

Evolução mensal do mercado Farmacêutico em Farmácia

Monitor Mensal - Atualização de dados

Fevereiro 2024

Março 2024

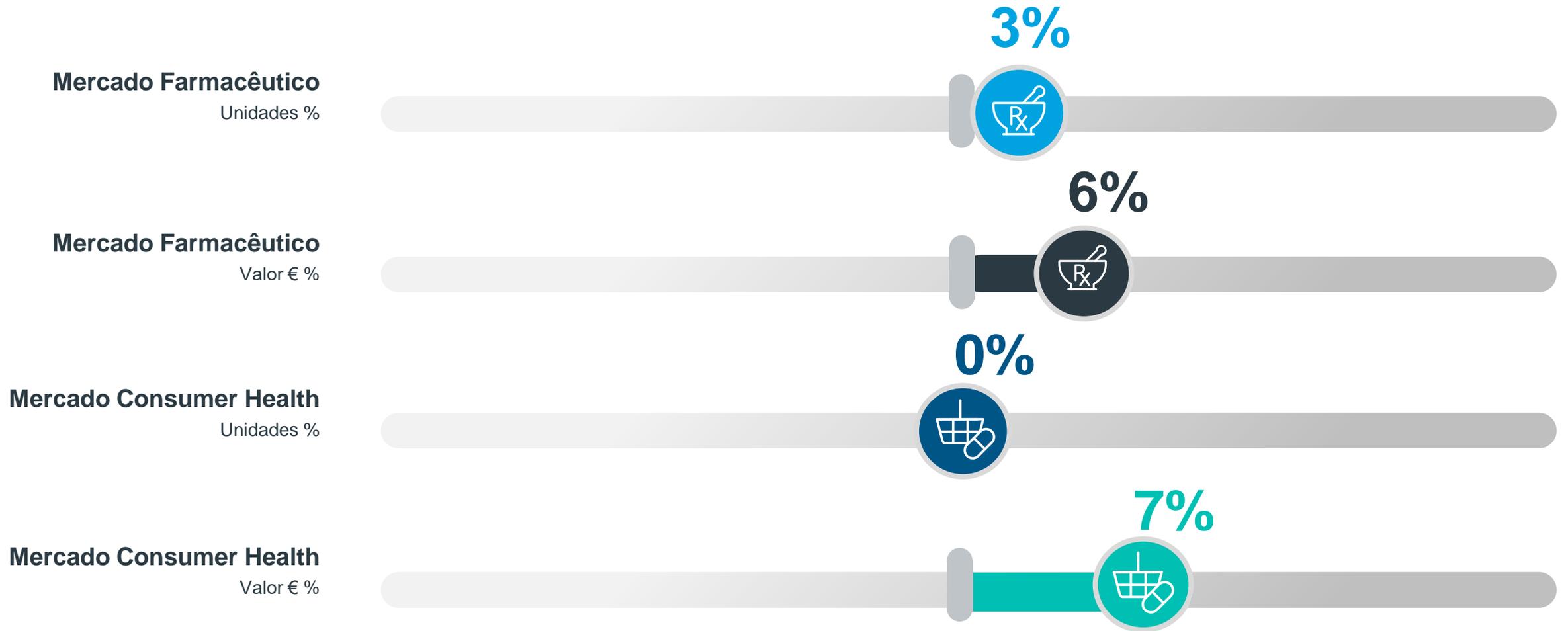
IQVIA PORTUGAL

Destques de Fevereiro 2024 vs homólogo no canal Farmácia

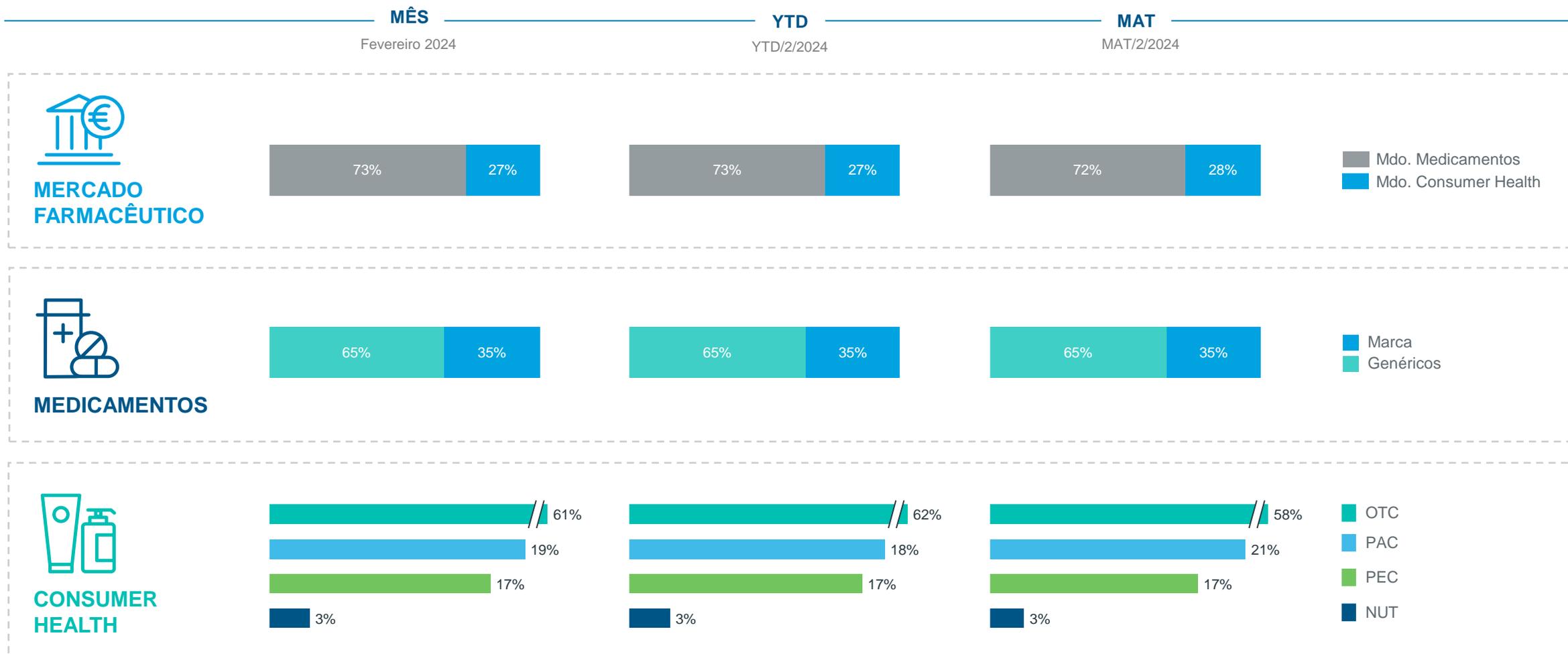
					
2%	6%	31%	3%	5%	0%
MERCADO TOTAL O canal Farmácia apresentou um crescimento de 2% em unidades (Un) e 7% em valor (Eur SP)	TOTAL DE PRESCRIÇÃO O total de vendas com prescrição apresentou um crescimento de 6% em unidades (Un) e 8% em valor (Eur SP Rx)	REGIONAL A região Litoral Norte foi a que mais contribuiu para o crescimento do mercado total (contributo para crescimento 31%)	MERCADO FARMACÊUTICO O mercado Farmacêutico apresentou um crescimento de 3% em unidades (Un) e de 6% em valor (Eur SP)	MERCADO GENÉRICOS O mercado de Genéricos apresentou um crescimento de 5% em unidades (Un) e 15% em valor (Eur SP)	CONSUMER HEALTH O mercado CH apresentou um crescimento de 0% em unidades (Un) e 7% em valor (Eur SP)

Crescimento das vendas em Farmácia vs homólogo

Fevereiro 2024



A faturação de Consumer Health, a MAT/2/2024, representa 28% do total do mercado de farmácia



+ Evolução do mercado farmacêutico + Consumer Health

+ Evolução por segmentos:

