

# Evolução mensal do mercado Farmacêutico em Farmácia







Monitor Mensal - Atualização de dados

Março 2024

Abril 2024

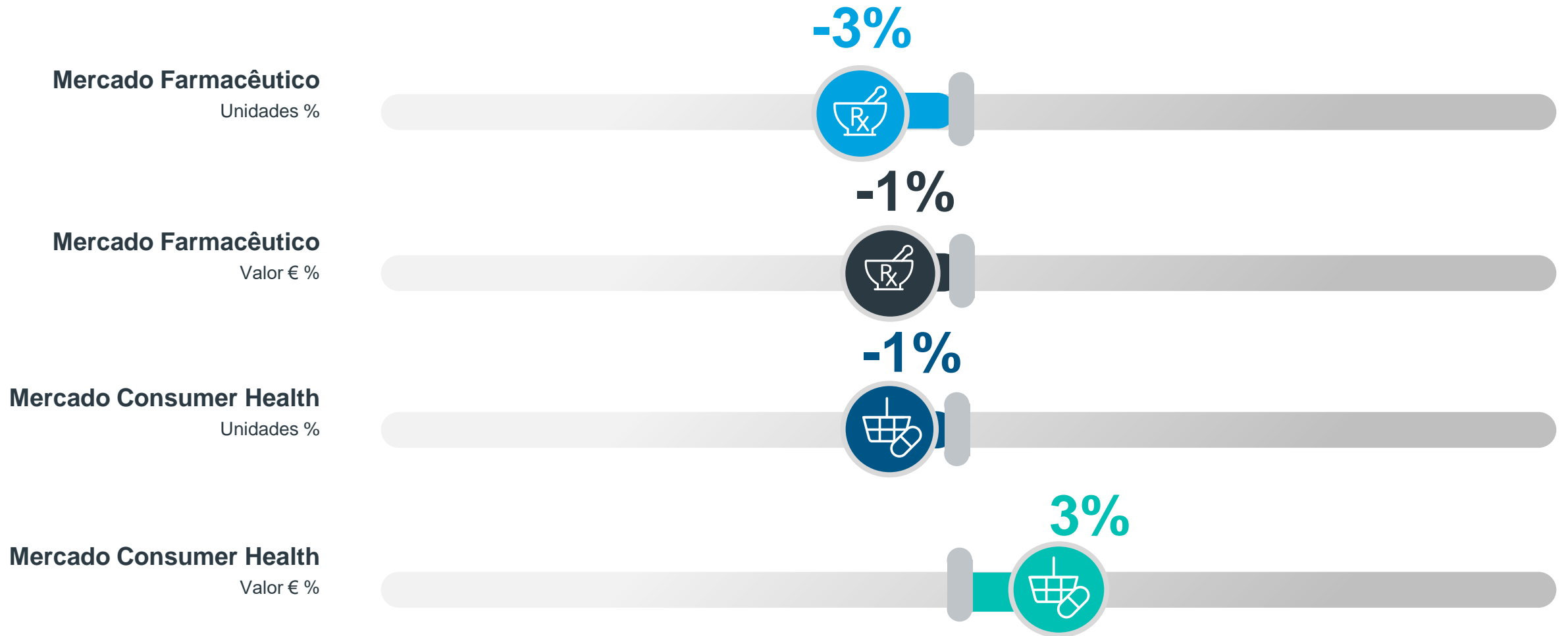
IQVIA PORTUGAL

# Destques de Março 2024 vs homólogo no canal Farmácia

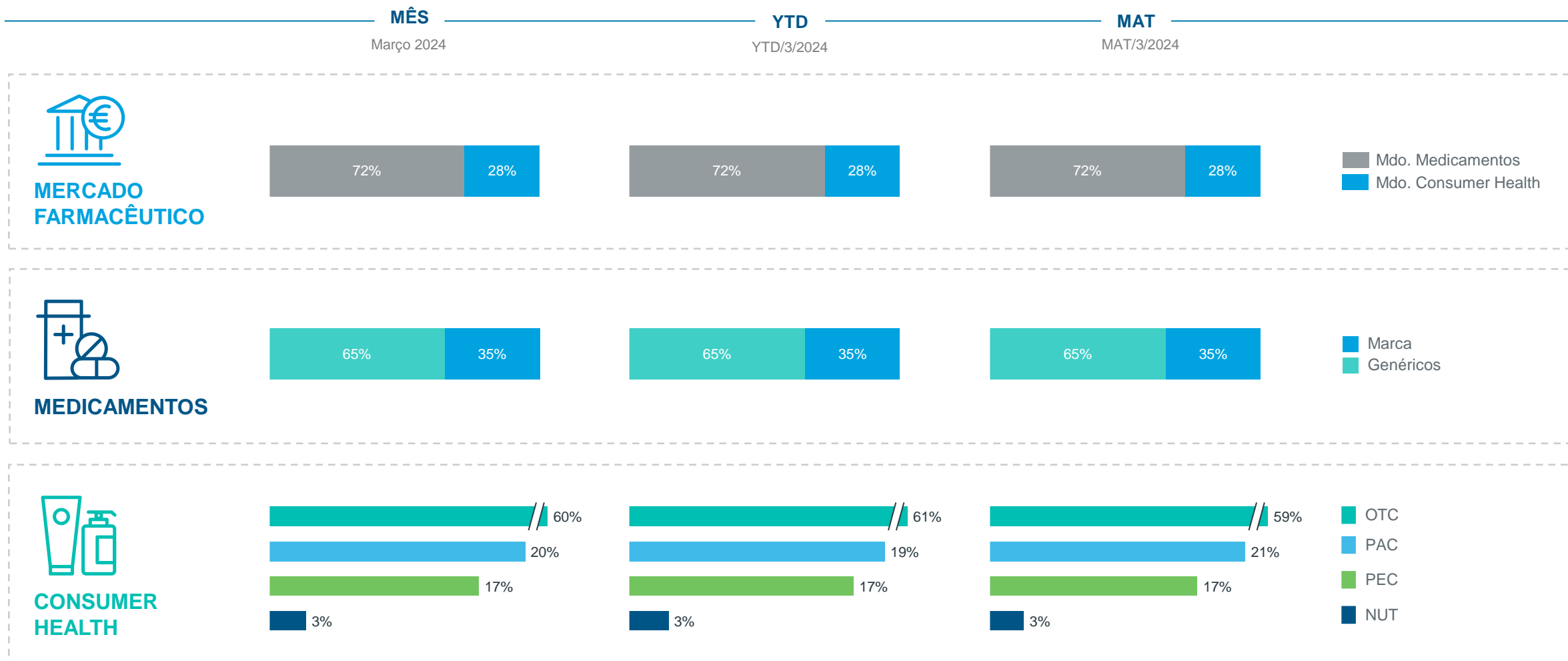
					
<b>-3%</b>	<b>-2%</b>	<b>32%</b>	<b>-3%</b>	<b>-1%</b>	<b>-1%</b>
<b>MERCADO TOTAL</b> O canal Farmácia apresentou um decréscimo de -3% em unidades (Un) e 0% em valor (Eur SP)	<b>TOTAL DE PRESCRIÇÃO</b> O total de vendas com prescrição apresentou um decréscimo de -2% em unidades (Un) e -1% em valor (Eur SP Rx)	<b>REGIONAL</b> A região Litoral Norte foi a que mais contribuiu para o crescimento do mercado total (contributo para crescimento 32%)	<b>MERCADO FARMACÊUTICO</b> O mercado farmacêutico apresentou um decréscimo de -3% em unidades (Un) e de -1% em valor (Eur SP)	<b>MERCADO GENÉRICOS</b> O mercado de genéricos apresentou um decréscimo de -1% em unidades (Un) e cresceu 6% em valor (Eur SP)	<b>CONSUMER HEALTH</b> O mercado CH apresentou um decréscimo de -1% em unidades (Un) e cresceu 3% em valor (Eur SP)

# Crescimento das vendas em Farmácia vs homólogo

Março 2024



# A faturação de Consumer Health, a MAT/3/2024, representa 28% do total do mercado de farmácia



+ Evolução do mercado farmacêutico + Consumer Health

+ Evolução por segmentos:

