



# *As dinâmicas e tendências do mercado farmacêutico no Brasil*

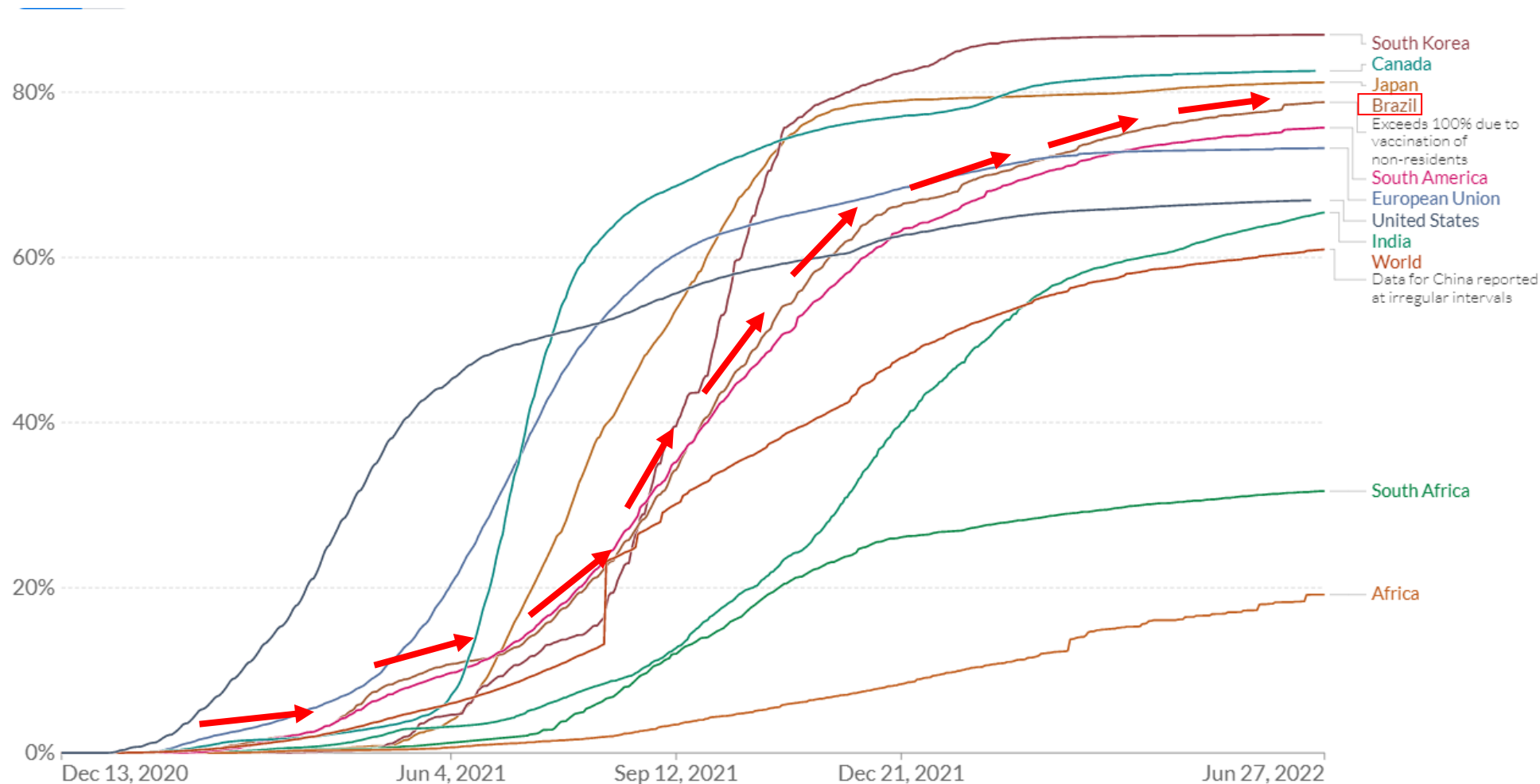
30 de junho de 2022

Sydney Clark  
[sydney.clark@iqvia.com](mailto:sydney.clark@iqvia.com)