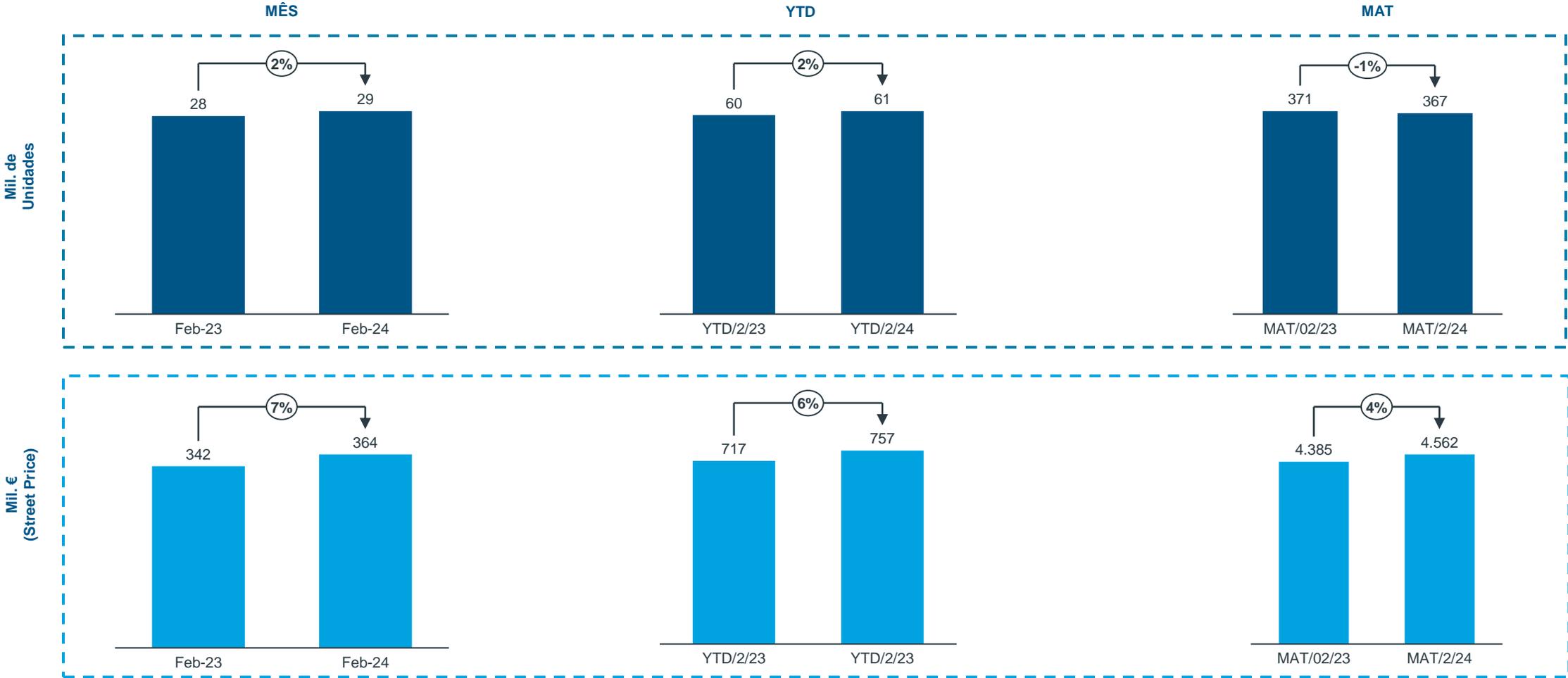
+ **Análise do mercado de medicamentos**

+ Análise do mercado de genéricos

+ Análise do mercado de Consumer Health

A MAT/2/24, o canal farmácia registou um decréscimo de -1% em volume e um crescimento de 4% em valor

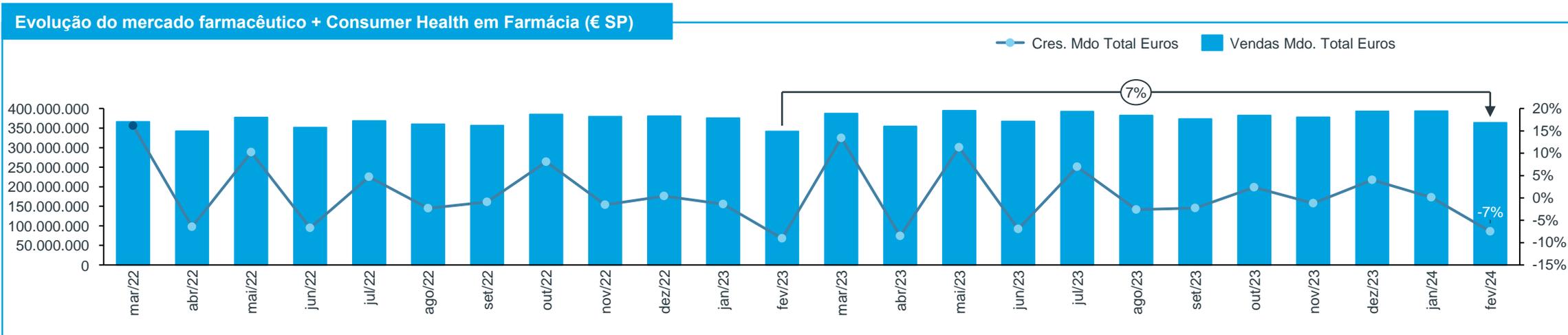
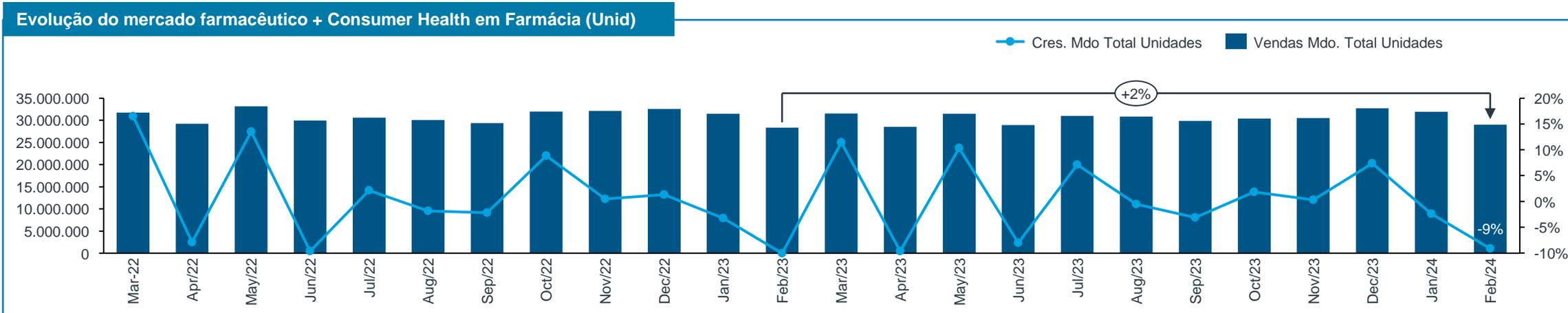
Total mercado Farmacêutico + Consumer Health



Evolução do mercado no canal Farmácia em Portugal (Unidades e Valor, Eur SP) | MAT Acumulado dos últimos 12 meses | YTD Acumulado = Janeiro 2024
 Fonte: IQVIA Portugal; PharmaScope Sell-Out, amostra 2.100 Farmácias

O mercado total canal farmácia registou, em Fevereiro 2024, um crescimento de 2% em volume e 7% em valor, face ao homólogo

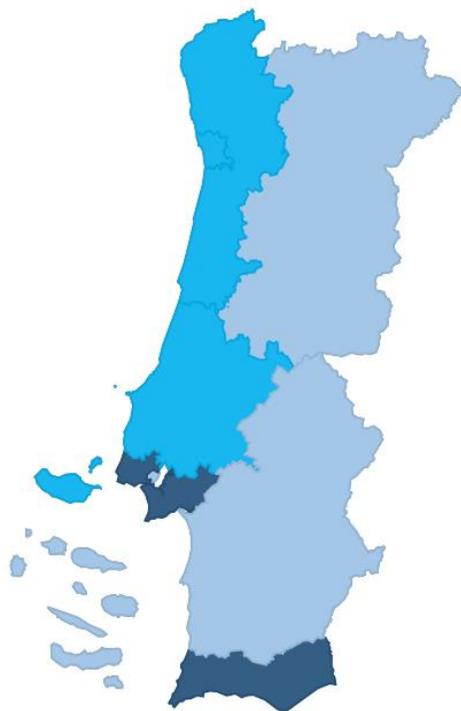
Total mercado Farmacêutico + Consumer Health



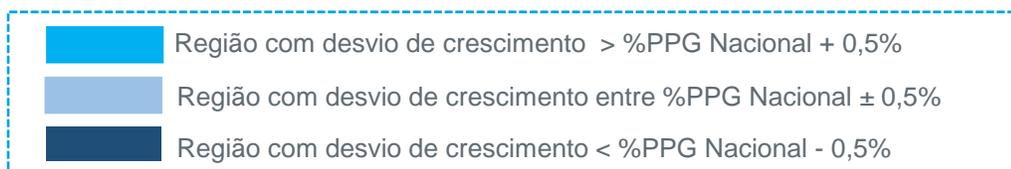
Evolução do mercado no canal Farmácia em Portugal (Unidades e Valor, Eur SP); crescimento vs período precedente
 Fonte: IQVIA Portugal; PharmaScope Sell-Out, amostra 2.100 Farmácias

A região com maior contributo para o crescimento do mercado total no canal farmácia, a MAT/2/24, foi o Litoral Norte

Crescimento Regional do mercado total (Medicamentos + CH)

