    | Var. Abs. € | Var.  |
|--------------|------------|----------|-------------|-------|
| 1            | 7          | Atyflor  | 1 065 416   | 27,9% |
| 2            | 9          | Acutil   | 945 656     | 30,1% |
| 3            | 15         | Artrozen | 936 928     | 41,3% |

## Personal Care em valor

YTD Novembro 2023

| Rank var abs | Rank Valor | Marca  | Var. Abs. € | Var.  |
|--------------|------------|--------|-------------|-------|
| 1            | 2          | Isdin  | 2 952 926   | 22,0% |
| 2            | 3          | Uriage | 2 697 387   | 21,7% |
| 3            | 1          | Avène  | 2 588 604   | 16,9% |

## OTCs em unidades

YTD Novembro 2023

| Rank var abs | Rank Volume | Marca                 | Var. Abs. Unid | Var.  |
|--------------|-------------|-----------------------|----------------|-------|
| 1            | 9           | Griponal              | 87 184         | 14,3% |
| 2            | 13          | Cégripe               | 85 847         | 18,8% |
| 3            | 57          | Ibuprofeno Bluepharma | 77 493         | 58,1% |

## Supplements em unidades

YTD Novembro 2023

| Rank var abs | Rank Volume | Marca    | Var. Abs. Unid | Var.  |
|--------------|-------------|----------|----------------|-------|
| 1            | 5           | Atyflor  | 62 823         | 25,2% |
| 2            | 20          | Artrozen | 35 192         | 42,7% |
| 3            | 10          | Aquilea  | 33 030         | 22,1% |

## Personal Care em unidades

YTD Novembro 2023

| Rank var abs | Rank Volume | Marca  | Var. Abs. Unid | Var.  |
|--------------|-------------|--------|----------------|-------|
| 1            | 2           | Uriage | 155 255        | 20,4% |
| 2            | 1           | Avène  | 110 037        | 13,0% |
| 3            | 3           | Isdin  | 107 198        | 16,7% |

## OTC

No TOP 3 marcas do segmento OTC com maiores variações absolutas em YTD Novembro'23 vs homólogo, o **Dioflav**<sup>®</sup> apresenta em valor uma evolução positiva (crescimento de +105,7%, +1,2 M€) não se encontrando, contudo, no ranking do crescimento absoluto em unidades.

Segue-se o **Antigrippine**<sup>®</sup> com crescimento em valor de +39,6%, face ao período homólogo.

Destaca-se ainda o **Griponal**<sup>®</sup> com crescimento em valor de +19,2%, face ao período homólogo.

## SUPPLEMENTS

Dentro do TOP 3 de variação absoluta verifica-se o maior crescimento em valor e em volume da marca **Atyflor**<sup>®</sup> (+27,9% em valor e +25,2% em volume). A segunda posição de variação em valor é ocupada pelo **Acutil**<sup>®</sup> (+30,1%).

## PERSONAL CARE

No TOP 3 marcas com maiores variações absolutas associadas ao Personal Care, destaque para a marca **Isdin**<sup>®</sup> que apresenta uma evolução de vendas em valor de aproximadamente +3,0 M€ (+22,0%) face ao período homólogo, seguindo-se a marca **Uriage**<sup>®</sup> com um crescimento de cerca de 2,7 M€ (+21,7%).

A marca **Uriage**<sup>®</sup> ocupa a primeira posição no TOP3 marcas com maiores variações absolutas em unidades, com um crescimento de +20,4%.