# A cobertura vacinal no Brasil e na América do Sul está acima da União Européia e dos EUA

## Parcela da população completamente vacinada contra o COVID-19

Número total de pessoas que receberam todas as doses prescritas pelo protocolo de vacinação, dividido pela população total do país



País	Vac. (%)
CHI	91
URU	83
ARG	82
PER	82
CRC*	81
<b>BRA</b>	<b>79</b>
EQU	78
PAN	71
COL	70
MEX	61
DOM*	55
VEN	50
BOL	50
PAR	47

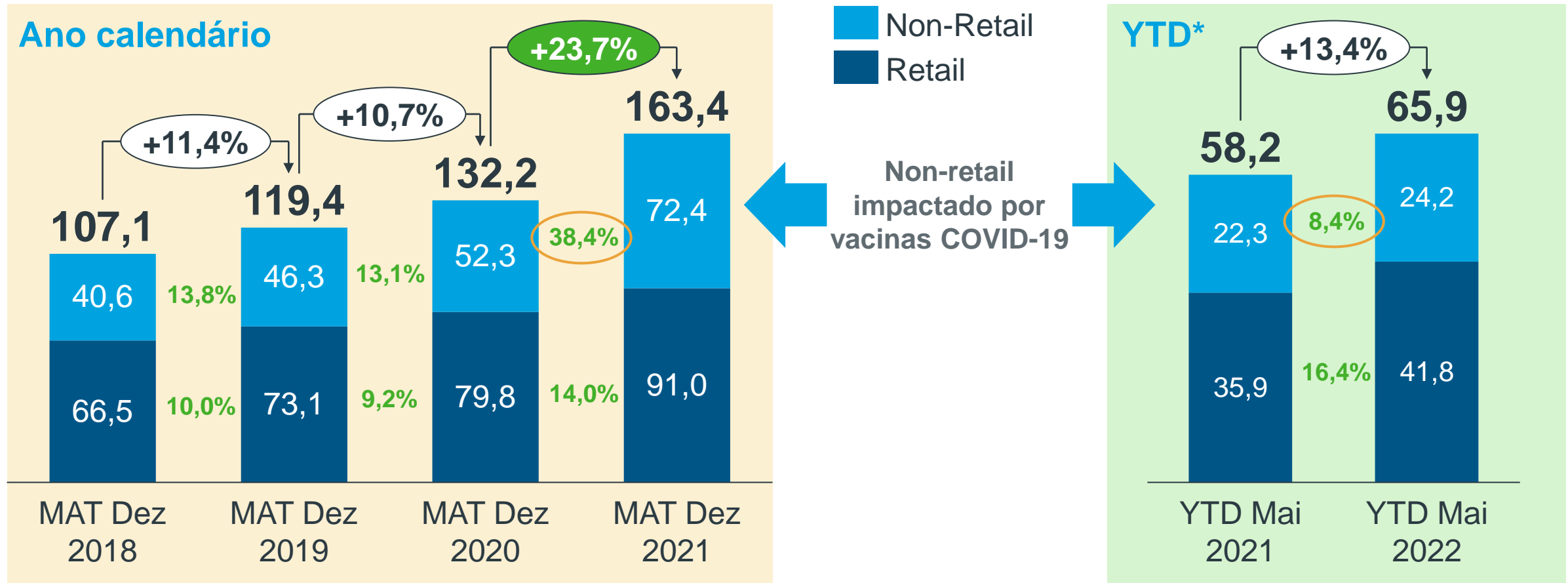
\* Costa Rica

\* República Dominicana

# O mercado totalizou R\$163 bi em 2021 impulsionado por gastos em vacinas COVID-19

## Mercado farmacêutico brasileiro total

Retail @ R\$ PPP (Pharmacy Purchase Price, Mai/22) e Non-Retail @ HPP (Hospital Purchase Price, Abr/22)



Fonte: IQVIA PMB Maio 2022 (Pharmacy Purchase Price), IQVIA Non-Retail Abril 2022 (Hospital Purchase Price)

MAT = 12 meses móveis com fim no mês indicado; YTD = ano calendário até o mês indicado; Non-Retail inclui vendas para hospitais, clínicas, pagadores públicos e privados, entre outros não varejo.