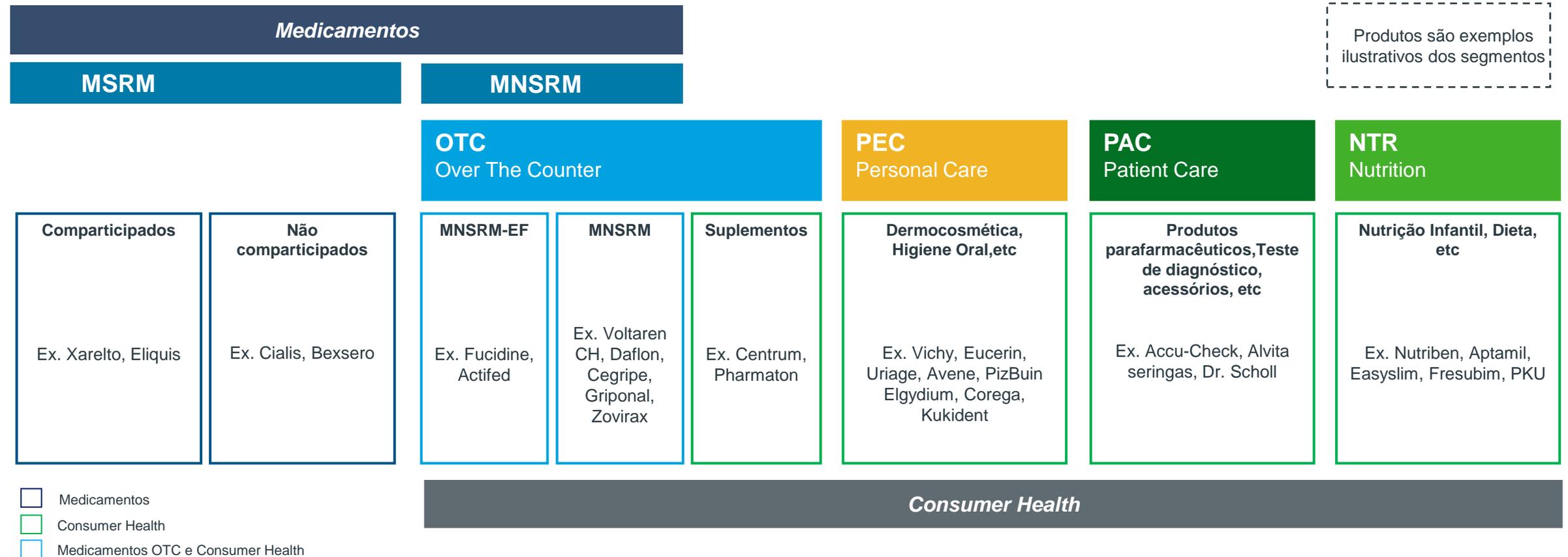


MERCADO TOTAL (€ SP)				
MAT/2/24	% GMS	% PPG	% Contributo para o crescimento	
05 LITORAL NORTE	26%	4,8%	30,5%	0,7%
02 LISBOA ARREDORE	19%	0,9%	4,3%	-3,1%
06 CENTRO OESTE	12%	4,9%	14,8%	0,8%
04 INTERIOR NORTE	12%	4,4%	12,7%	0,4%
03 GRANDE PORTO	11%	5,6%	15,3%	1,6%
01 LISBOA CENTRO	7%	3,6%	5,8%	-0,5%
08 ALENTEJO	5%	3,7%	4,4%	-0,3%
07 ALGARVE	4%	1,8%	2,0%	-2,2%
09 MADEIRA	3%	13,4%	8,2%	9,4%
10 AÇORES	2%	3,9%	2,1%	-0,1%
TOTAL NACIONAL	100%	4,0%	-	



O mercado em Portugal inclui medicamentos (sujeitos e não sujeitos a receita médica), bem como produtos de Consumer Health

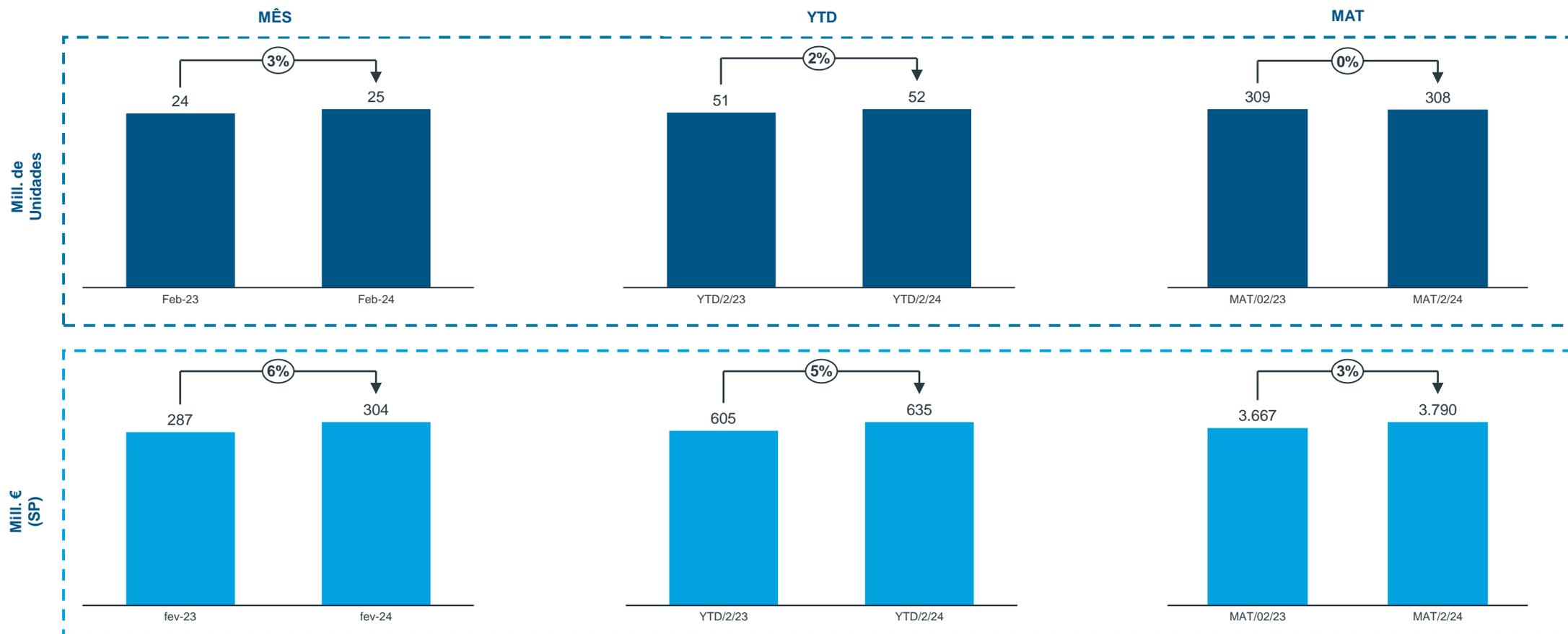
Existe uma sobreposição dos MNSRM, que se incluem tanto na categoria de medicamento, como na classificação de Consumer Health, dada a natureza livre da sua dispensa



A MAT/2/24, o mercado farmacêutico registou um crescimento de 0% em volume e 3% em valor

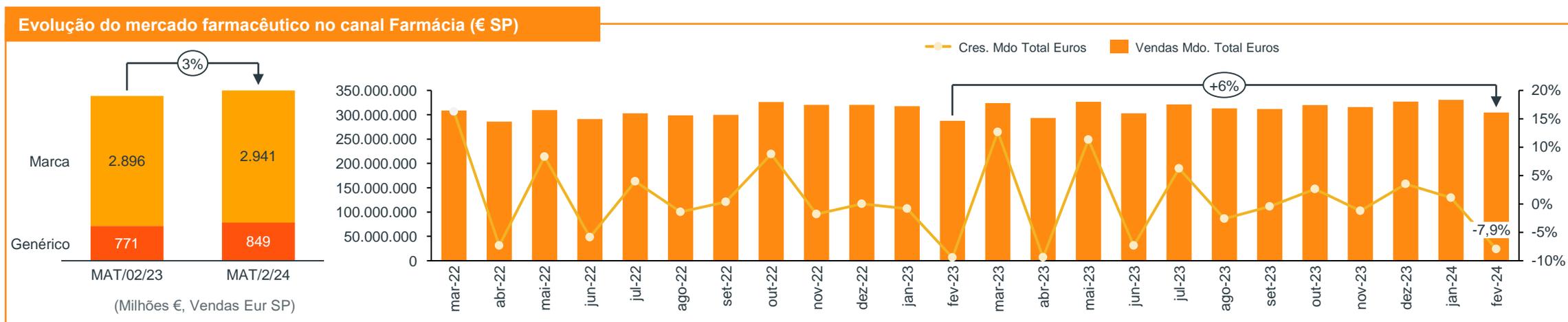
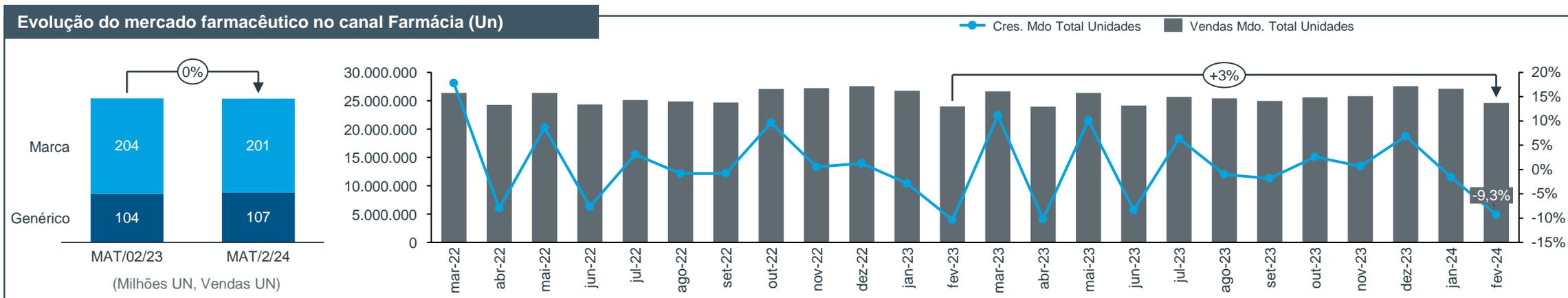
Em Fevereiro de 2024, o mercado farmacêutico cresceu 3% em volume, face ao período homólogo

