

# Market Watch Portugal

Agosto 2024

No mês de Agosto de 2024 o mercado farmacêutico registou uma variação de +5,3% 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 +4,8% de Sell Out em valor, correspondendo a um acréscimo de 14,1 M€, enquanto que no segmento Consumer Healthcare a variação foi de +5,6% correspondendo a um acréscimo de +7,0 M€.

Rui Sebastião  
Market Intelligence & Analytics  
[ruisebastiao@hmr.co.com](mailto:ruisebastiao@hmr.co.com)

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

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

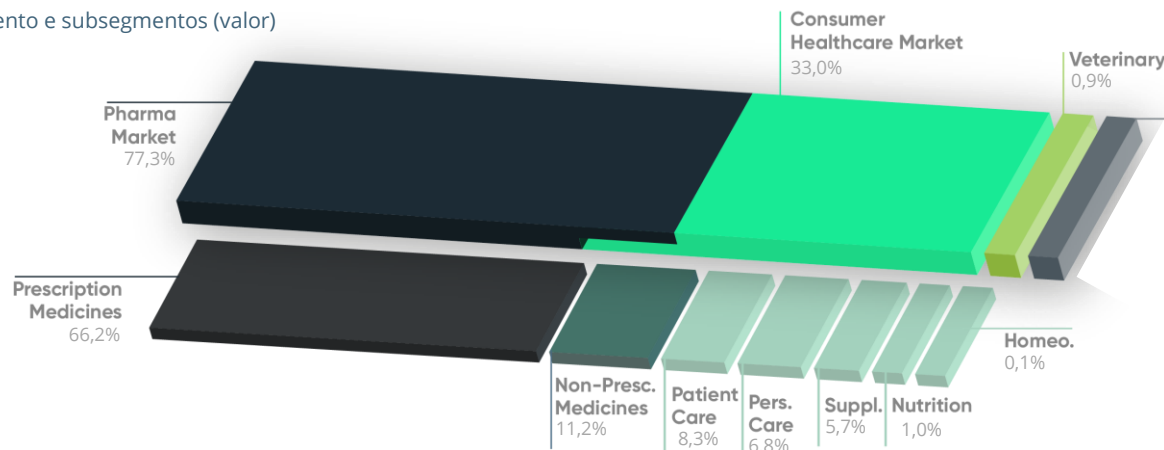
This information is what takes us further and provides greater meaning to the data and numbers that are used to analyse the market in the most efficient manner possible.

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

# Mercado Total

## Dinâmica do canal Farmácia

Agosto '24  
Peso por segmento e subsegmentos (valor)



No mês de Agosto de 2024 o mercado farmacêutico registou uma variação de +5,3% 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 +4,8% de Sell Out em valor, correspondendo a um acréscimo de +14,1 M€. Em volume, a variação foi de +6,3%, representando +0,5 M unidades.

O segmento **Consumer Healthcare** apresentou, em valor, uma variação de +5,6% correspondendo a +7,0 M€ e em volume uma variação de -0,9%, representando -0,1 M unidades.

Destaques para o subsegmento **Non Prescription (OTC) – Generic** com uma variação de +17,3% em valor e +9,8% em volume.

O comportamento do mercado, no YTD Agosto'24, apresenta uma tendência de variação positiva em valor e em volume, com uma variação de +6,8% e +3,9%, respetivamente.