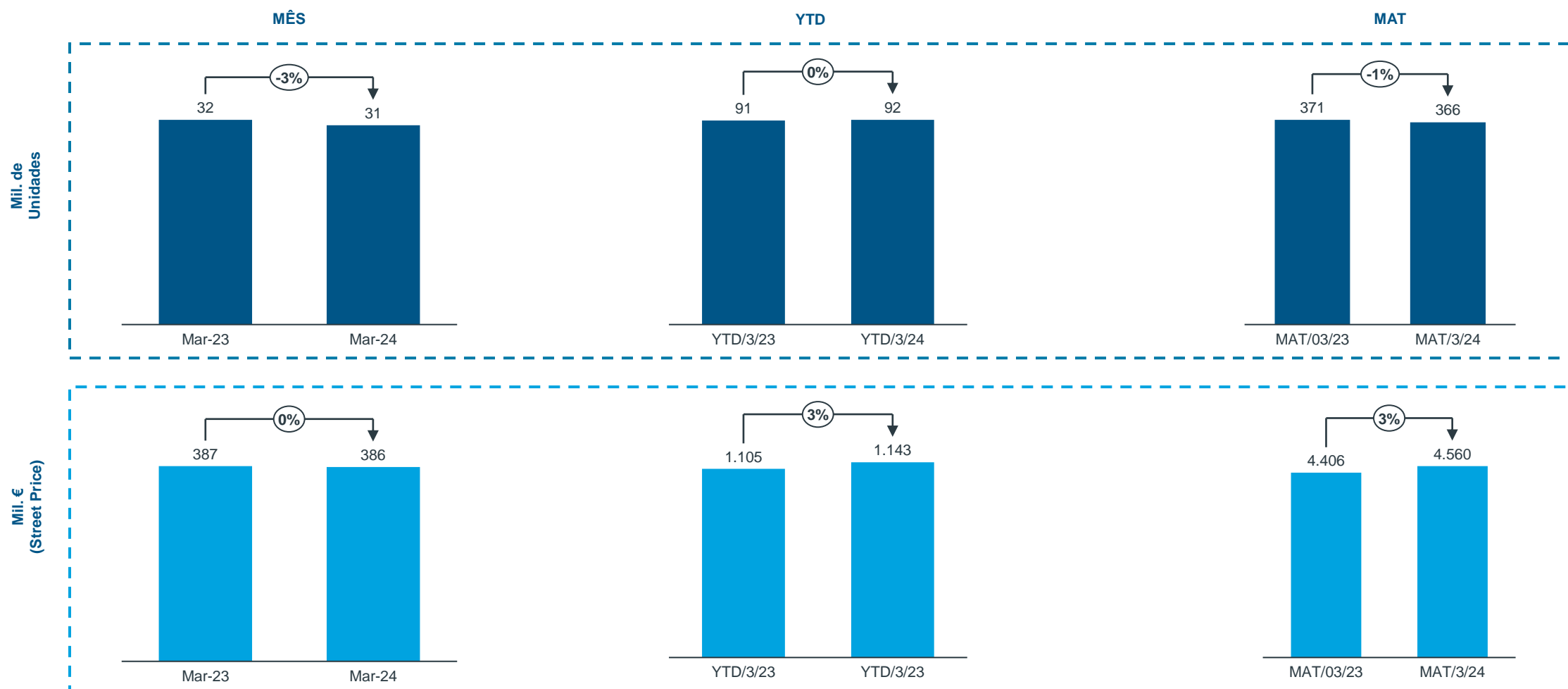
+ **Análise do mercado de medicamentos**

+ Análise do mercado de genéricos

+ Análise do mercado de Consumer Health

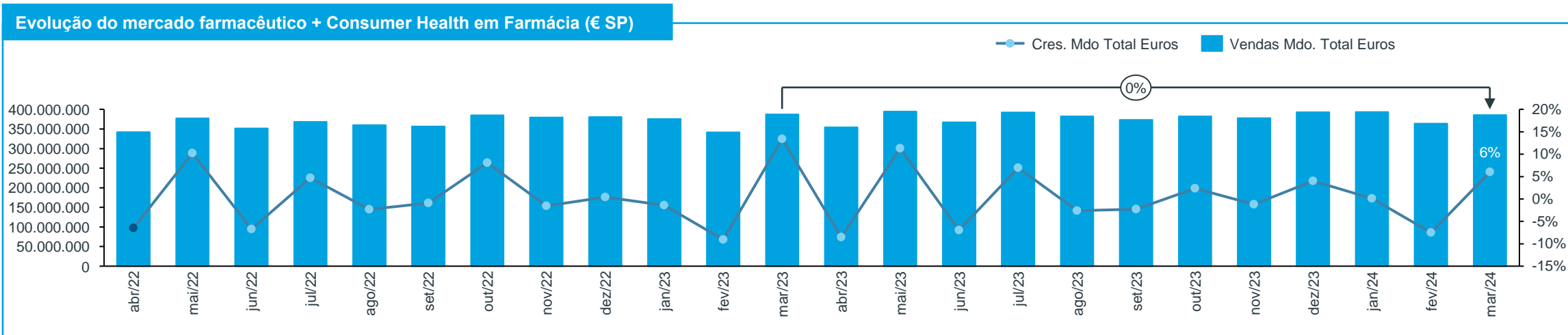
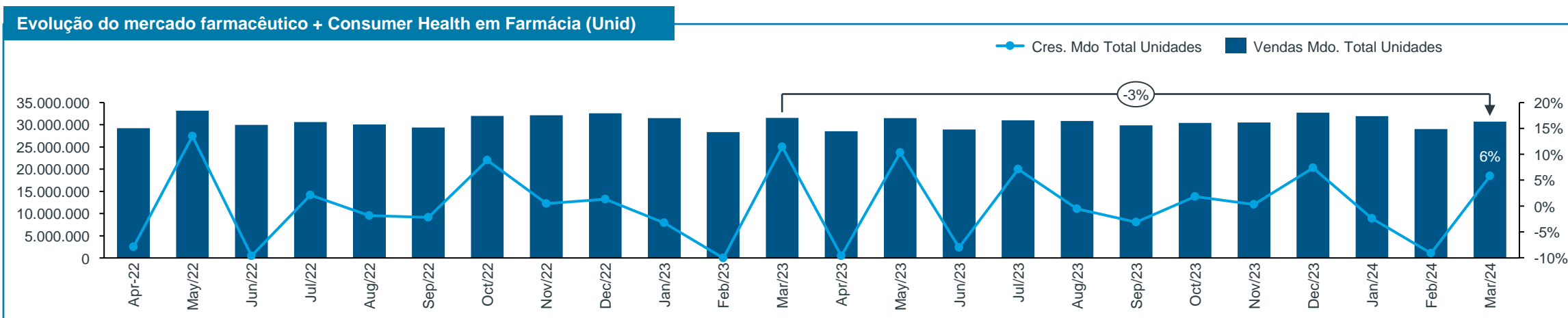
# A MAT/3/24, o canal farmácia registou um decréscimo de -1% em volume e um crescimento de crescimento 3% em valor

## Total mercado Farmacêutico + Consumer Health



# O mercado total canal farmácia registou, em Março 2024, um decréscimo de -3% em volume e 0% em valor, face ao homólogo

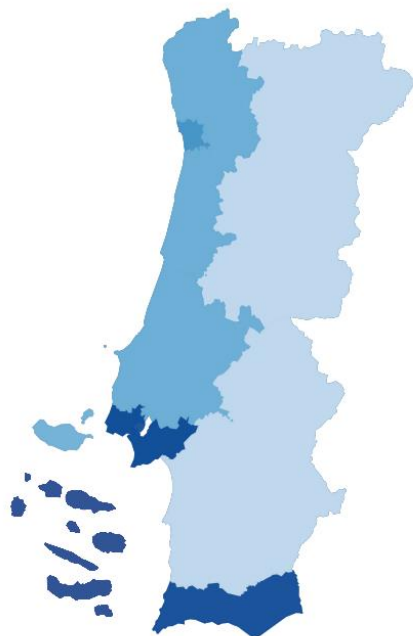
## Total mercado Farmacêutico + Consumer Health



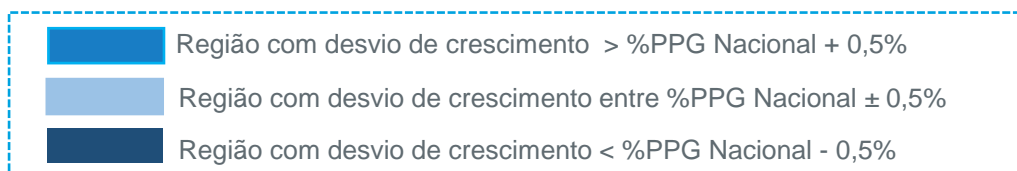
Evolução do mercado no canal Farmácia em Portugal (Unidades e Valor, Eur SP); crescimento vs período precedente  
 Fonte: IQVIA Portugal; PharmaScope Sell-Out, amostra 2.100 Farmácias