Mercado Farmacêutico



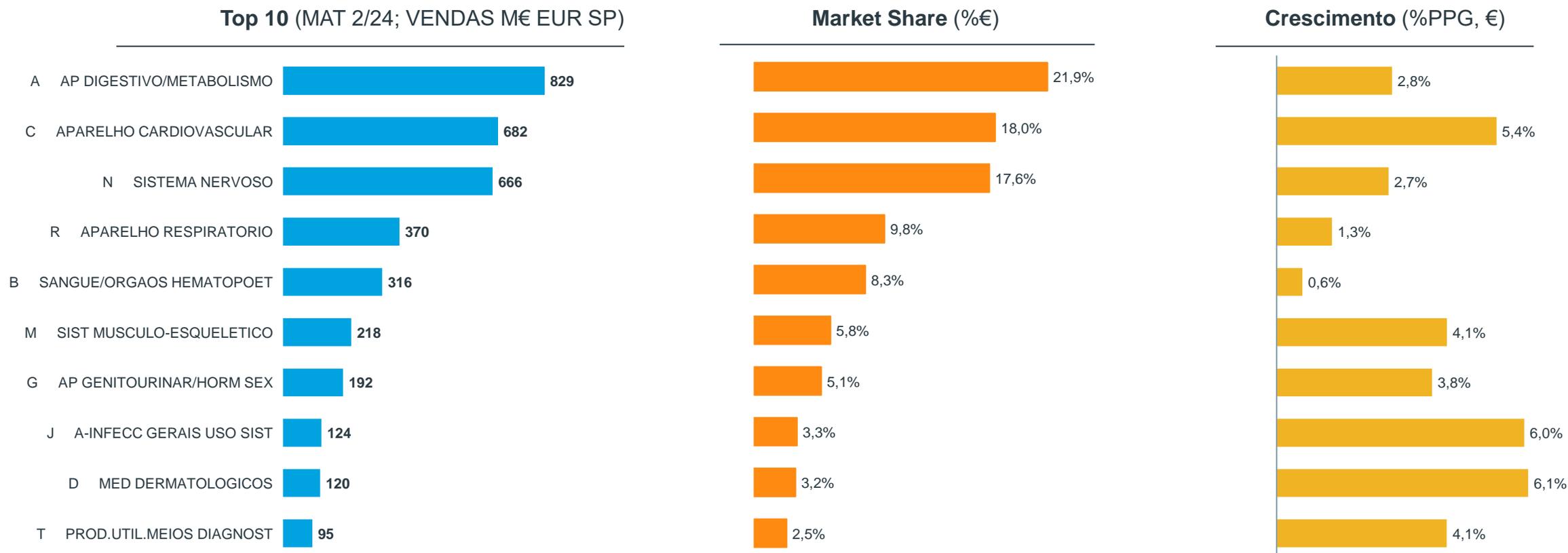
Em Fevereiro 2024, o mercado farmacêutico registou um crescimento de 3% em volume e 6% em valor face ao homólogo

Os medicamentos genéricos, a MAT/2/24, representam 35% do total de unidades vendidas no mercado farmacêutico, canal farmácia



No TOP3 das Classes Terapêuticas, a MAT/2/24, mantêm-se as classes Ap. Digestivo/Metabolismo, Aparelho Cardiovascular e Sistema Nervoso

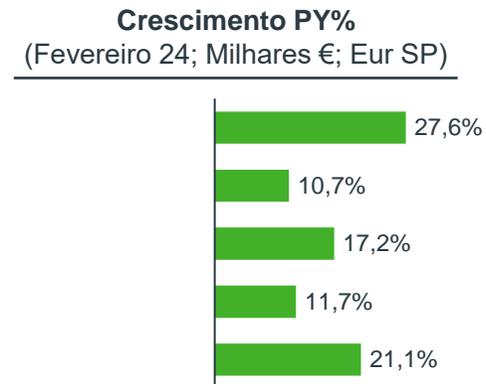
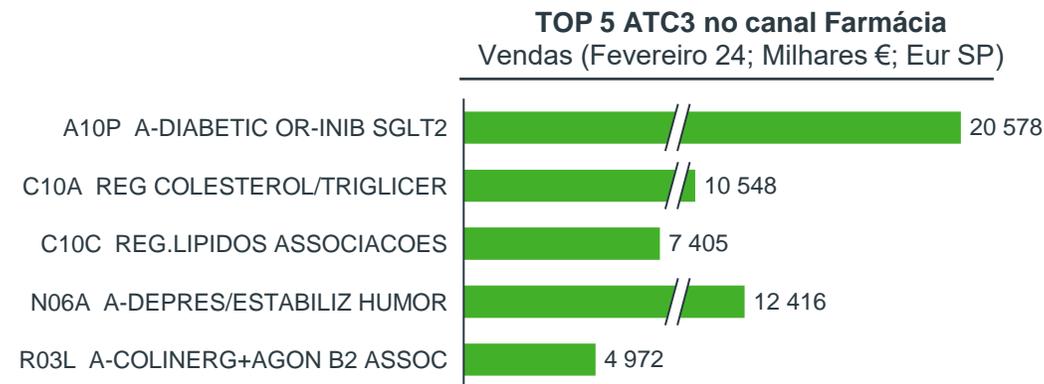
Este TOP3 representa 57% das vendas deste mercado, no canal farmácia em Portugal



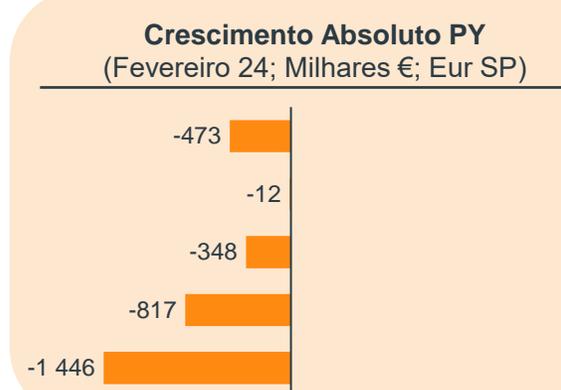
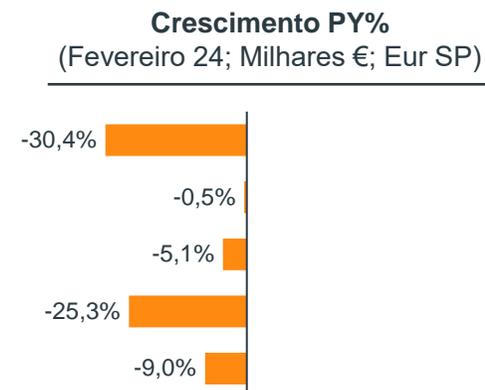
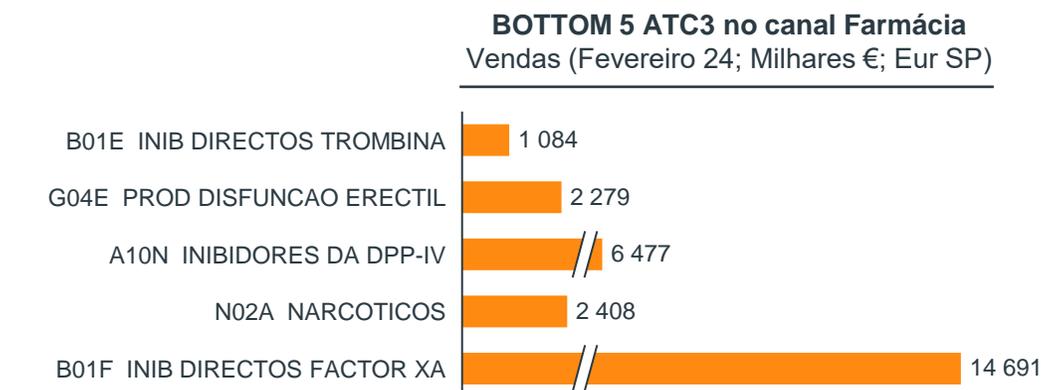
Total mercado de medicamentos: Vendas 3.789 mil milhões de € e um crescimento de 3% (PPG)

Em Fevereiro, os ADOs Inibidores da SGLT2 são a categoria que apresenta o maior crescimento (+4 445€) face ao período homólogo