## Dinâmica do canal Farmácia

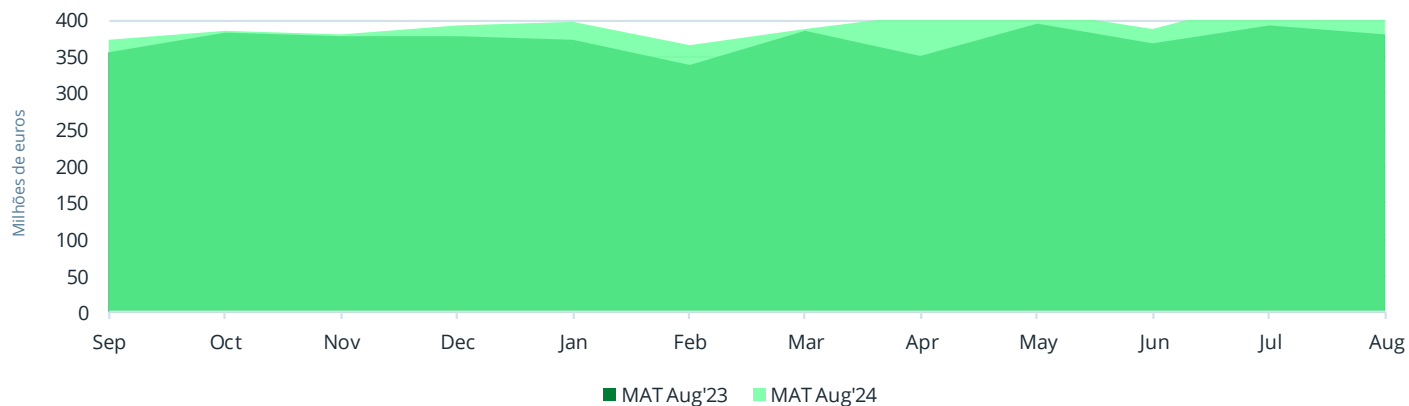
Por subsegmentos

|                               | August 2024  |               |             |             |               |              | YTD August 2024 |               |             |              |               |             |
|-------------------------------|--------------|---------------|-------------|-------------|---------------|--------------|-----------------|---------------|-------------|--------------|---------------|-------------|
|                               | 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>401,6</b> | <b>100,0%</b> | <b>5,3%</b> | <b>31,3</b> | <b>100,0%</b> | <b>1,7%</b>  | <b>3 190,2</b>  | <b>100,0%</b> | <b>6,8%</b> | <b>251,1</b> | <b>100,0%</b> | <b>3,9%</b> |
| <b>Pharma Market</b>          | <b>310,5</b> | <b>77,3%</b>  | <b>4,8%</b> | <b>25,3</b> | <b>80,8%</b>  | <b>2,2%</b>  | <b>2 502,9</b>  | <b>78,5%</b>  | <b>6,3%</b> | <b>206,1</b> | <b>82,0%</b>  | <b>4,0%</b> |
| <b>Consumer Healthcare</b>    | <b>132,3</b> | <b>33,0%</b>  | <b>5,6%</b> | <b>10,1</b> | <b>32,3%</b>  | <b>-0,9%</b> | <b>1 020,5</b>  | <b>32,0%</b>  | <b>9,3%</b> | <b>78,7</b>  | <b>31,3%</b>  | <b>4,5%</b> |
| <b>Prescription Medicines</b> | 265,7        | 66,2%         | 5,0%        | 21,0        | 67,0%         | 2,9%         | 2 145,0         | 67,2%         | 5,6%        | 171,0        | 68,1%         | 3,6%        |
| Branded                       | 187,9        | 46,8%         | 0,8%        | 11,9        | 38,0%         | 0,6%         | 1 536,8         | 48,2%         | 2,1%        | 98,2         | 39,1%         | 2,0%        |
| Generic                       | 77,8         | 19,4%         | 16,7%       | 9,1         | 29,0%         | 6,1%         | 608,2           | 19,1%         | 15,7%       | 72,8         | 29,0%         | 5,9%        |
| <b>Non Prescription (OTC)</b> | 44,9         | 11,2%         | 3,5%        | 4,3         | 13,8%         | -1,3%        | 357,9           | 11,2%         | 10,6%       | 35,1         | 14,0%         | 5,8%        |
| Branded                       | 42,1         | 10,5%         | 2,7%        | 3,9         | 12,6%         | -2,2%        | 335,8           | 10,5%         | 10,0%       | 32,1         | 12,8%         | 5,0%        |
| Generic                       | 2,8          | 0,7%          | 17,3%       | 0,4         | 1,2%          | 9,8%         | 22,1            | 0,7%          | 19,7%       | 3,0          | 1,2%          | 15,2%       |
| Homeopathy                    | 0,1          | 0,0%          | 9,6%        | 0,0         | 0,0%          | 8,5%         | 0,7             | 0,0%          | 8,4%        | 0,1          | 0,0%          | 6,5%        |
| Nutrition                     | 4,1          | 1,0%          | 5,9%        | 0,3         | 0,8%          | 2,0%         | 32,6            | 1,0%          | 8,7%        | 2,0          | 0,8%          | 4,8%        |
| Patient Care                  | 33,3         | 8,3%          | 4,7%        | 2,8         | 8,9%          | -4,0%        | 242,0           | 7,6%          | 7,0%        | 20,3         | 8,1%          | 1,8%        |
| Personal Care                 | 27,3         | 6,8%          | 6,5%        | 1,6         | 5,1%          | 1,0%         | 198,8           | 6,2%          | 6,0%        | 11,6         | 4,6%          | 0,0%        |
| Supplements                   | 22,7         | 5,7%          | 10,0%       | 1,1         | 3,6%          | 5,4%         | 188,5           | 5,9%          | 13,9%       | 9,7          | 3,9%          | 11,1%       |
| Veterinary                    | 3,5          | 0,9%          | 18,9%       | 0,2         | 0,7%          | 11,2%        | 24,7            | 0,8%          | 8,3%        | 1,4          | 0,6%          | 4,5%        |