# A região com maior contributo para o crescimento do mercado total no canal farmácia, a MAT/3/24, foi o Litoral Norte

*Crescimento Regional do mercado total (Medicamentos + CH)*



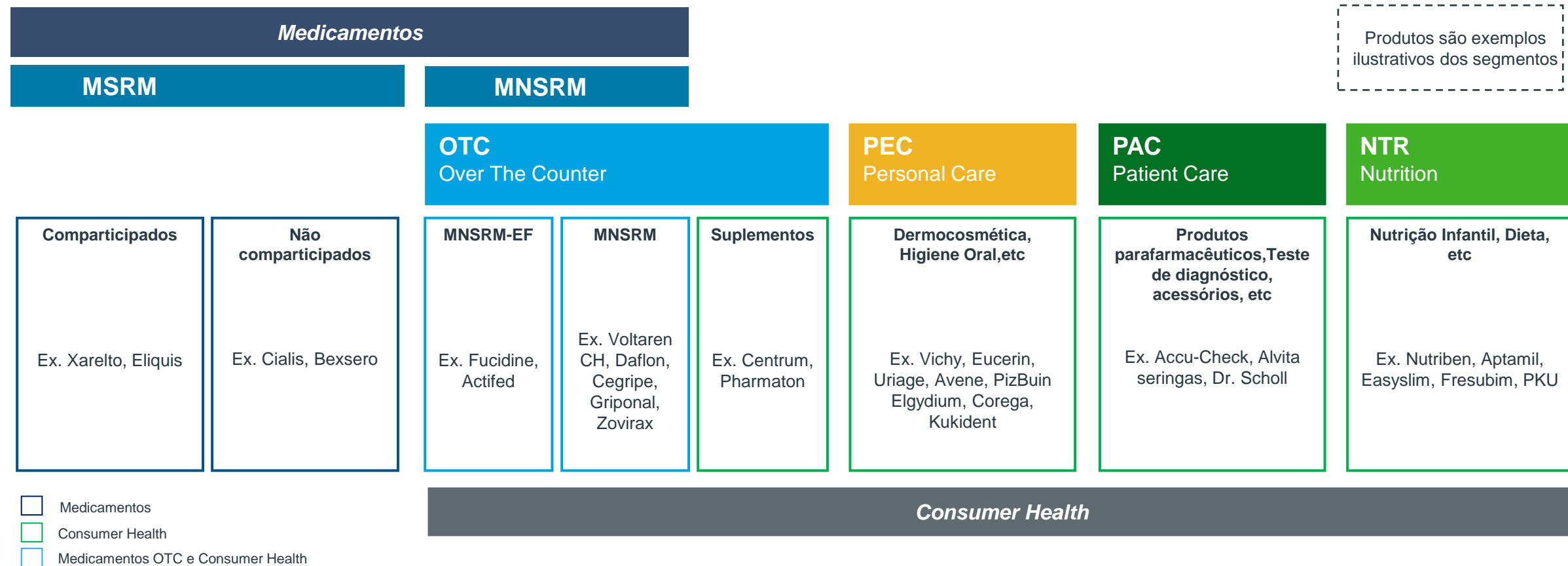
MERCADO TOTAL (€ SP)				
MAT/3/24	% GMS	% PPG	% Contributo para o crescimento	
05 LITORAL NORTE	26%	4.3%	31.7%	0.8%
02 LISBOA ARREDORES	19%	0.8%	4.5%	-2.7%
06 CENTRO OESTE	12%	4.2%	14.8%	0.7%
04 INTERIOR NORTE	12%	4.0%	13.2%	0.5%
03 GRANDE PORTO	11%	5.2%	16.3%	1.7%
01 LISBOA CENTRO	6%	2.0%	3.8%	-1.5%
08 ALENTEJO	5%	3.2%	4.4%	-0.2%
07 ALGARVE	4%	1.6%	2.1%	-1.9%
09 MADEIRA	3%	10.7%	7.7%	7.2%
10 ACORES	2%	2.8%	1.7%	-0.7%
<b>TOTAL NACIONAL</b>	<b>100%</b>	<b>3.5%</b>	<b>-</b>	





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

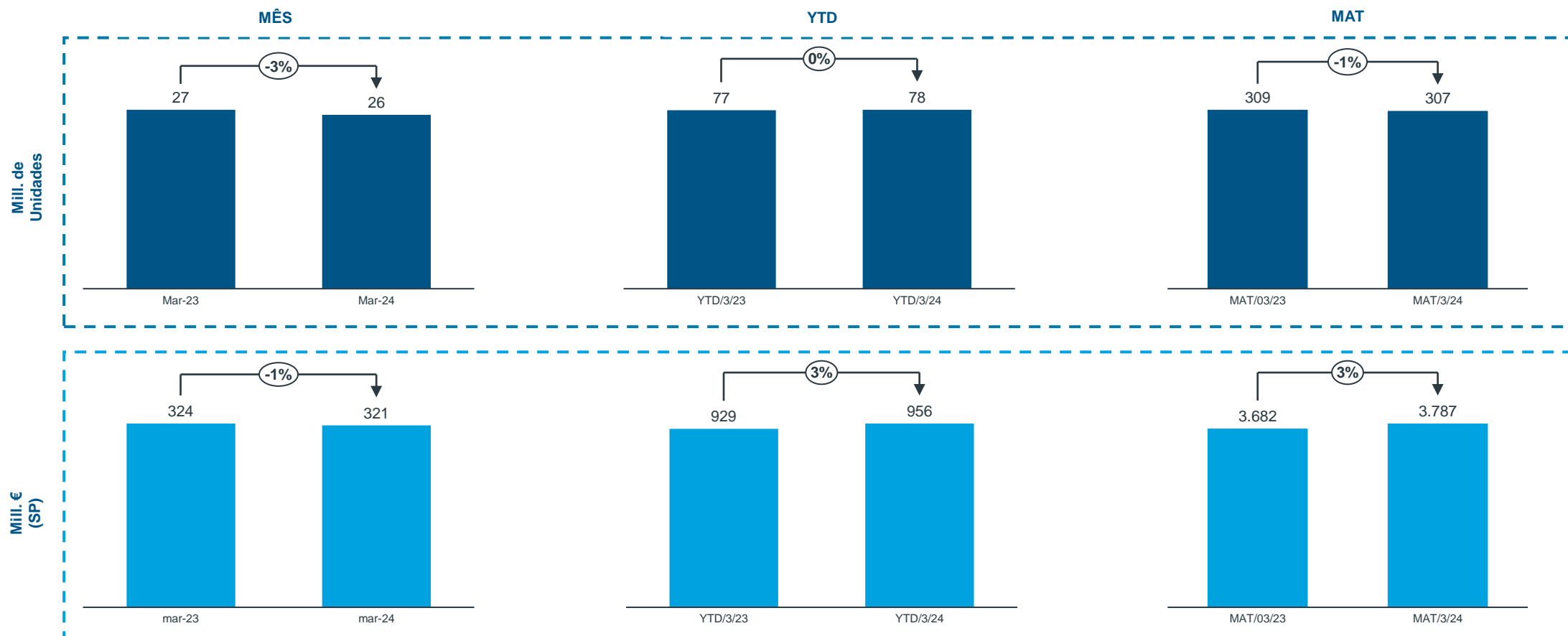
Existe uma sobreposição dos MNSRM, que se incluem tanto na categoria de medicamento, como na classificação de Consumer Health, dada a natureza livre da sua dispensa



# A MAT/3/24, o mercado farmacêutico registou um decréscimo de -1% em volume e cresceu 3% em valor

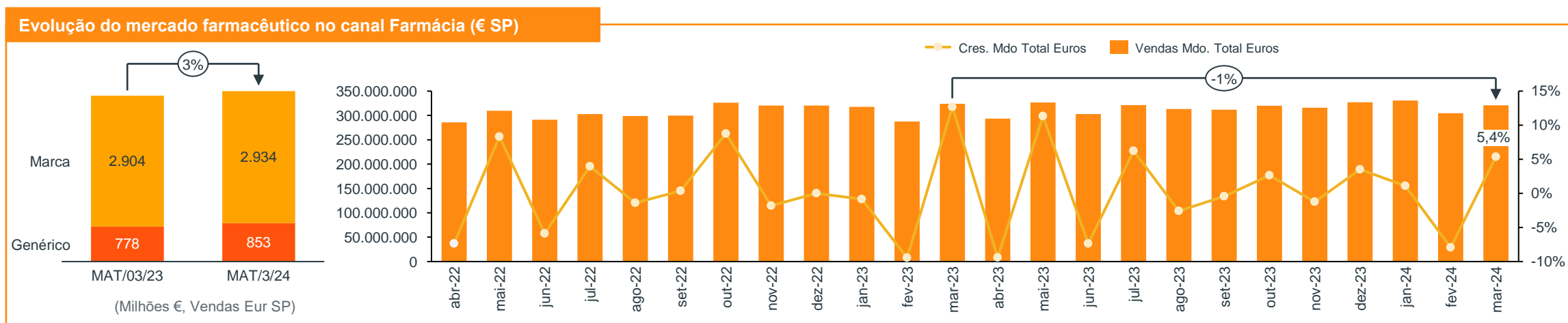
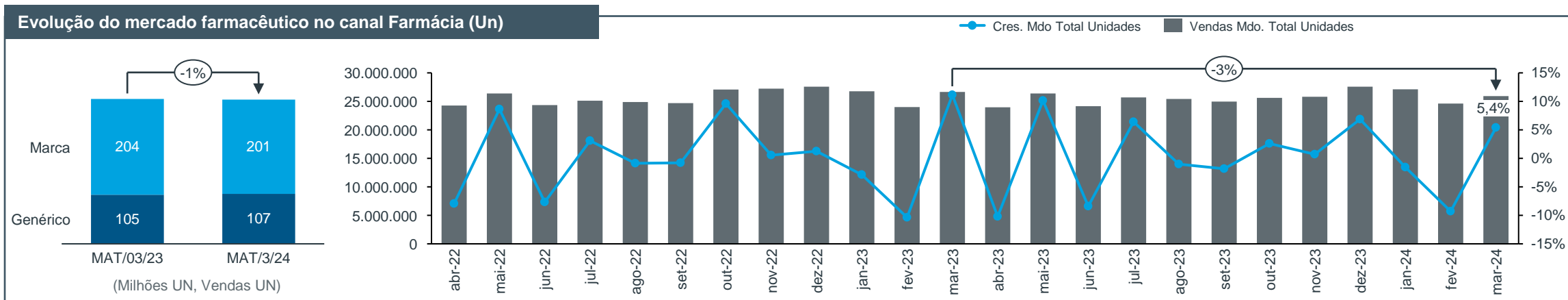
Em Março de 2024, o mercado farmacêutico decresceu -3% em volume, face ao período homólogo