Classes com maior crescimento em Fevereiro 2024

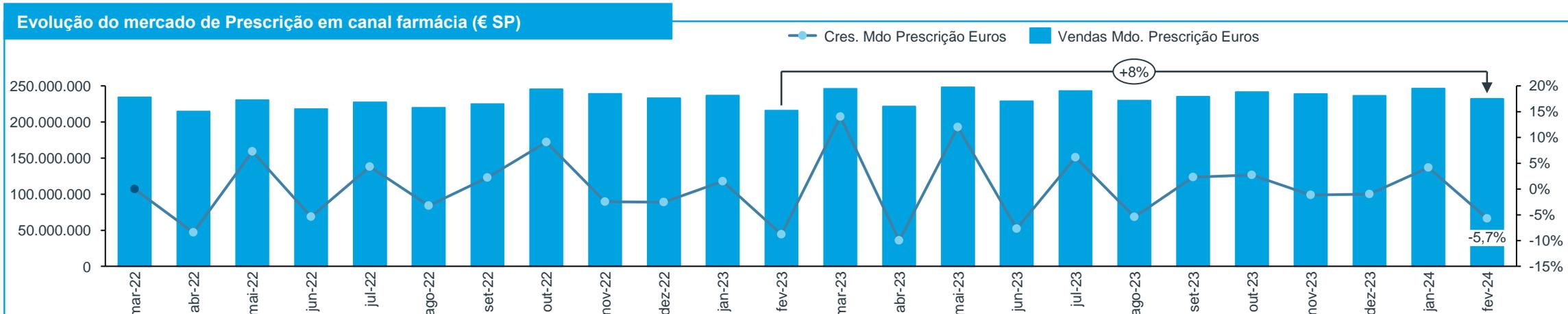
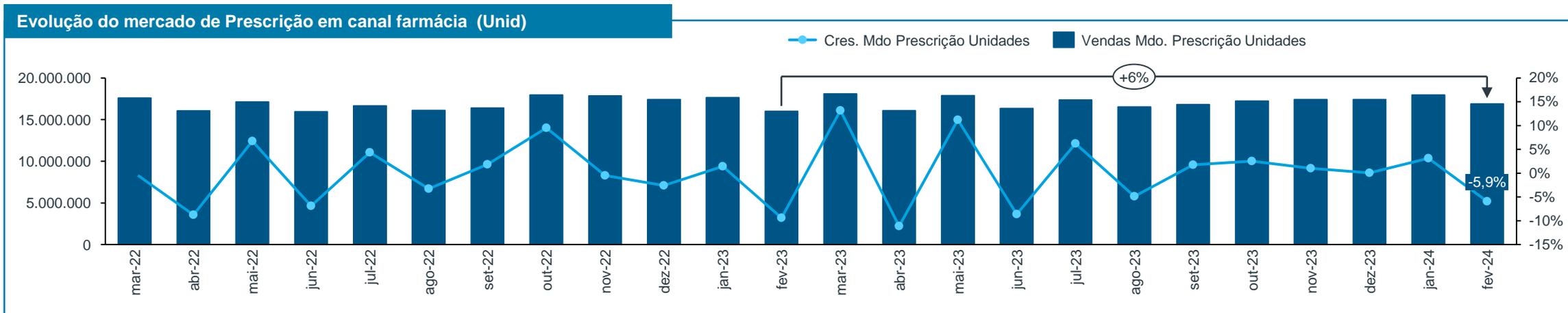


Classes com maior decréscimo em Fevereiro 2024

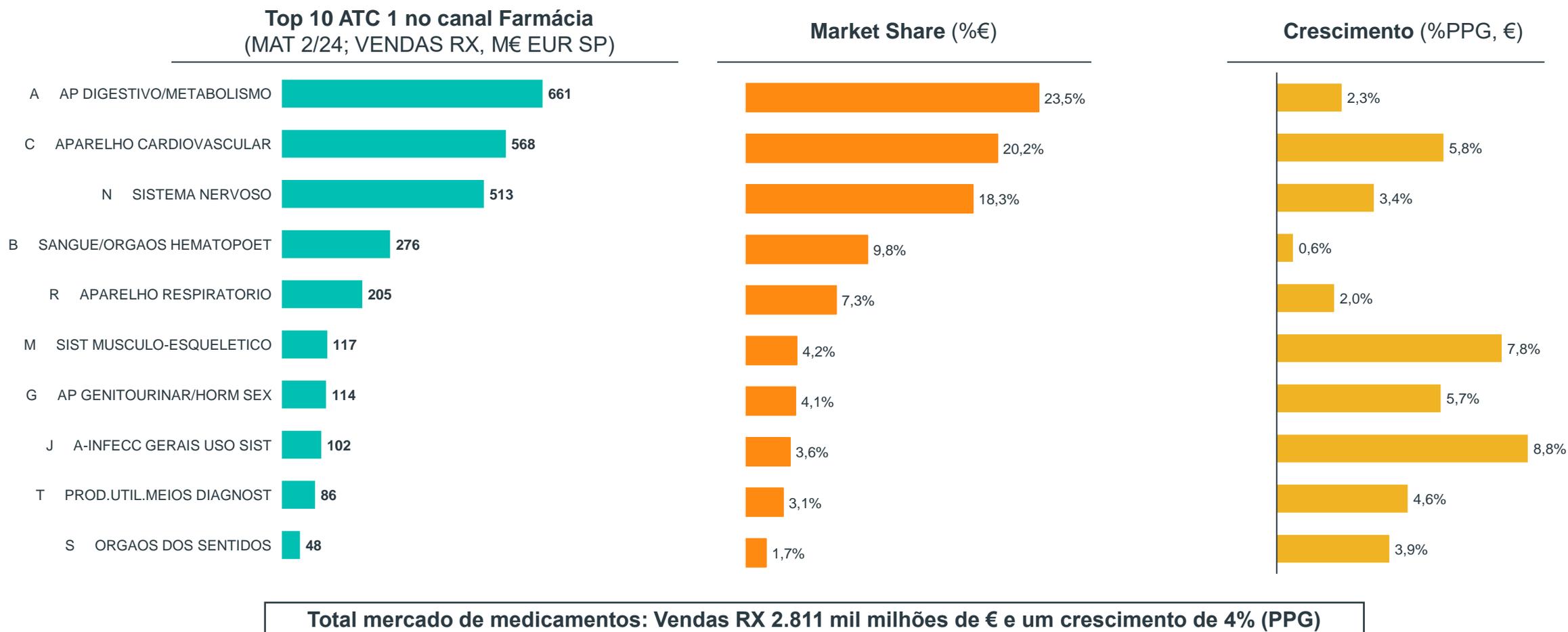


As vendas com prescrição, em Fevereiro 2024, registaram um crescimento de 6% em volume e 8% em valor, comparativamente ao homólogo

Mercado de Prescrição



A classe terapêutica Ap. Digestivo/ Metabolismo lidera o TOP10 das vendas com prescrição a MAT/2/24, com 24% do total das vendas deste mercado



+ Evolução do mercado farmacêutico + Consumer Health

+ Evolução por segmentos:

+ Análise do mercado de medicamentos

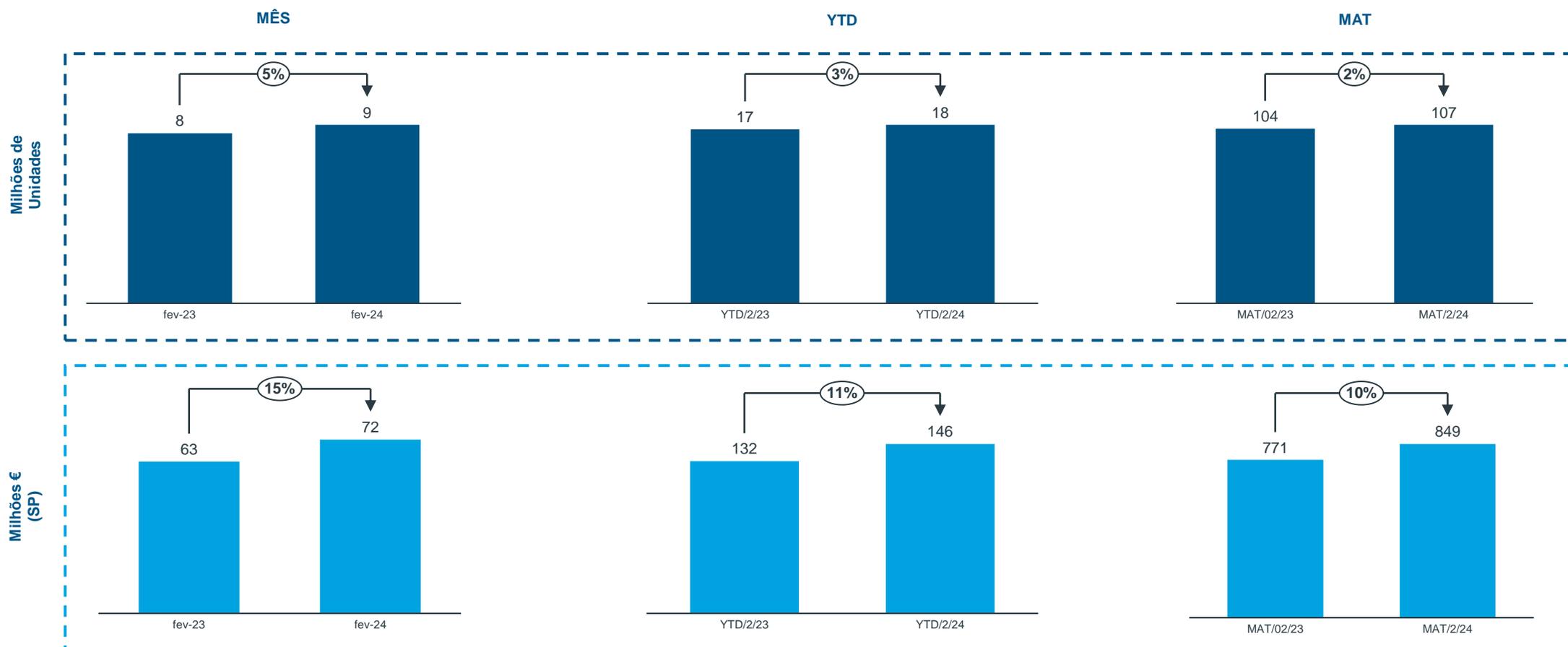
+ **Análise do mercado de genéricos**

+ Análise do mercado de Consumer Health

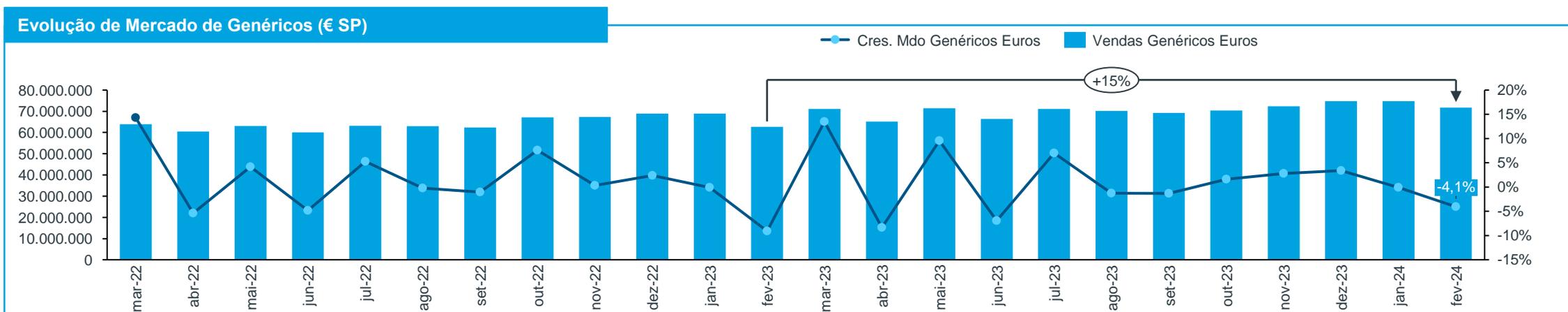
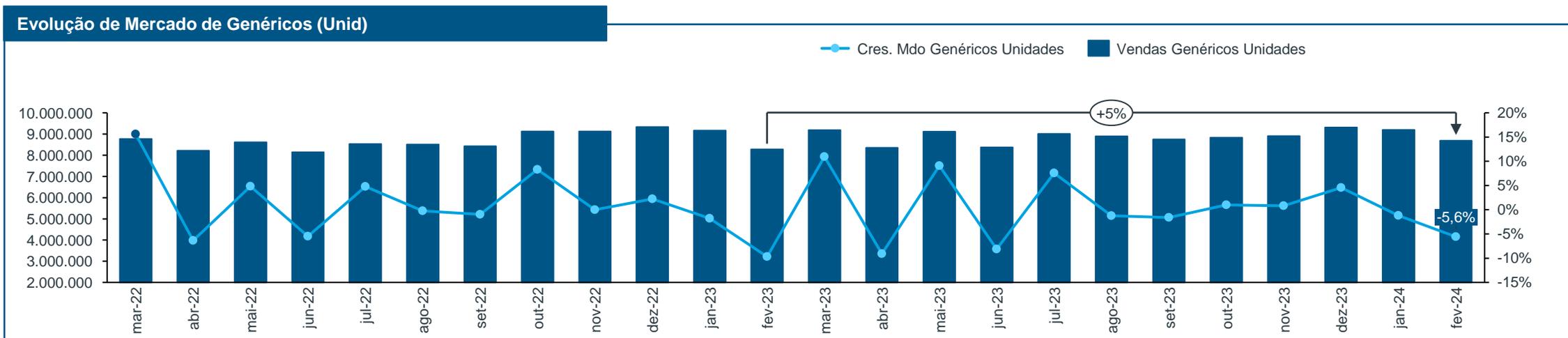
No MAT/2/24, o mercado de Genéricos registou um crescimento de 2% em volume e 10% em valor no canal farmácia

Em Fevereiro, o mercado de genéricos cresceu 5% em volume e 15% em valor face ao homólogo

Mercado de Genéricos

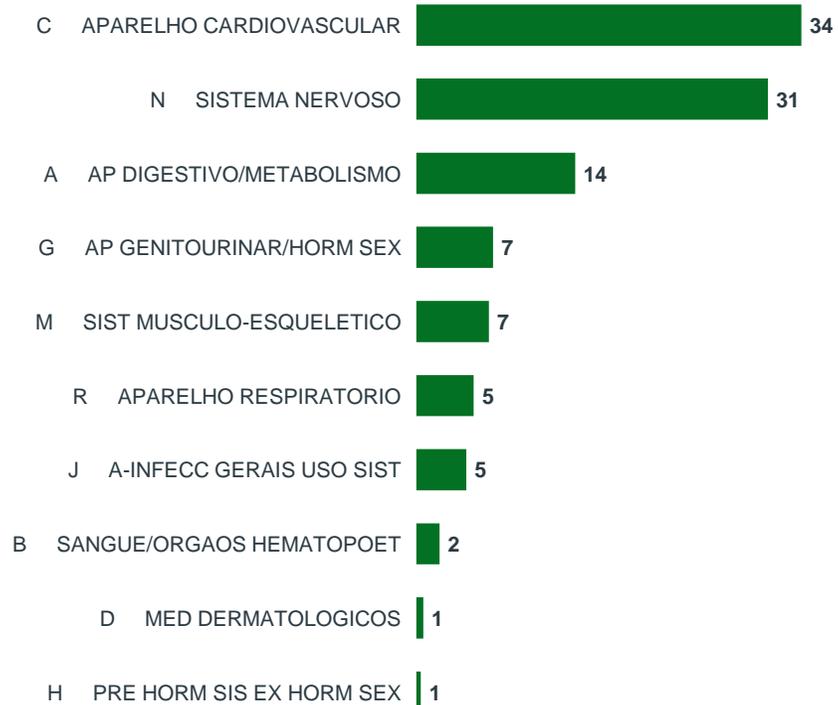


Em Fevereiro 2024, o mercado de Genéricos registou um crescimento de 5% em volume e 15% em valor face ao homólogo

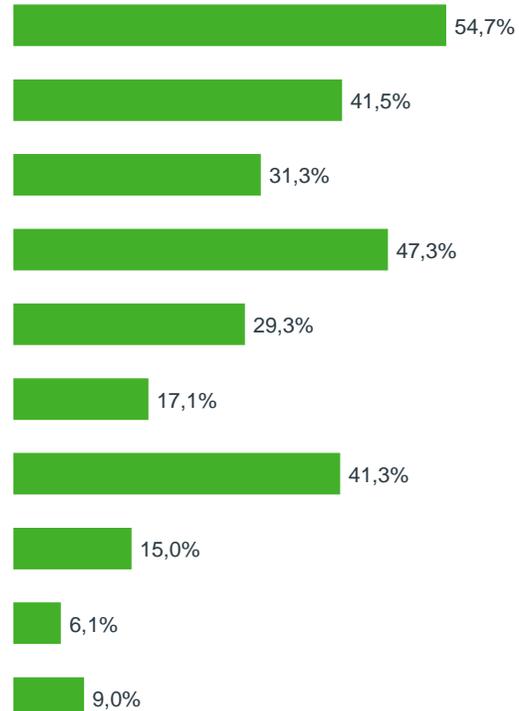


A classe terapêutica Ap. Cardiovascular lidera o TOP10 das vendas em volume de medicamentos genéricos a MAT/2/24

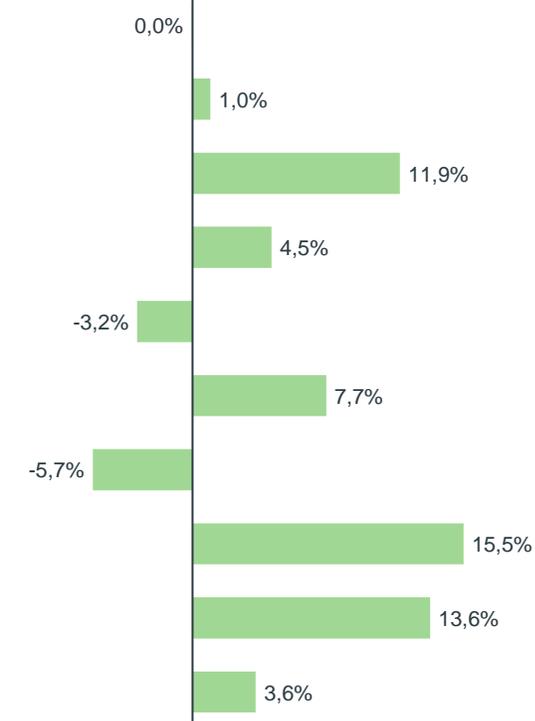
Top 10 ATC 1 de Vendas Genéricas no canal Farmácia
(MAT 2/24; VENDAS, milhões UN)



%Vendas Gx (%Un Rx)