# Mercado Total

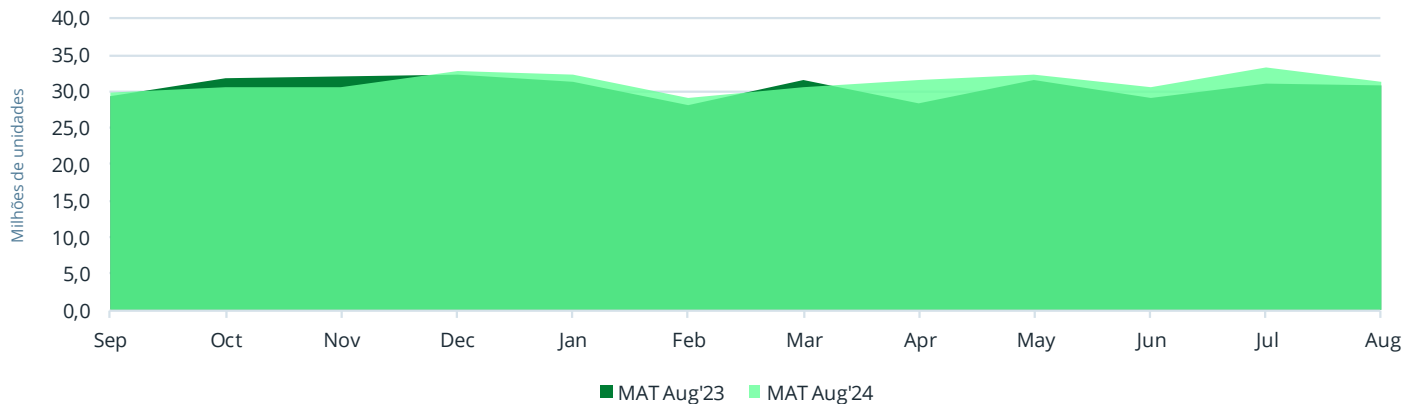
## Evolução mensal em valor

Setembro' 22 – Agosto' 24



## Evolução mensal em volume

Setembro' 22 – Agosto' 24



Regista-se uma variação face ao mês de Agosto 24 de -6,5% e de -6,4% em valor e volume, respetivamente.

Nos últimos 12 meses o mercado, em valor, tem sido sempre superior aos meses do período homólogo. Em volume, nos últimos 6 meses, apenas Março apresentou uma quebra face ao período homólogo.

Em acumulado nos últimos 12 meses (MAT Agosto'24) o mercado apresenta uma variação em valor de +240,4 M€ (+5,4%) comparativamente com o período homólogo, e em volume de +7,68 M unidades (+2,1%).

# Pharma Market



## Maiores variações absolutas em valor | YTD Agosto'24

### Classes ATC3

| rank var abs | rank valor | ATC3  | Var. Abs. M€ | Var.  |
|--------------|------------|---|--------------|-------|
| 1            | 1          | A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2) | 38,53        | 25,9% |
| 2            | 6          | N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos                                 | 9,84         | 12,0% |
| 3            | 8          | C10C - Associações entre reguladores de lípidos                                   | 9,05         | 16,5% |
| 4            | 3          | N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor                                 | 8,75         | 8,9%  |
| 5            | 4          | C09D - Associações de antagonistas da angiotensina-II                             | 7,44         | 8,2%  |