## Mercado Farmacêutico



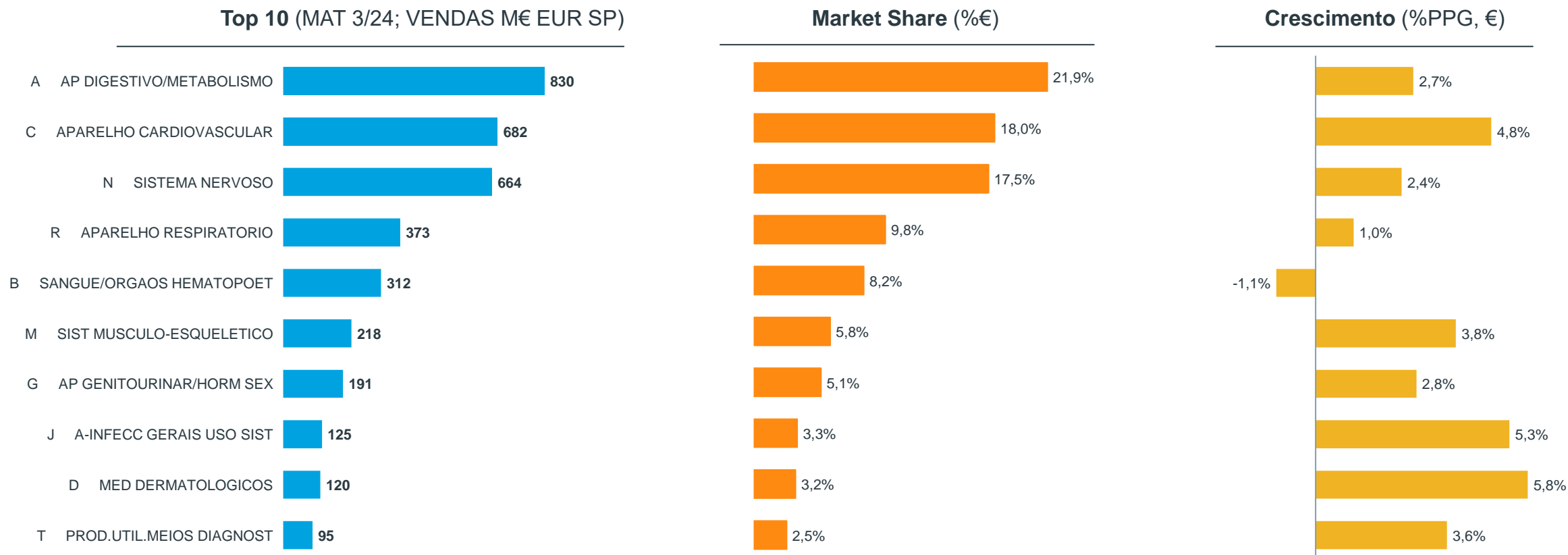
# Em Março 2024, o mercado farmacêutico registou um decréscimo de -3% em volume e -1% em valor face ao homólogo

*Os medicamentos genéricos, a MAT/3/24, representam 35% do total de unidades vendidas no mercado farmacêutico, canal farmácia*



# No TOP3 das Classes Terapêuticas, a MAT/3/24, mantêm-se as classes Ap. Digestivo/Metabolismo, Aparelho Cardiovascular e Sistema Nervoso

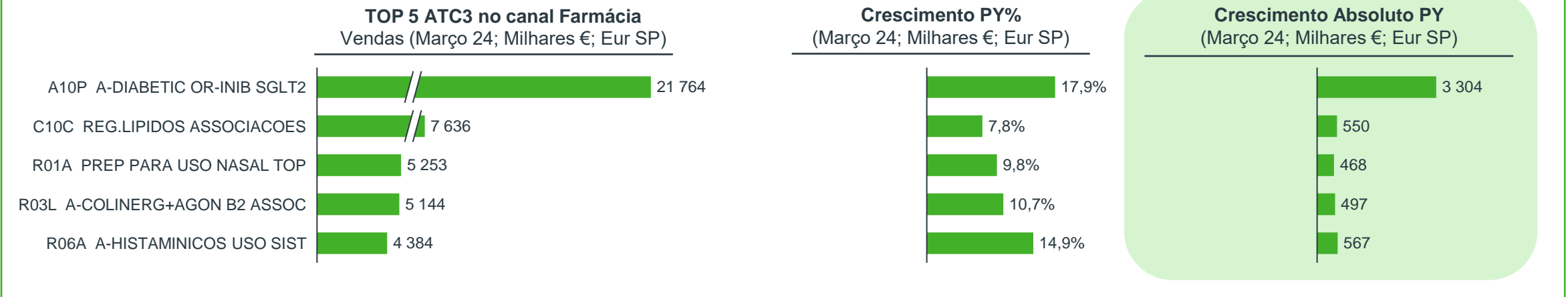
*Este TOP3 representa 57% das vendas deste mercado, no canal farmácia em Portugal*



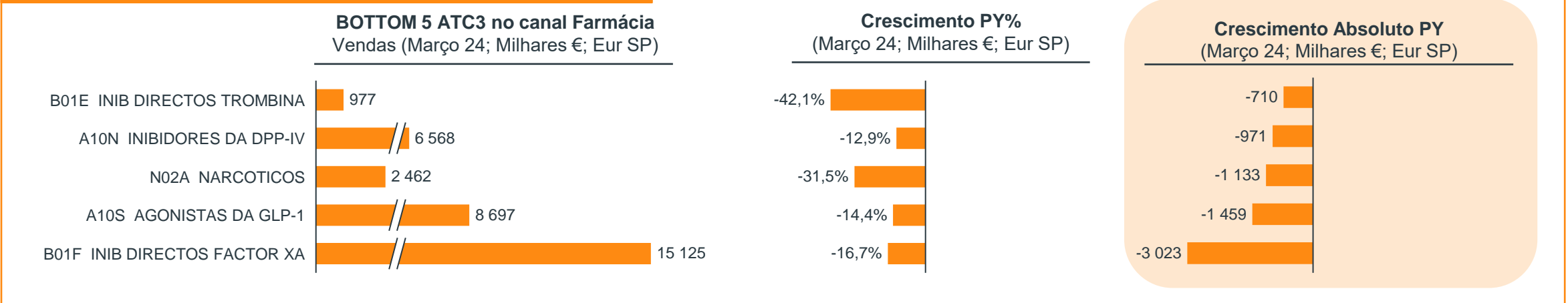
**Total mercado de medicamentos: Vendas 3.786 mil milhões de € e um crescimento de 3% (PPG)**

# Em Março, os ADOs Inibidores da SGLT2 são a categoria que apresenta o maior crescimento (+3 304€) face ao período homólogo

## Classes com maior crescimento em Março 2024



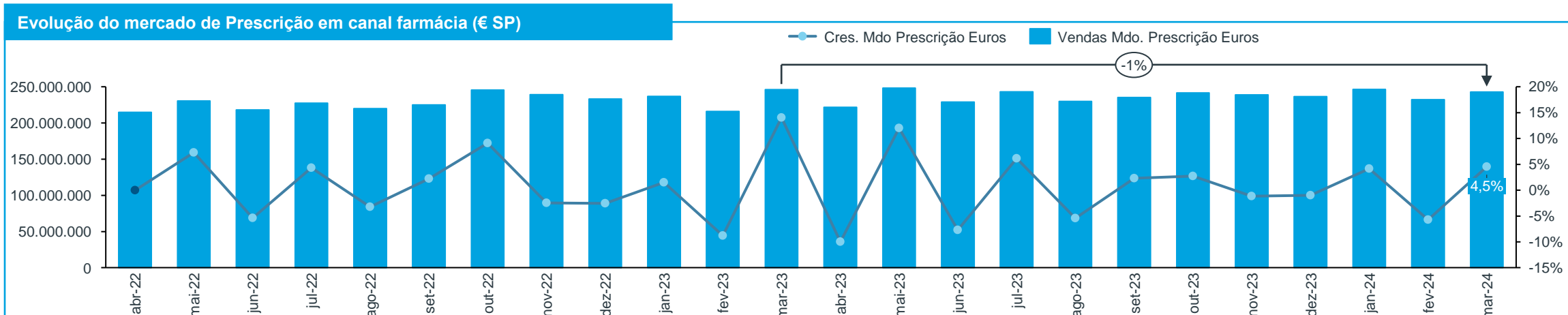
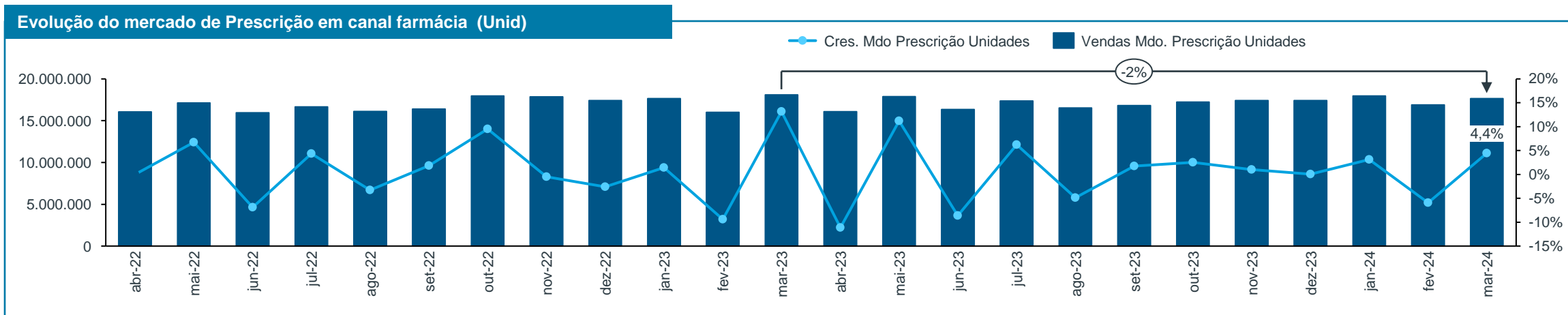
## Classes com maior decréscimo em Março 2024