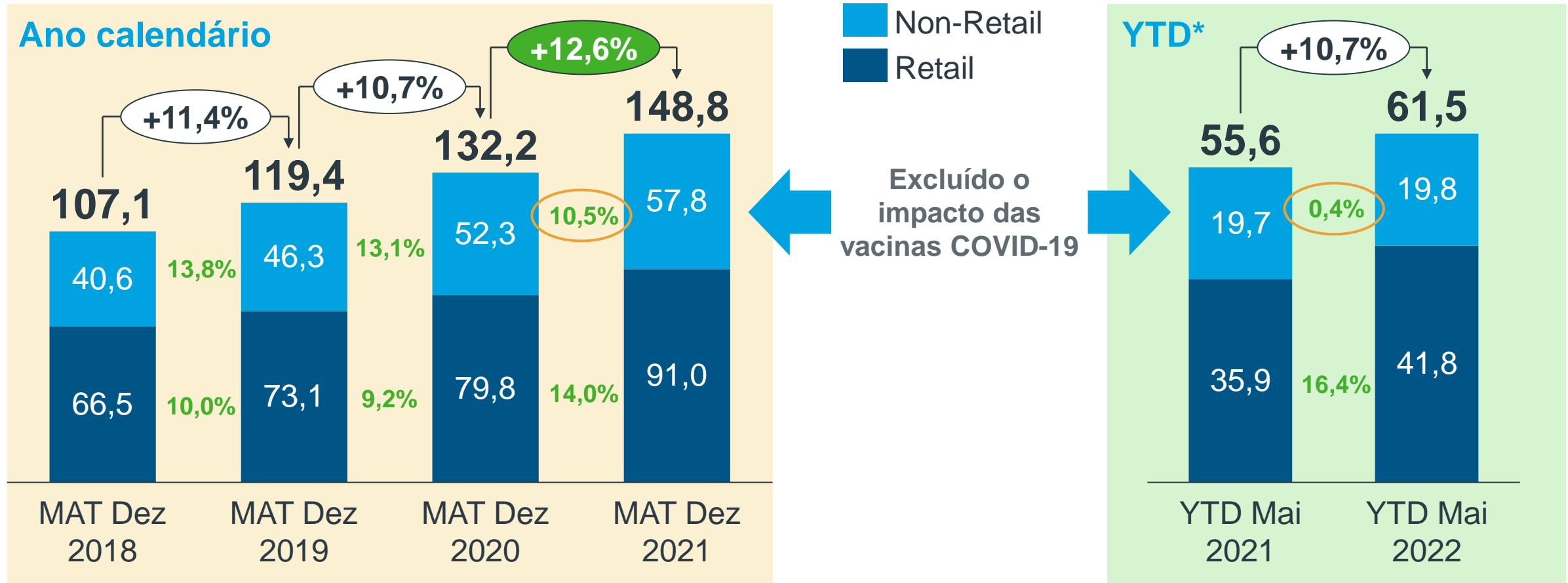
RX = medicamentos de prescrição, MIP = Medicamentos Isentos de Prescrição; CH inclui prioritariamente não medicamentos com influência da classe médica na base PMB (ex. dermatológicos, oftalmologia, nutrientes, entre outros)

\* YTD = year to date (ano de 2022 até o mês mais recente)

# Mesmo excluindo as vacinas para COVID-19 (R\$ 15 bi em 2021) o mercado cresce 12,6%, mantendo os níveis históricos

## Mercado farmacêutico brasileiro total

Retail @ R\$ PPP (Pharmacy Purchase Price, Mai/22) e Non-Retail @ HPP (Hospital Purchase Price, Abr/22)



Fonte: IQVIA PMB Maio 2022 (Pharmacy Purchase Price), IQVIA Non-Retail Abril 2022 (Hospital Purchase Price)