## Maiores variações absolutas em unidades | YTD Agosto'24

### Classes ATC3

| rank var abs | rank volume | ATC3  | Var. Abs. M Unid | Var.  |
|--------------|-------------|---|------------------|-------|
| 1            | 1           | N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos                                 | 1,10             | 5,8%  |
| 2            | 12          | A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2) | 0,84             | 25,3% |
| 3            | 8           | R06A - Anti-histamínicos sistémicos   | 0,59             | 12,1% |
| 4            | 2           | C10A - Reguladores do colesterol e triglicérideos                                 | 0,54             | 4,9%  |
| 5            | 3           | N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor                                 | 0,48             | 5,4%  |

### Marcas

| rank var abs | rank valor | Marca          | Var. Abs. M€ | Var.  |
|--------------|------------|----------------|--------------|-------|
| 1            | 10         | Apixabano Teva | 23,44        | -     |
| 2            | 1          | Forxiga        | 8,86         | 22,6% |
| 3            | 4          | Jardiance      | 6,56         | 22,4% |
| 4            | 5          | Lixiana        | 5,73         | 20,6% |
| 5            | 3          | Xigduo         | 5,29         | 17,0% |

### Marcas

| rank var abs | rank volume | Marca           | Var. Abs. M Unid | Var.   |
|--------------|-------------|-----------------|------------------|--------|
| 1            | 28          | Apixabano Teva  | 0,65             | -      |
| 2            | 1           | Ben-u-ron       | 0,32             | 4,6%   |
| 3            | 173         | Tapentadol Krka | 0,21             | 727,8% |
| 4            | 9           | Forxiga         | 0,21             | 22,6%  |
| 5            | 55          | Ilvico          | 0,20             | 76,7%  |

Em YTD Agosto'24 a classe terapêutica "A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)" mantém o maior crescimento absoluto em valor, com uma variação de +38,53 M€ (+25,9%) face ao período homólogo. As marcas **Forxiga®** e **Jardiance®** revelam-se importantes alavancas deste crescimento, com variações em valor de +8,86 M€ e +6,56 M€, respetivamente, que corresponde a uma variação positiva de +22,6% e +22,4% face ao período homólogo.

No que respeita às dispensas em volume desde o início do ano, a classe ATC3, "N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos" apresenta um crescimento absoluto de +1,15 M Unid face ao período homólogo (+6,9% em termos relativos).

O segundo lugar de variação absoluta em volume é ocupado pela classe "A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)", com um crescimento absoluto de +0,73 M Unid face ao período homólogo (+25,4% em termos relativos).

No TOP 5 de marcas com maiores variações positivas nas dispensas, em volume, encontra-se na primeira posição o **Apixabano Teva®** com uma variação de +0,58 M Unid.

# Pharma Market | Generic



## Maiores variações absolutas em valor | YTD Agosto'24

### DCIs

| rank var abs | rank valor | DCI                   | Var. Abs. M€ | Var.    |
|--------------|------------|-----------------------|--------------|---------|
| 1            | 2          | Apixabano             | 28,17        | -       |
| 2            | 24         | Rivaroxabano          | 7,07         | -       |
| 3            | 22         | Tapentadol            | 6,76         | 1439,5% |
| 4            | 1          | Atorvastatina         | 4,23         | 13,9%   |
| 5            | 59         | Dabigatrano etexilato | 3,26         | -       |

### Marcas

| rank var abs | rank valor | Marca                | Var. Abs. M€ | Var.   |
|--------------|------------|----------------------|--------------|--------|
| 1            | 1          | Apixabano Teva       | 23,44        | -      |
| 2            | 5          | Apixabano Mylan      | 4,13         | -      |
| 3            | 6          | Tapentadol Krka      | 3,53         | 752,1% |
| 4            | 17         | Rivaroxabano Viartis | 2,52         | -      |
| 5            | 24         | Rivaroxabano Zentiva | 2,41         | -      |

No TOP 5 de DCIs de medicamentos genéricos com crescimento absoluto em valor mais acentuado em YTD Agosto'24 encontram-se o Apixabano e o Tapentadol, que neste período cresceram respetivamente +24,44 M€ e +6,20 M€ face ao período homólogo.

Destaque para o **Apixabano Teva®** que apresenta crescimento absoluto no mercado de +21,01 M€.