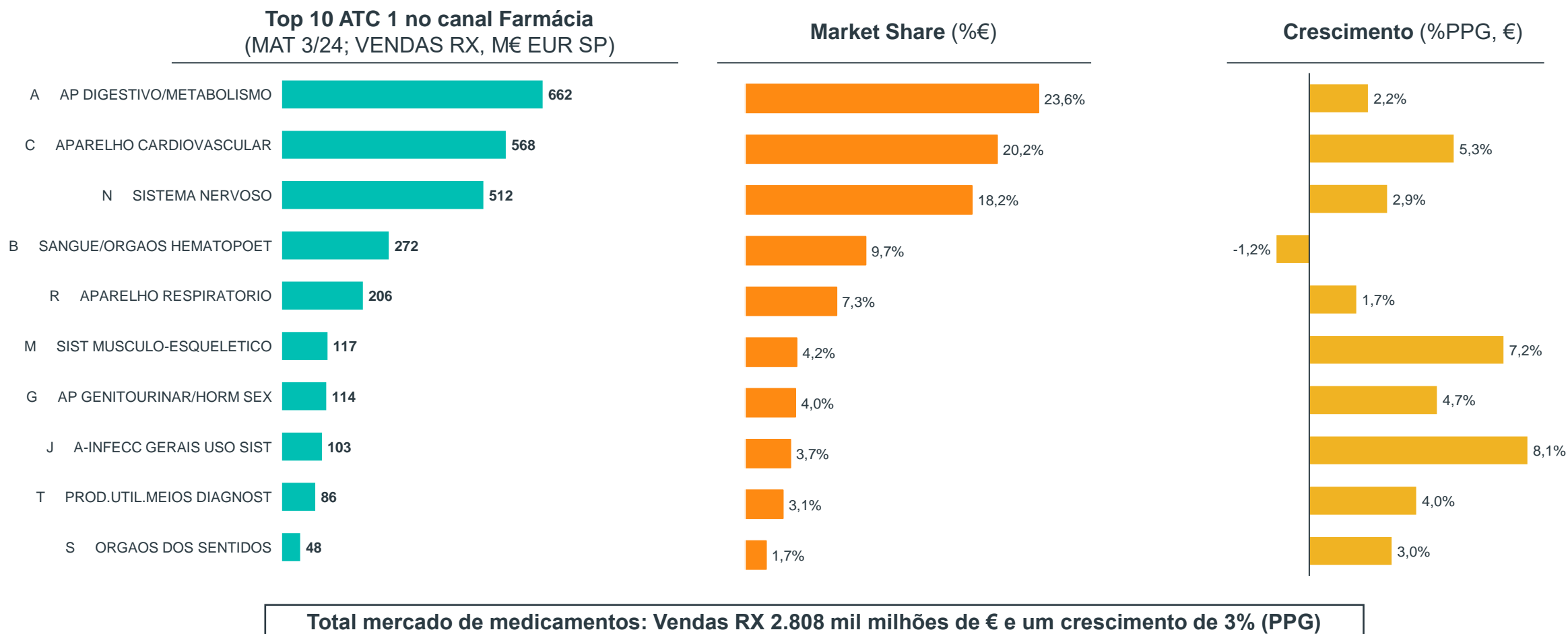
Classes Terapêuticas com maiores variâncias no canal Farmácia em Portugal (vendas € Street Price). Exclui Parafarmácia.  
 Mercado farmacêutico (MSRM e MNSRM)  
 Fonte: IQVIA Portugal; PharmaScope Sell-Out, amostra 2.100 Farmácias

# As vendas com prescrição, em Março 2024, registaram um decréscimo de -2% em volume e -1% em valor, comparativamente ao homólogo

## Mercado de Prescrição



# A classe terapêutica Ap. Digestivo/ Metabolismo lidera o TOP10 das vendas com prescrição a MAT/3/24, com 24% do total das vendas deste mercado



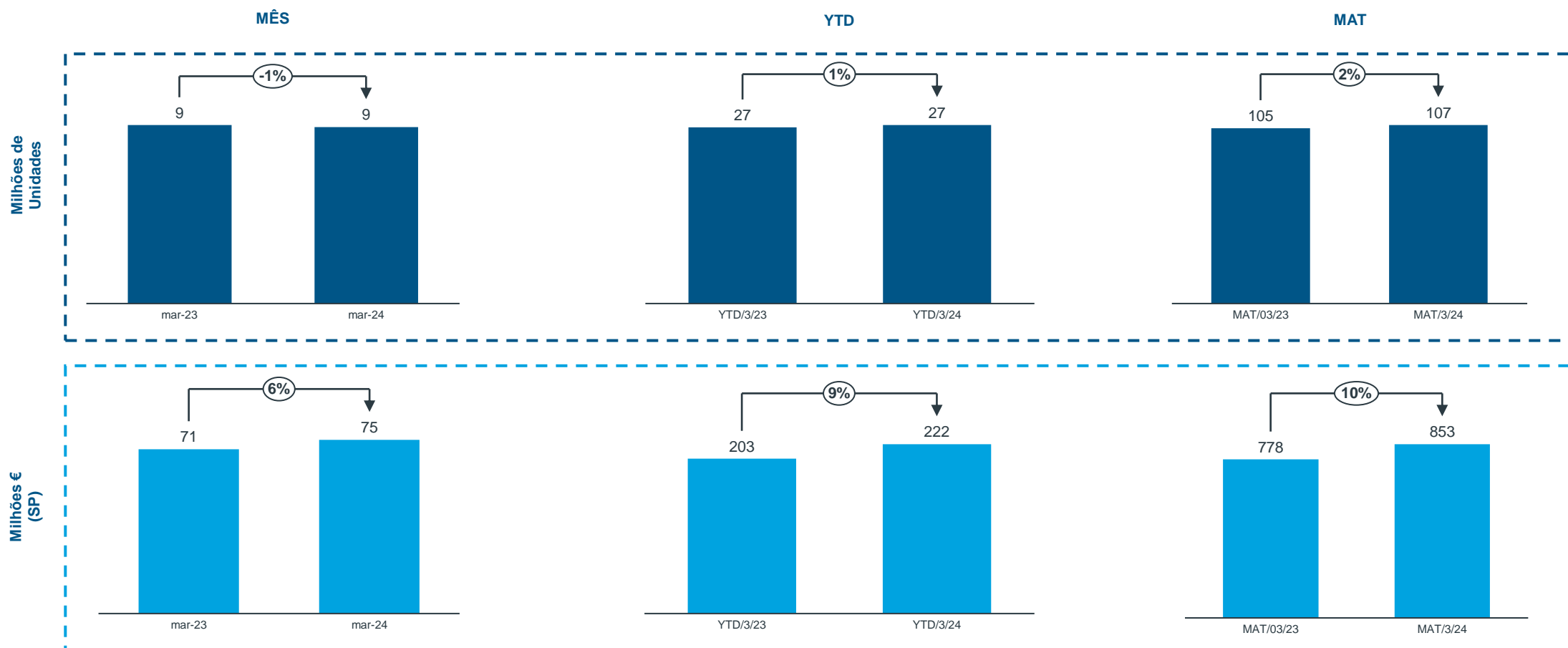
- + Evolução do mercado farmacêutico + Consumer Health
- + Evolução por segmentos:
  - + Análise do mercado de medicamentos
  - + **Análise do mercado de genéricos**
  - + Análise do mercado de Consumer Health