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



## Patient Care em valor

YTD Novembro 2023

| Rank var abs | Rank Valor | Marca     | Var. Abs. € | Var.   |
|--------------|------------|-----------|-------------|--------|
| 1            | 1          | Freestyle | 5 716 941   | 11,4%  |
| 2            | 36         | I.Fresh   | 860 199     | 101,6% |
| 3            | 33         | Previpiq  | 630 702     | 41,7%  |

## Nutrition em valor

YTD Novembro 2023

| Rank var abs | Rank Valor | Marca    | Var. Abs. € | Var.  |
|--------------|------------|----------|-------------|-------|
| 1            | 1          | Nan      | 671 962     | 12,8% |
| 2            | 3          | Fresubin | 655 849     | 22,6% |
| 3            | 2          | Aptamil  | 605 154     | 14,1% |

## Homeopathy em valor

YTD Novembro 2023

| Rank var abs | Rank Valor | Marca        | Var. Abs. € | Var.   |
|--------------|------------|--------------|-------------|--------|
| 1            | 5          | Spascupreel  | 2 152       | >1000% |
| 2            | 4          | Oculoheel    | 1 499       | 131,4% |
| 3            | 2          | Lymphomyosot | 1 165       | 13,6%  |

## Patient Care em unidades

YTD Novembro 2023

| Rank var abs | Rank Volume | Marca     | Var. Abs. Unid | Var.  |
|--------------|-------------|-----------|----------------|-------|
| 1            | 14          | Ecotainer | 116 078        | 70,4% |
| 2            | 2           | Freestyle | 57 699         | 4,5%  |
| 3            | 51          | I.Fresh   | 57 505         | 95,9% |

## Nutrition em unidades

YTD Novembro 2023

| Rank var abs | Rank Volume | Marca    | Var. Abs. Unid | Var.   |
|--------------|-------------|----------|----------------|--------|
| 1            | 4           | Nestlé   | 83 790         | 50,6%  |
| 2            | 12          | Gerber   | 33 352         | 339,3% |
| 3            | 5           | Fresubin | 33 285         | 16,4%  |

## Homeopathy em unidades

YTD Novembro 2023

| Rank var abs | Rank Volume | Marca       | Var. Abs. Unid | Var.   |
|--------------|-------------|-------------|----------------|--------|
| 1            | 5           | Spascupreel | 151            | >1000% |
| 2            | 4           | Oculoheel   | 102            | 125,9% |
| 3            | 8           | Vertigoheel | 64             | 133,3% |

## PATIENT CARE

A marca **Freestyle**<sup>®</sup> regista a primeira posição em valor com uma variação de +5,7 M€ (+11,4%).

A marca **Ecotainer**<sup>®</sup> encontra-se na primeira posição em volume, apresentando uma variação de +0,12 M Unid (+70,4%).

## NUTRITION

No TOP 3 das marcas com maiores variações absolutas em YTD Novembro'23, em valor, a marca **NAN**<sup>®</sup> apresenta a maior variação positiva em valor (+12,8%).

A marca **Fresubin**<sup>®</sup> ocupa a segunda posição do TOP 3 de marcas com maiores variações em valor em YTD Novembro'23 com +22,6% face ao homólogo, seguida da marca **Aptamil**<sup>®</sup> que apresenta uma variação de +14,1%.

## HOMEOPATHY

As marcas identificadas com maiores variações positivas em YTD Novembro'23 são as seguintes: **Spascupreel**<sup>®</sup> (+1000% em valor), seguida da **Oculoheel**<sup>®</sup> (+131,4% em valor). A marca **Lymphomyosot**<sup>®</sup> ocupa a terceira posição no TOP 3 das marcas com maior variação absoluta em valor (+13,6%).

A marca **Spascupreel**<sup>®</sup> ocupa a primeira posição no TOP 3 das marcas com maior variação absoluta em unidades (+1000%).

# FICHA TÉCNICA

## MARKET WATCH PORTUGAL – NOVEMBRO 2023

### Âmbito

Evolução mensal do Mercado de Farmácia em Portugal

### Periodicidade

Mensal

### Períodos Analisados

Meses - Novembro/22 a Novembro/23

Ano Móvel - MAT Novembro /22 e MAT Novembro /23

Year to date - YTD Novembro /22 e YTD Novembro /23

### 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 de Novembro teve por base um painel de 2.570 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 = 88,3% referente ao mês de Novembro.

- **Consumer health market** – Composto por todos os produtos de cuidado e bem-estar pessoal, incluindo MNSRM e produtos de saúde comparticipados 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