No TOP 5 de DCIs com maiores variações absolutas em volume encontra-se na primeira posição o Apixabano, com uma variação de +0,68 M Unid. Em segundo lugar no ranking de moléculas com maior variação absoluta em volume encontra-se o Tapentadol com +0,38 M Unid.

## Maiores variações absolutas em unidades | YTD Agosto'24

### DCIs

| rank var abs | rank volume | DCI           | Var. Abs. M Unid | Var.    |
|--------------|-------------|---------------|------------------|---------|
| 1            | 24          | Apixabano     | 0,79             | -       |
| 2            | 50          | Tapentadol    | 0,41             | 1436,8% |
| 3            | 1           | Atorvastatina | 0,36             | 7,0%    |
| 4            | 78          | Rivaroxabano  | 0,26             | -       |
| 5            | 21          | Bilastina     | 0,25             | 40,7%   |

### Marcas

| rank var abs | rank volume | Marca                | Var. Abs. M Unid | Var.   |
|--------------|-------------|----------------------|------------------|--------|
| 1            | 8           | Apixabano Teva       | 0,65             | -      |
| 2            | 41          | Tapentadol Krka      | 0,21             | 727,8% |
| 3            | 13          | Bisoprolol Aurobindo | 0,18             | 66,0%  |
| 4            | 27          | Beta-histina Generis | 0,17             | 143,9% |
| 5            | 1           | Atorvastatina Teva   | 0,16             | 14,6%  |

# Consumer Health Market



## Maiores variações absolutas em valor | YTD Agosto'24

### Classes HMR

| rank var abs | rank valor | HMR3  | Var. Abs. M€ | Var.  |
|--------------|------------|---|--------------|-------|
| 1            | 3          | H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos      | 5,01         | 17,1% |
| 2            | 1          | H26.4.12. - Medição de glicose contínua     | 4,62         | 12,7% |
| 3            | 10         | H014.1. - Antigripais                       | 3,69         | 20,1% |
| 4            | 14         | H01.1.1. - Expectorantes                    | 3,26         | 20,5% |
| 5            | 24         | H01.1.5. - Alívio da tosse seca e produtiva | 2,91         | 28,3% |

## Maiores variações absolutas em unidades | YTD Agosto'24

### Classes HMR

| rank var abs | rank volume | HMR3  | Var. Abs. M Unid | Var.  |
|--------------|-------------|---|------------------|-------|
| 1            | 1           | H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos      | 0,54             | 10,9% |
| 2            | 5           | H014.1. - Antigripais                       | 0,30             | 15,6% |
| 3            | 6           | H01.1.1. - Expectorantes                    | 0,29             | 16,0% |
| 4            | 13          | H04.2.5. - Antidiarreicos                   | 0,19             | 17,0% |
| 5            | 20          | H01.1.5. - Alívio da tosse seca e produtiva | 0,17             | 22,9% |

### Marcas

| rank var abs | rank valor | Marca          | Var. Abs. M€ | Var.   |
|--------------|------------|----------------|--------------|--------|
| 1            | 1          | Freestyle      | 4,13         | 10,3%  |
| 2            | 41         | Dioflav        | 2,76         | 202,8% |
| 3            | 45         | Ilvico         | 1,75         | 77,5%  |
| 4            | 8          | La Roche Posay | 1,59         | 16,3%  |
| 5            | 49         | Fisiocrem      | 1,28         | 50,6%  |

### Marcas

| rank var abs | rank volume | Marca      | Var. Abs. M Unid | Var.    |
|--------------|-------------|------------|------------------|---------|
| 1            | 22          | Ilvico     | 0,20             | 76,7%   |
| 2            | 95          | Fluorecare | 0,20             | 3570,9% |
| 3            | 80          | Boiron     | 0,13             | 142,7%  |
| 4            | 89          | Dioflav    | 0,12             | 146,4%  |
| 5            | 172         | Herby      | 0,10             | 3136,1% |

No TOP 5 de classes HMR3 do segmento Consumer Health com maior crescimento em valor em YTD Agosto'24 salientam-se as classes "H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos" e "H26.4.12. - Medição de glicose contínua" com um crescimento face ao período homólogo de +4,73M€ (+18,9%) e +4,05 M€ (+12,9%), respectivamente.

Entre as marcas com maior variação absoluta em YTD Agosto'24 destaque para o **Freestyle**® com um crescimento de +10,3% face ao período homólogo.