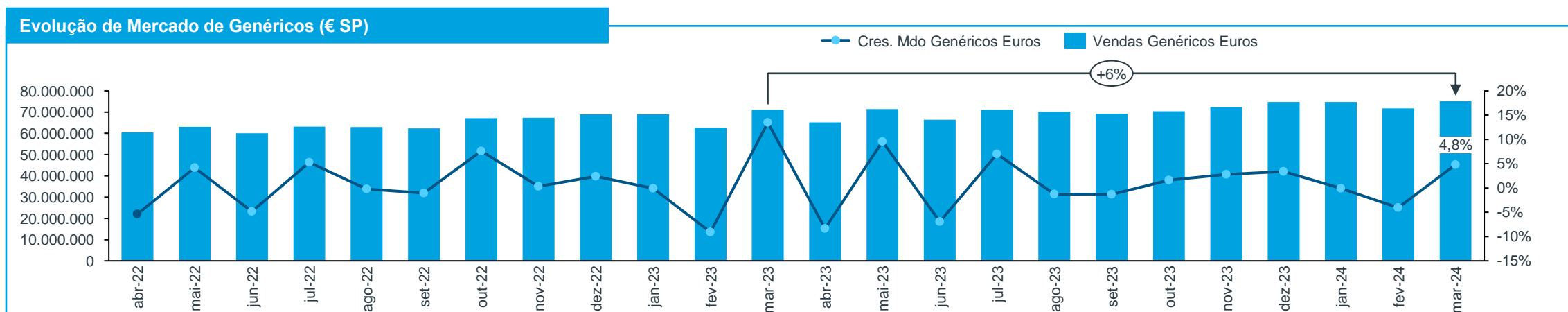
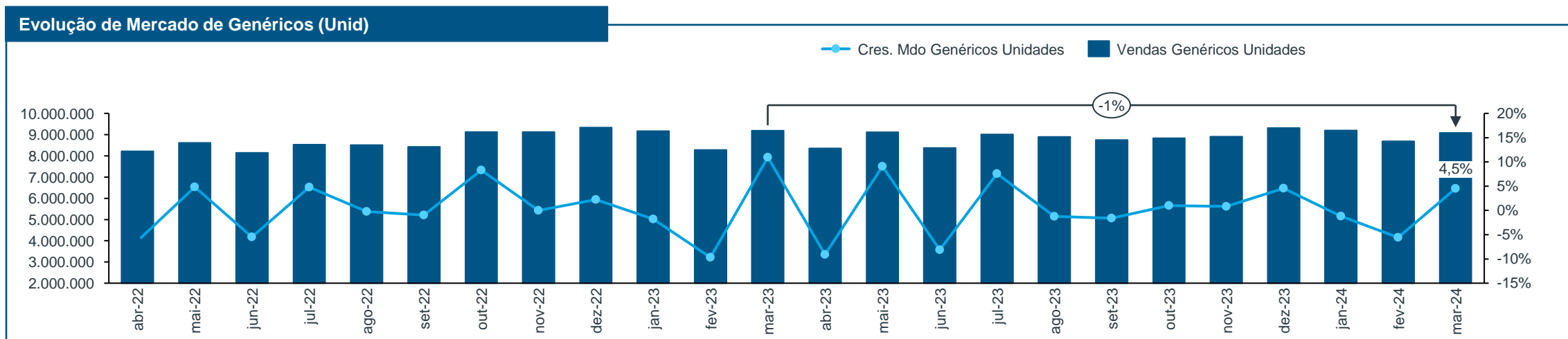
# No MAT/3/24, o mercado de Genéricos registou um crescimento de 2% em volume e 10% em valor no canal farmácia

*Em Março, o mercado de genéricos decresceu -1% em volume e cresceu 6% em valor face ao homólogo*

## Mercado de Genéricos

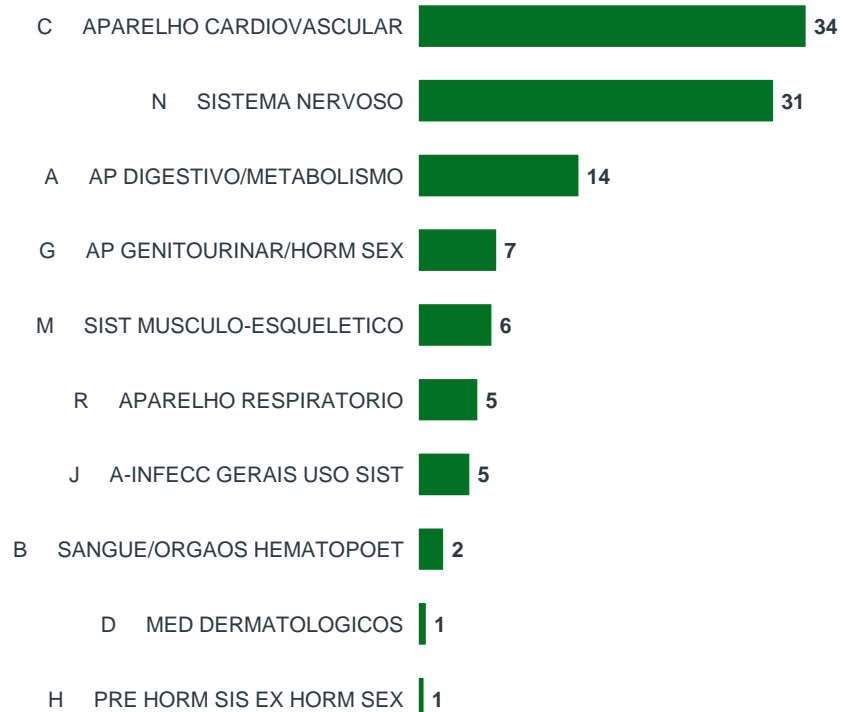


# Em Março 2024, o mercado de Genéricos registou um decréscimo de -1% em volume e cresceu 6% em valor face ao homólogo

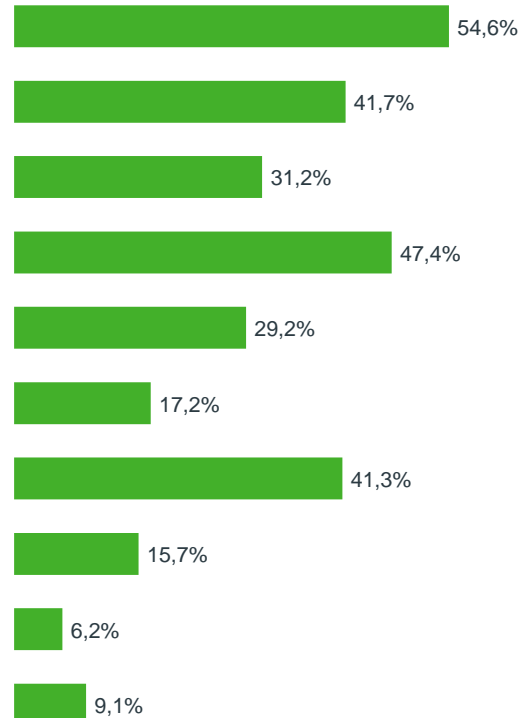


# A classe terapêutica Ap. Cardiovascular lidera o TOP10 das vendas em volume de medicamentos genéricos a MAT/3/24

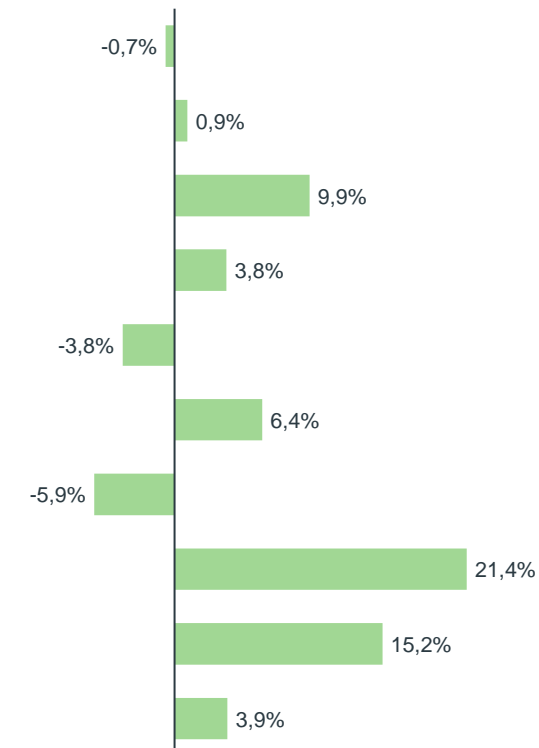
**Top 10 ATC 1 de Vendas Genéricas no canal Farmácia**  
(MAT 3/24; VENDAS, milhões UN)