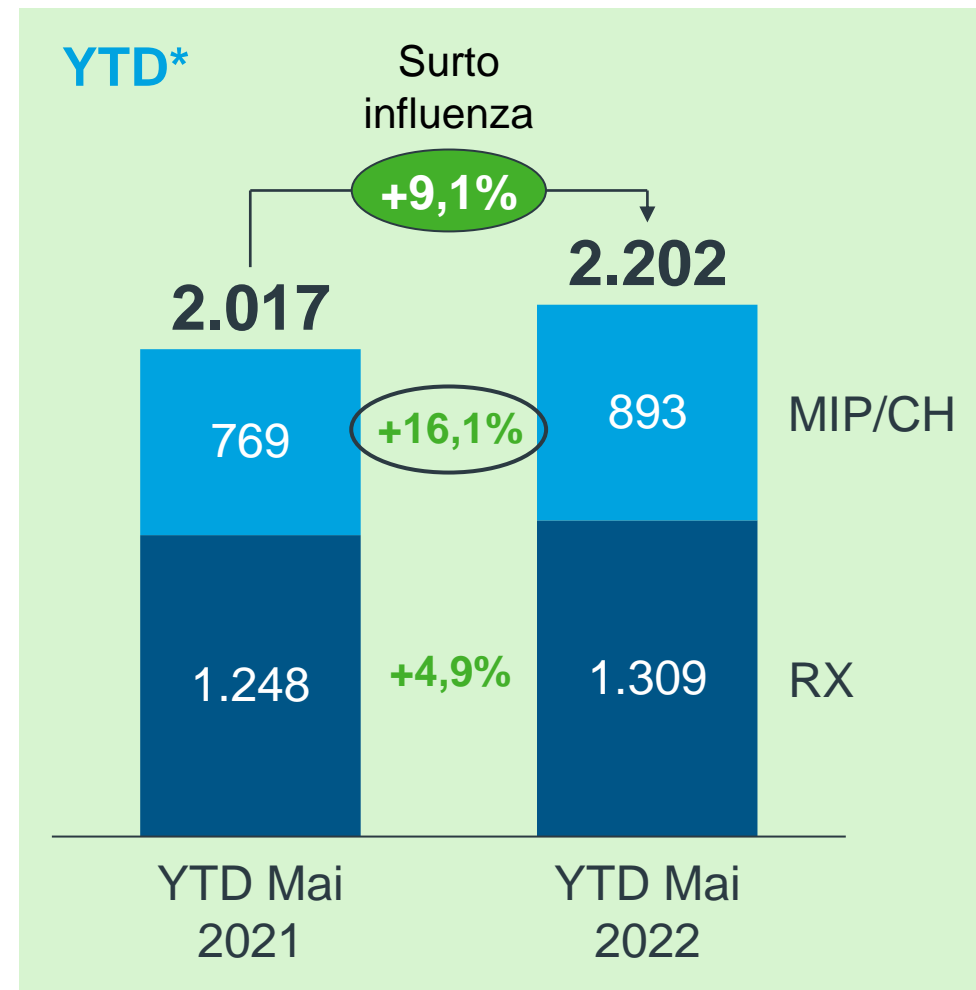
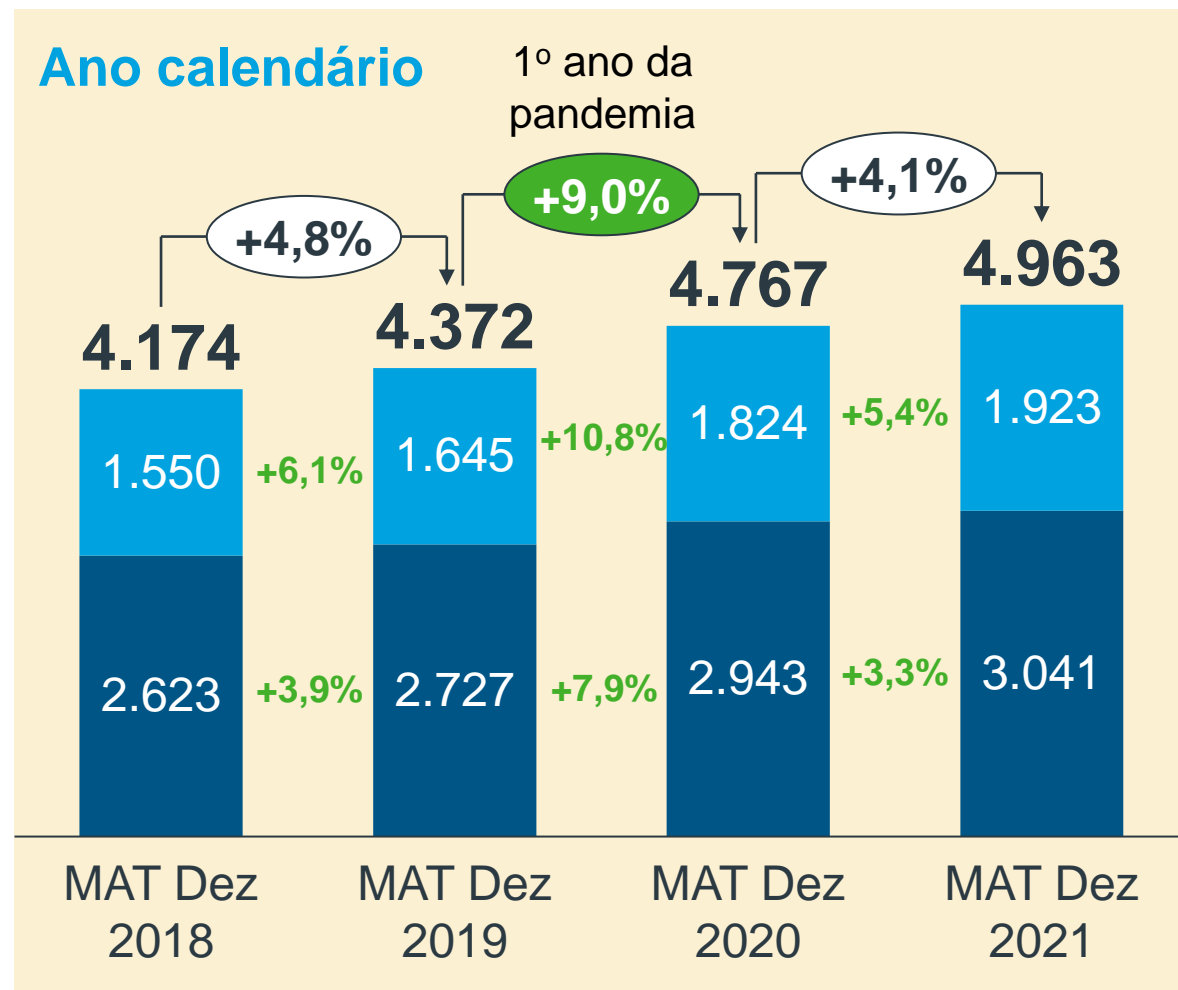
MAT = 12 meses móveis com fim no mês indicado; YTD = ano calendário até o mês indicado; Non-Retail inclui vendas para hospitais, clínicas, pagadores públicos e privados, entre outros não varejo.