No TOP 5 de classes HMR3 do segmento Consumer Health com maior crescimento em volume em YTD Agosto'24 salientam-se as classes "H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos" e "H01.4.1. - Antigripais" com um crescimento face ao período homólogo de +0,54 M Unid (+12,6%) e +0,33 M Unid (+19,3%), respectivamente.

Entre as marcas com maior variação absoluta em YTD Agosto'24 destaque para o **Ilvico**® com um crescimento de +91,2% face ao período homólogo.

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



## OTCs em valor

YTD Agosto'24

| Rank var abs | Rank Valor | Marca     | Var. Abs. € | Var.   |
|--------------|------------|-----------|-------------|--------|
| 1            | 14         | Dioflav   | 2 756 338   | 202,8% |
| 2            | 18         | Ilvico    | 1 749 509   | 77,5%  |
| 3            | 4          | Streptfen | 1 265 527   | 20,3%  |

## Supplements em valor

YTD Agosto'24

| Rank var abs | Rank Valor | Marca    | Var. Abs. € | Var.  |
|--------------|------------|----------|-------------|-------|
| 1            | 3          | Grintuss | 1 166 595   | 24,7% |
| 2            | 5          | Atyflor  | 1 006 650   | 28,4% |
| 3            | 1          | Centrum  | 798 044     | 11,3% |

## Personal Care em valor

YTD Agosto'24

| Rank var abs | Rank Valor | Marca          | Var. Abs. € | Var.  |
|--------------|------------|----------------|-------------|-------|
| 1            | 5          | La Roche Posay | 1 551 697   | 16,0% |
| 2            | 8          | SVR            | 1 235 795   | 22,4% |
| 3            | 6          | Caudalie       | 964 876     | 14,3% |

## OTCs em unidades

YTD Agosto'24

| Rank var abs | Rank Volume | Marca     | Var. Abs. Unid | Var.   |
|--------------|-------------|-----------|----------------|--------|
| 1            | 12          | Ilvico    | 201 732        | 76,7%  |
| 2            | 49          | Dioflav   | 121 946        | 146,4% |
| 3            | 4           | Streptfen | 99 481         | 15,5%  |

## Supplements em unidades

YTD Agosto'24

| Rank var abs | Rank Volume | Marca    | Var. Abs. Unid | Var.    |
|--------------|-------------|----------|----------------|---------|
| 1            | 15          | Herby    | 104 117        | 3136,1% |
| 2            | 1           | Grintuss | 66 427         | 19,6%   |
| 3            | 4           | Atyflor  | 52 310         | 23,0%   |

## Personal Care em unidades

YTD Agosto'24

| Rank var abs | Rank Volume | Marca    | Var. Abs. Unid | Var.  |
|--------------|-------------|----------|----------------|-------|
| 1            | 12          | Curaprox | 54 308         | 28,1% |
| 2            | 7           | SVR      | 50 913         | 17,3% |
| 3            | 15          | CeraVe   | 40 809         | 30,1% |

## OTC

No TOP 3 marcas do segmento OTC com maiores variações absolutas em YTD Agosto'24 vs homólogo, o **Dioflav**<sup>®</sup> apresenta uma evolução positiva em valor (crescimento de +245,3%, +1,81 M€). Segue-se o **Ilvico**<sup>®</sup> com crescimento em valor de +92,2%, face ao período homólogo.

Destaca-se ainda o **Streptfen**<sup>®</sup> com crescimento em valor de +24,2%, face ao período homólogo.

## SUPPLEMENTS

Dentro do TOP 3 de variação absoluta verifica-se o maior crescimento em valor da marca **Grintuss**<sup>®</sup> (+27,7%). A segunda posição de variação em valor é ocupada pelo **Atyflor**<sup>®</sup>.

## PERSONAL CARE

No TOP 3 marcas com maiores variações absolutas associadas ao Personal Care, destaque para a marca **La Roche Posay**<sup>®</sup> que apresenta uma evolução de vendas em valor de aproximadamente +1,42 M€ (+17,0%) face ao período homólogo, seguindo-se a marca **Caudalie**<sup>®</sup> com um crescimento de cerca de 0,87 M€ (+14,9%).