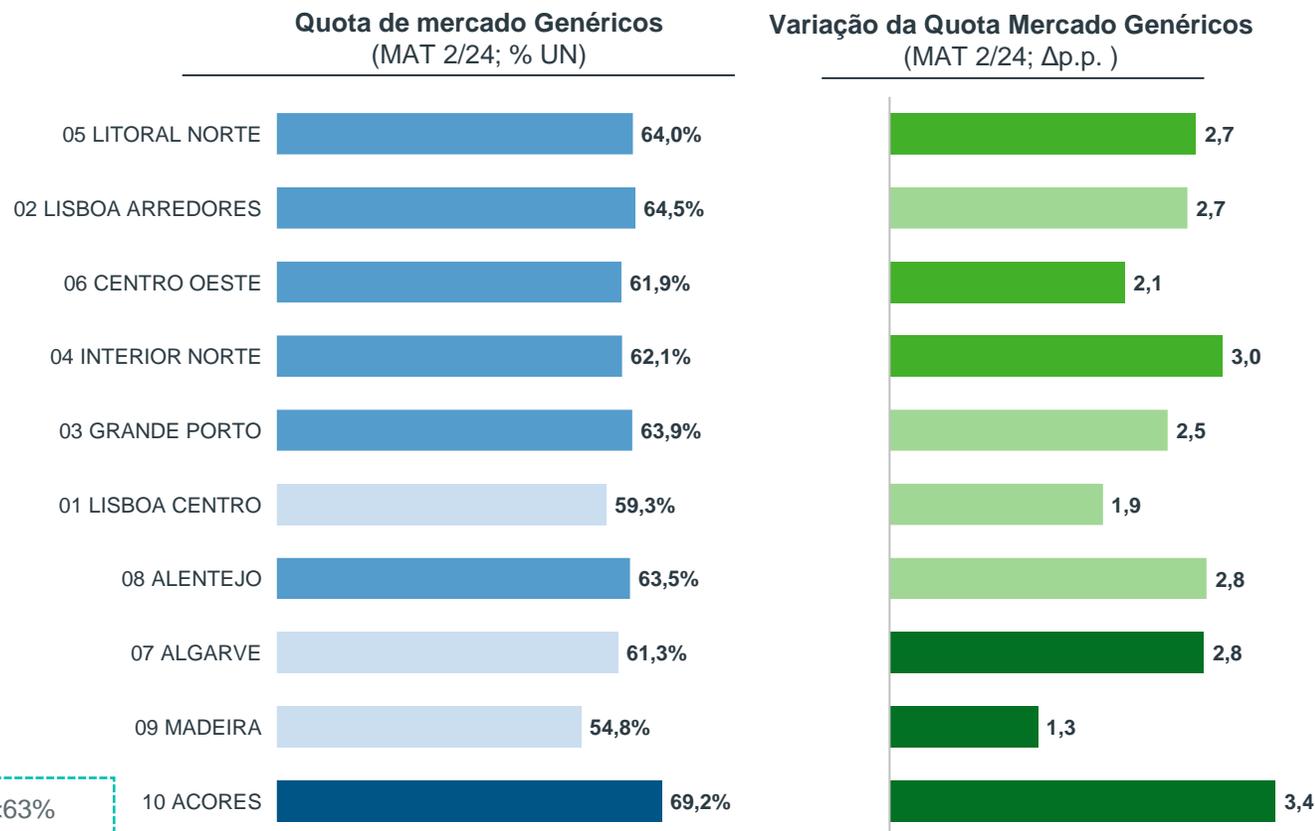
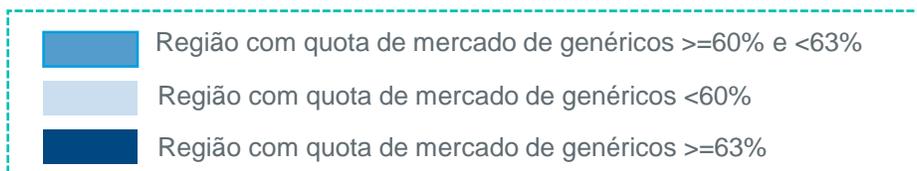
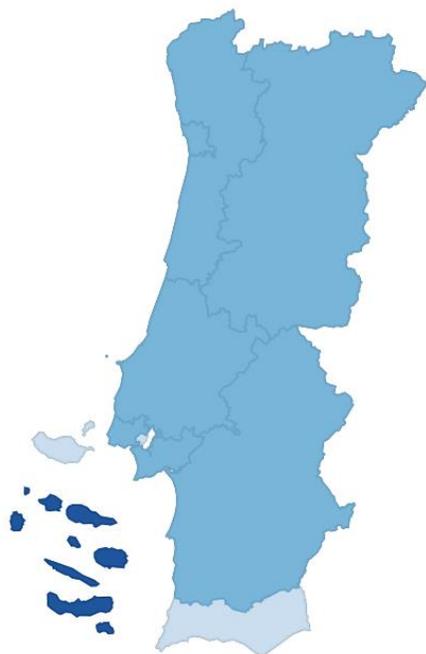


% Crescimento (%PPG, Un)



A MAT/2/24, a região dos Açores é a região com maior quota de mercado de genéricos (69%)

*Evolução regional da quota de genéricos no mercado generificado**



Evolução regional da quota de genéricos no mercado generificado no canal Farmácia em Portugal (Unidades); Δp.p. variação vs período homólogo
 *O mercado generificado considerado inclui todos os Grupos Homogénos (MSRM participados) que contêm pelo menos um medicamento genérico
 Fonte: IQVIA Portugal; PharmaScope Sell-Out, amostra 2.100 Farmácias

+ Evolução do mercado farmacêutico + Consumer Health

+ Evolução por segmentos:

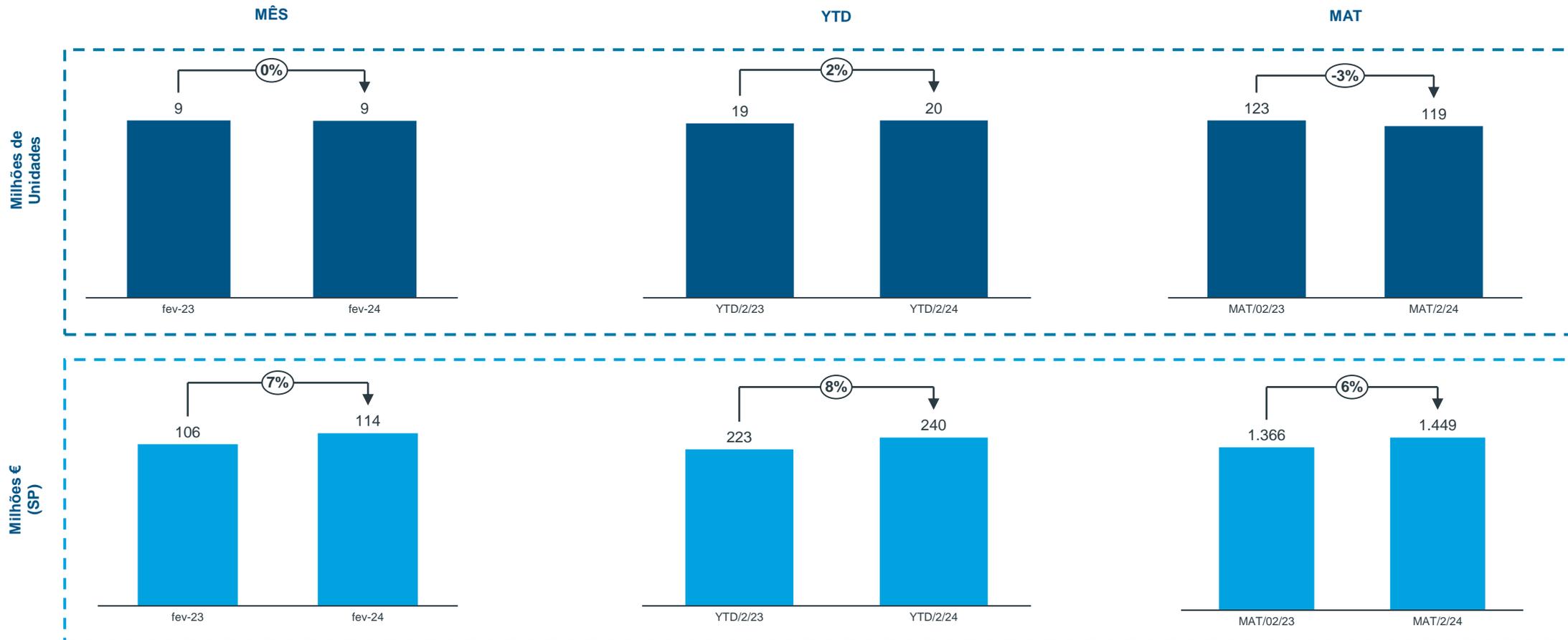
+ Análise do mercado de medicamentos

+ Análise do mercado de genéricos

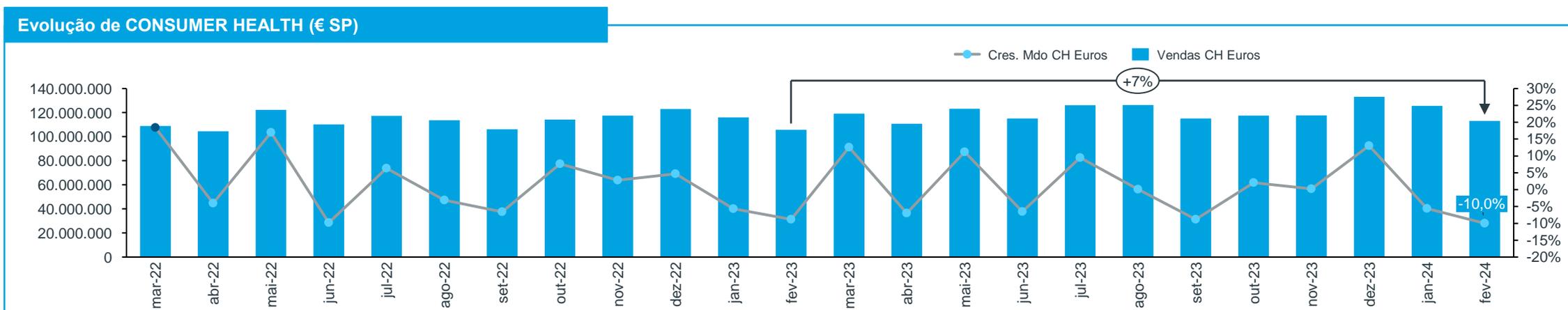
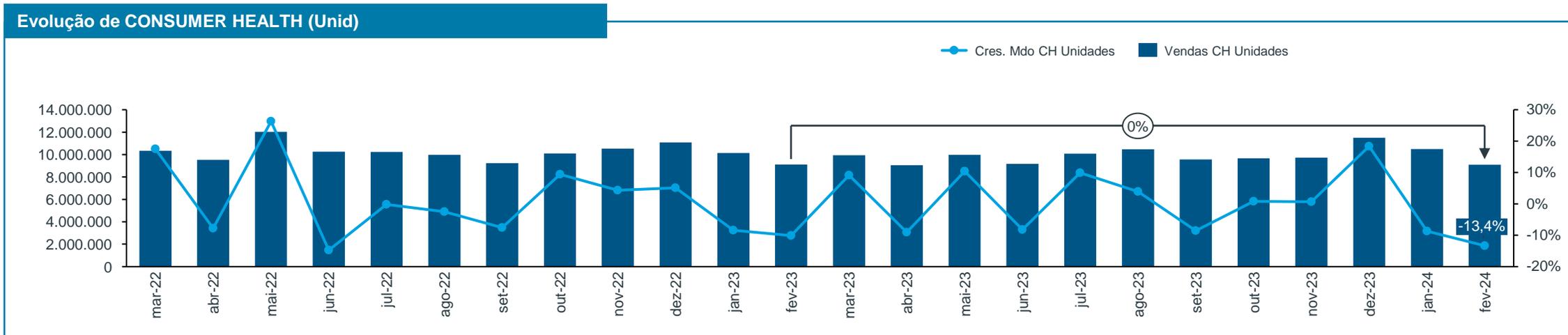
+ **Análise do mercado de Consumer Health**