RX = medicamentos de prescrição, MIP = Medicamentos Isentos de Prescrição; CH inclui prioritariamente não medicamentos com influência da classe médica na base PMB (ex. dermatológicos, oftalmologia, nutrientes, entre outros)

\* YTD = year to date (ano de 2022 até o mês mais recente)

# No Retail, o volume de medicamentos passou por um pico de crescimento, sendo mais forte em MIP/CH

## Mercado farmacêutico brasileiro – Retail – Unidades (milhões)



Fonte: IQVIA PMB Maio 2022 (Pharmacy Purchase Price)

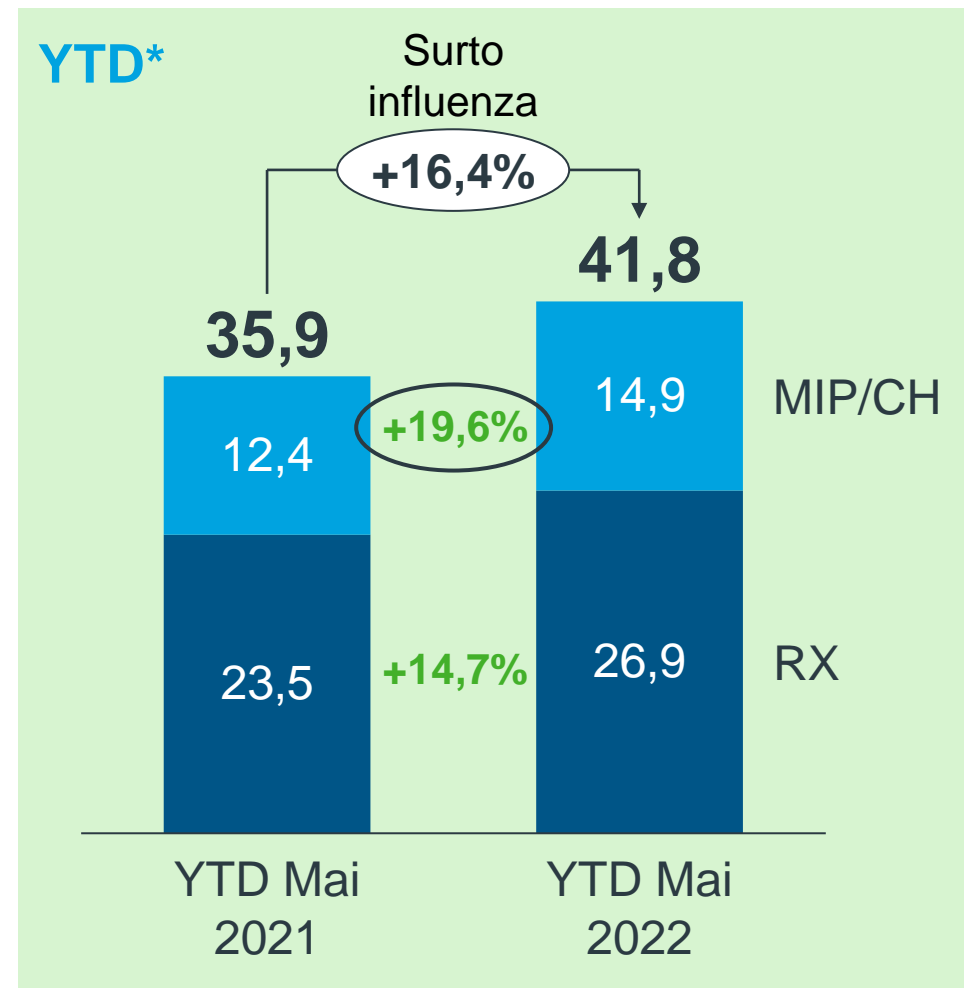
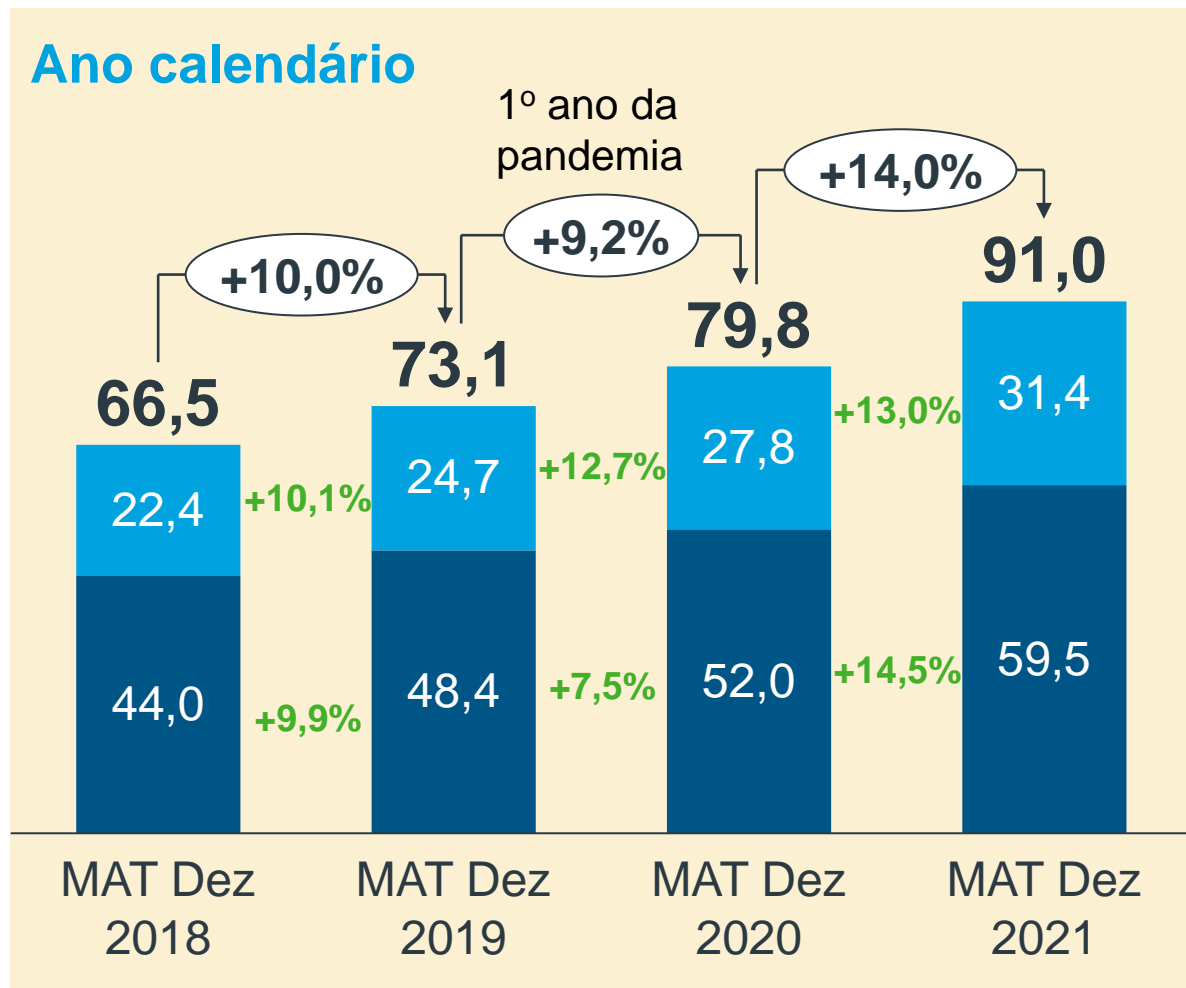
MAT = 12 meses móveis com fim no mês indicado; YTD = ano calendário até o mês indicado;