**%Vendas Gx (%Un Rx)**

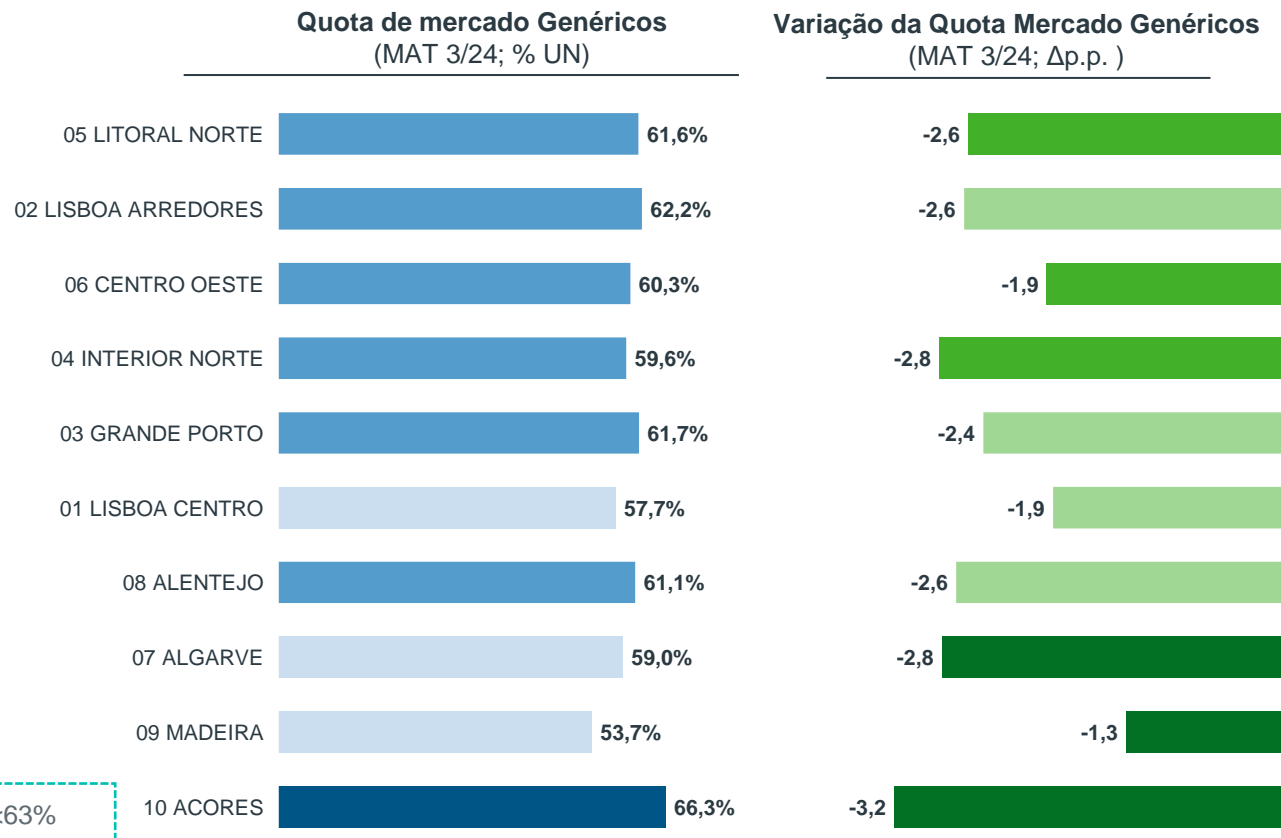
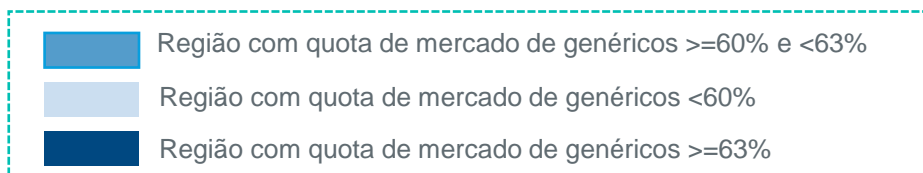
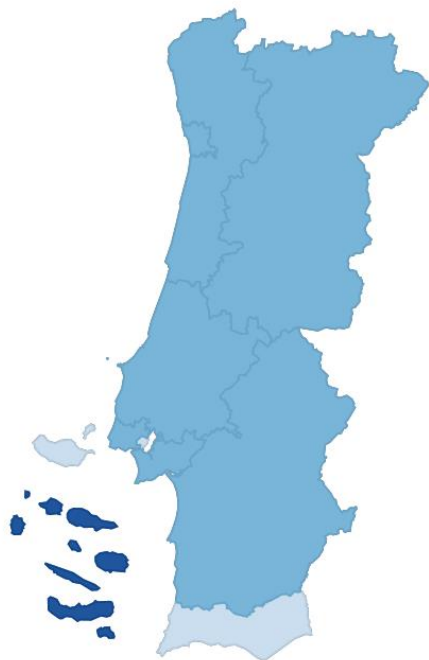


**% Crescimento (%PPG, Un)**



# A MAT/3/24, a região dos Açores é a região com maior quota de mercado de genéricos (66%)

*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 Homogêneos (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:

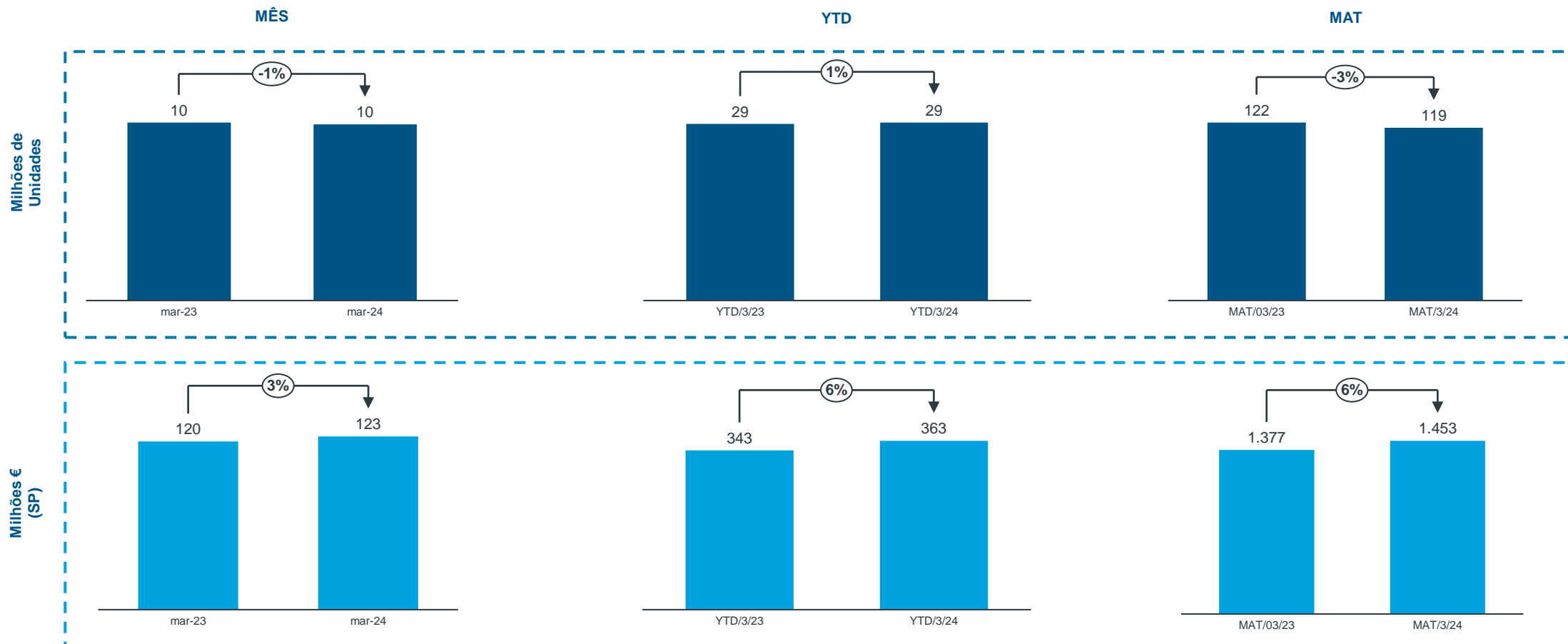
+ Análise do mercado de medicamentos

+ Análise do mercado de genéricos

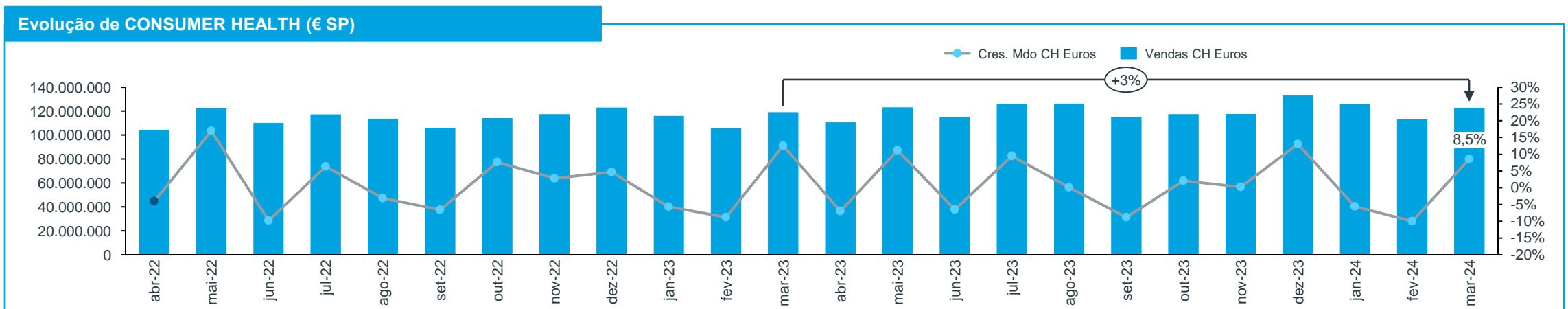
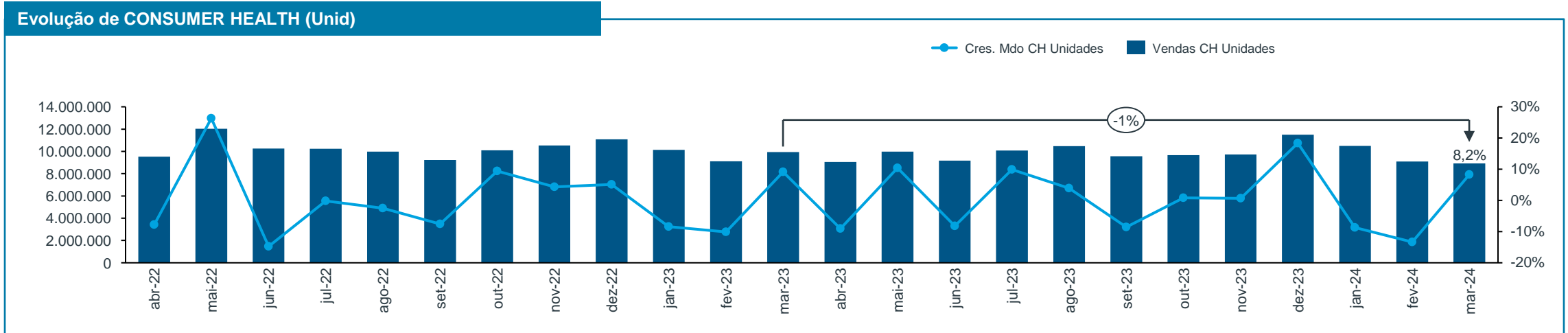
+ **Análise do mercado de Consumer Health**