A MAT/2/2024, o mercado de Consumer Health registou um decréscimo de -3% em volume e um crescimento de 6% em valor no canal farmácia

Mercado de Consumer Health



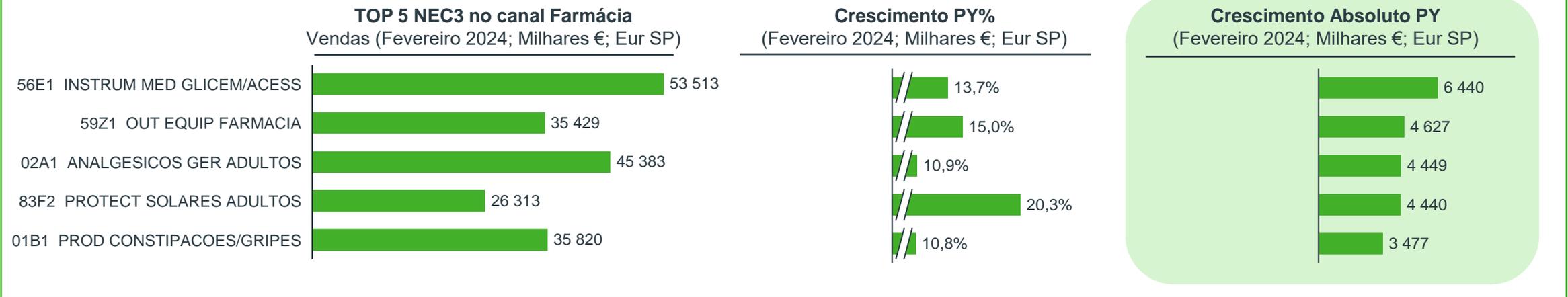
Em Fevereiro 2024, o mercado de Consumer Health registou um crescimento de 0% em volume e 7% em valor face ao homólogo



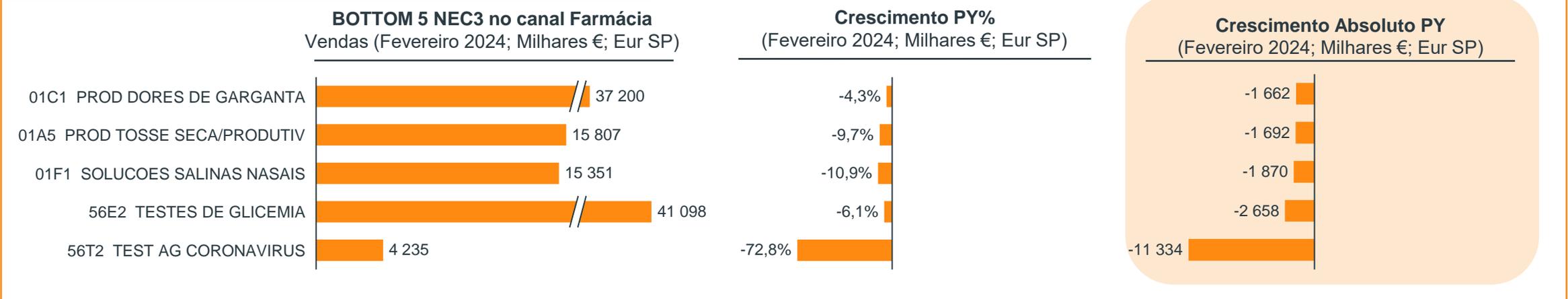
Evolução do mercado de Consumer Health no canal Farmácia em Portugal (Unidades e € Street Price). Exclui Parafarmácia.
 Mercado de Consumer Health
 Fonte: IQVIA Portugal; PharmaScope Sell-Out, amostra 2.100 Farmácias

Em Fevereiro, a categoria de Instrumentos de Medição de Glicemia é a que apresenta o maior crescimento (+6 440K€) face ao homólogo

Classes com maior crescimento em Fevereiro 2024



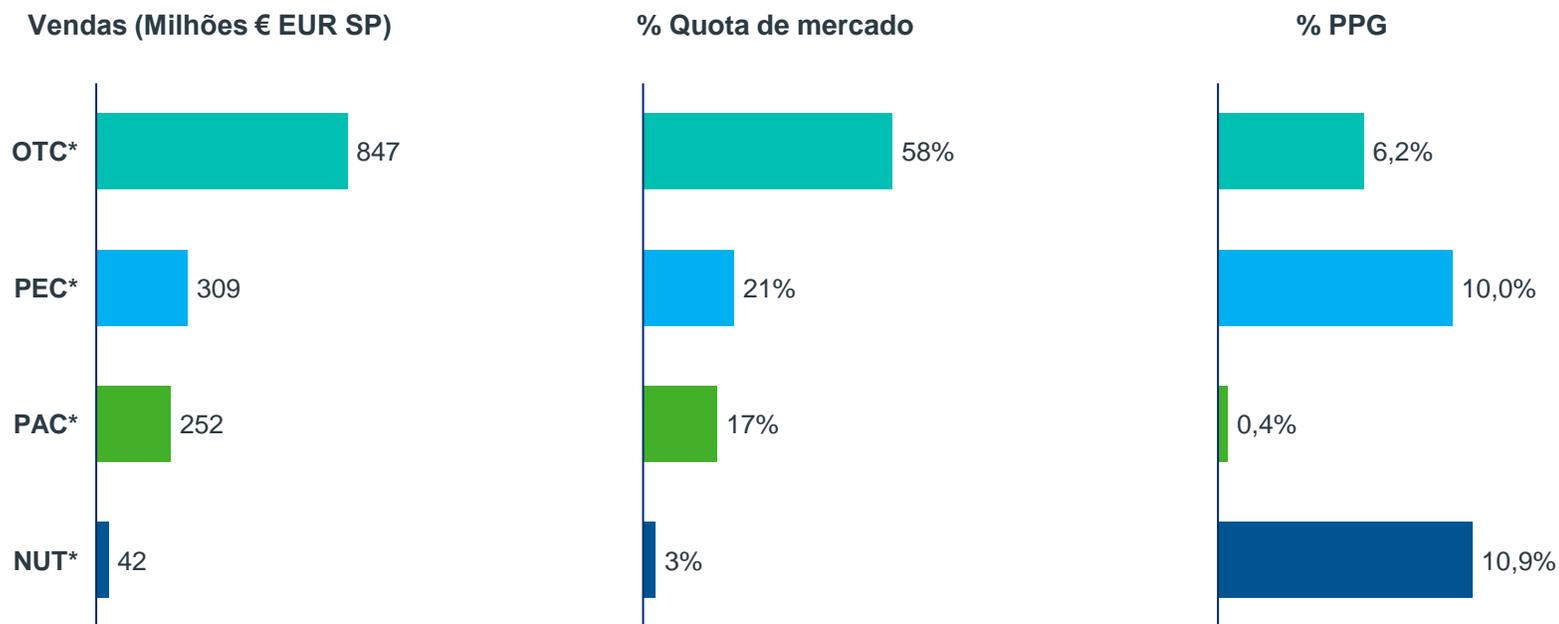
Classes com maior decréscimo em Fevereiro 2024



Classes Terapêuticas com maiores variâncias no canal Farmácia em Portugal (vendas € Street Price). Exclui Parafarmácia.
 Mercado farmacêutico (MSRM e MNSRM)
 Fonte: IQVIA Portugal; PharmaScope Sell-Out, amostra 2.100 Farmácias

A MAT/2/2024, o segmento de OTC é o segmento mais representativo das vendas (58%) de CH no canal farmácia

Mercado de Consumer Health Farmácia (Milhões € Eur SP, MAT2/24)



Total mercado de Consumer Health: 1.449 milhões € e um crescimento de 6% (PPG)



Disclaimer

The analyses, their interpretation, and related information contained herein are made and provided subject to the assumptions, methodologies, caveats, and variables described in this report and are based on third party sources and data reasonably believed to be reliable. No warranty is made as to the completeness or accuracy of such third party sources or data.

As with any attempt to estimate future events, the forecasts, projections, conclusions, and other information included herein are subject to certain risks and uncertainties, and are not to be considered guarantees of any particular outcome.

All reproduction rights, quotations, broadcasting, publications reserved. No part of this presentation may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopy, recording, or any information storage

Não reenviar/ distribuir. Do not forward.

Para mais informações:

info.marketing@iqvia.com