A marca **CeraVe**<sup>®</sup> ocupa a primeira posição no TOP3 marcas com maiores variações absolutas em unidades, com um crescimento de +30,1%.



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



## Patient Care em valor

YTD Agosto'24

| Rank var abs | Rank Valor | Marca      | Var. Abs. € | Var.    |
|--------------|------------|------------|-------------|---------|
| 1            | 1          | Freestyle  | 4 126 953   | 10,3%   |
| 2            | 7          | Fisiocrem  | 1 283 977   | 50,6%   |
| 3            | 65         | Fluorecare | 760 539     | 4388,3% |

## Nutrition em valor

YTD Agosto'24

| Rank var abs | Rank Valor | Marca    | Var. Abs. € | Var.  |
|--------------|------------|----------|-------------|-------|
| 1            | 3          | Fortimel | 965 327     | 47,7% |
| 2            | 4          | Resource | 446 538     | 18,6% |
| 3            | 10         | Meritene | 301 170     | 55,3% |

## Homeopathy em valor

YTD Agosto'24

| Rank var abs | Rank Valor | Marca       | Var. Abs. € | Var.   |
|--------------|------------|-------------|-------------|--------|
| 1            | 4          | Spascupreel | 5 289       | 325,5% |
| 2            | 1          | Boiron      | 4 177       | 11,2%  |
| 3            | 7          | Nervoheel   | 1 277       | 100,6% |

## Patient Care em unidades

YTD Agosto'24

| Rank var abs | Rank Volume | Marca      | Var. Abs. Unid | Var.    |
|--------------|-------------|------------|----------------|---------|
| 1            | 18          | Fluorecare | 195 292        | 3570,9% |
| 2            | 28          | Boiron     | 123 888        | 610,7%  |
| 3            | 1           | Alvita     | 75 504         | 6,8%    |

## Nutrition em unidades

YTD Agosto'24

| Rank var abs | Rank Volume | Marca    | Var. Abs. Unid | Var.   |
|--------------|-------------|----------|----------------|--------|
| 1            | 5           | Fortimel | 54 717         | 43,3%  |
| 2            | 10          | Blédina  | 48 608         | 557,2% |
| 3            | 3           | Nestlé   | 22 595         | 13,8%  |

## Homeopathy em unidades

YTD Agosto'24

| Rank var abs | Rank Volume | Marca       | Var. Abs. Unid | Var.   |
|--------------|-------------|-------------|----------------|--------|
| 1            | 1           | Boiron      | 638            | 7,7%   |
| 2            | 2           | Spascupreel | 346            | 300,9% |
| 3            | 7           | Nervoheel   | 65             | 79,3%  |

## PATIENT CARE

A marca **Freestyle**® regista a primeira posição em valor com uma variação de +3,59 M€ (+10,3%).

A marca **Fluorecare**® encontra-se na primeira posição em volume, apresentando uma variação de +0,18 M Unid.

## NUTRITION

No TOP 3 das marcas com maiores variações absolutas em YTD Agosto'24, em valor, a marca **Fortimel**® apresenta a maior variação positiva em valor (+50,8%).

A marca **Resource**® ocupa a segunda posição do TOP 3 de marcas com maiores variações em valor em YTD Agosto'24 com +18,7% face ao homólogo, seguida da marca **Meritene**® que apresenta uma variação de +55,8%.

## HOMEOPATHY

As marcas identificadas com maiores variações positivas em YTD Agosto'24 são as seguintes: **Boiron**® (+20,5% em valor), seguida da **Spascupreel**® (+225,5% em valor). A marca **Lymphomyosot**® ocupa a terceira posição no TOP 3 das marcas com maior variação absoluta em valor (+21,3%).

A marca **Boiron**® ocupa a primeira posição no TOP 3 das marcas com maior variação absoluta em unidades (+18,3%).

# FICHA TÉCNICA

## MARKET WATCH PORTUGAL – AGOSTO 2024

### Âmbito

Evolução mensal do Mercado de Farmácia em Portugal

### Periodicidade

Mensal

### Períodos Analisados

Meses – Setembro/22 a Agosto/24

Ano Móvel - MAT Agosto/23 e MAT Agosto/24

Year to date - YTD Agosto/23 e YTD Agosto/24

### 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 teve por base um painel de 2.608 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 = 89,6% referente ao mês de Agosto.

- **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