# A MAT/3/2024, 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

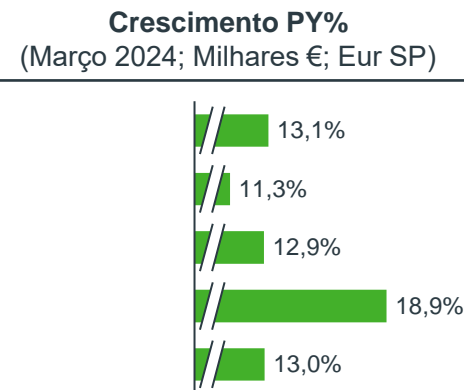
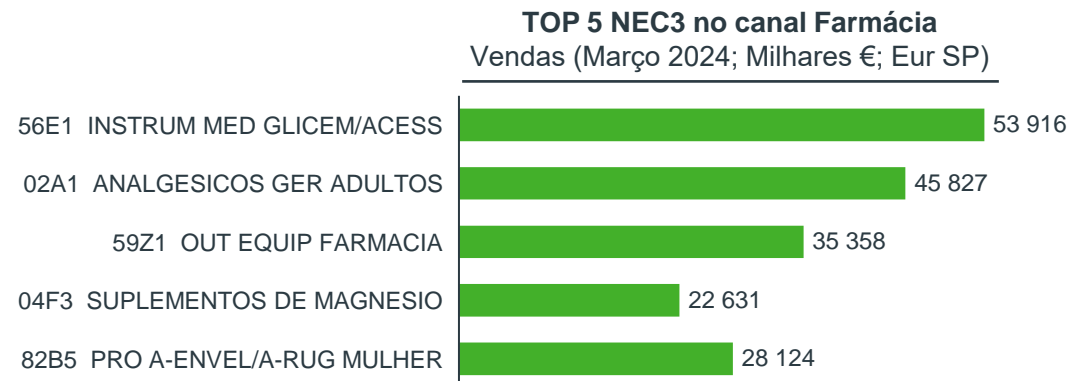


# Em Março 2024, o mercado de Consumer Health registou um decréscimo de -1% e um crescimento volume e 3% em valor face ao homólogo



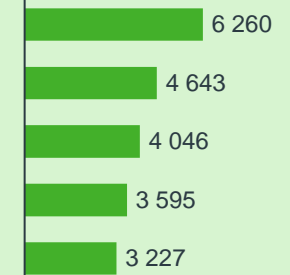
# Em Março, a categoria de Instrumentos de Medição de Glicemia é a que apresenta o maior crescimento (+6 260K€) face ao homólogo

## Classes com maior crescimento em Março 2024

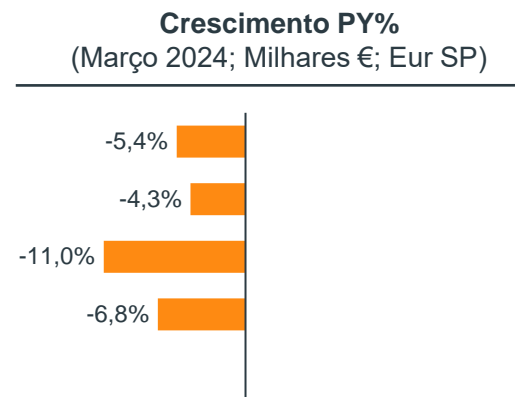
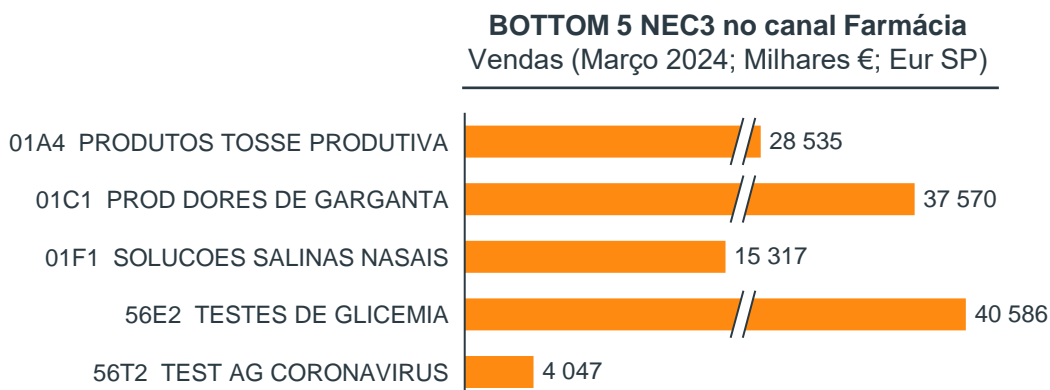


### Crescimento Absoluto PY

(Março 2024; Milhares €; Eur SP)

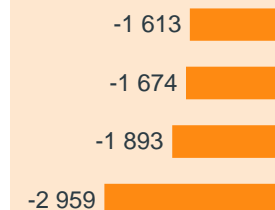


## Classes com maior decréscimo em Março 2024



### Crescimento Absoluto PY

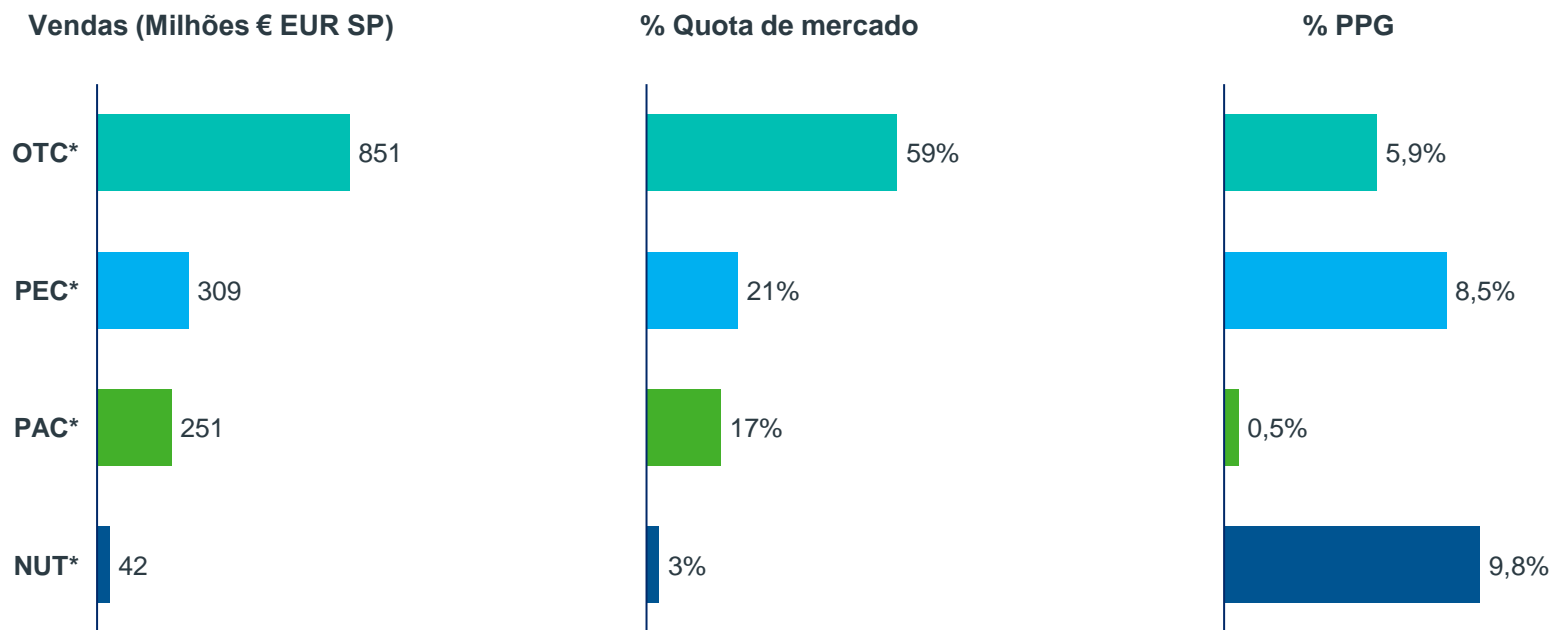
(Março 2024; Milhares €; Eur SP)





# A MAT/3/2024, 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, MAT3/24)



Total mercado de Consumer Health: 1.453 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](mailto:info.marketing@iqvia.com)