RX = medicamentos de prescrição, MIP = Medicamentos Isentos de Prescrição; CH inclui prioritariamente não medicamentos com influência da classe médica na base PMB (ex. dermocosméticos, oftalmologia, nutrientes, entre outros)

\* YTD = year to date (ano de 2022 até o mês mais recente)

# A tendência em valores (R\$) é de crescimento com *timing* deslocado em função de mix e aumentos CMED

Mercado farmacêutico brasileiro – Retail – R\$ bilhões @ R\$ PPP



Fonte: IQVIA PMB Maio 2022 (Pharmacy Purchase Price)

MAT = 12 meses móveis com fim no mês indicado; YTD = ano calendário até o mês indicado;

RX = medicamentos de prescrição, MIP = Medicamentos Isentos de Prescrição; CH inclui prioritariamente não medicamentos com influência da classe médica na base PMB (ex. dermocosméticos, oftalmologia, nutrientes, entre outros)

YTD = year to date (ano de 2022 até o mês mais recente)

# Além de Gripe e Resfriado, outras categorias com demanda negativamente impactada pela pandemia **se recuperam**

MIPs/CH Retail – Áreas terapêuticas em **recuperação**

Categoria	R\$ PPP MAT Mai 22 (bilhões)	Cresc. Unidades		Volume atual vs pré Covid	Cresc. R\$ PPP	
		MAT Mai 2021 vs 20	MAT Mai 2022 vs 21		MAT Mai 2021 vs 20	MAT Mai 2022 vs 21
Gripe e Resf	4,7	-17,3%	55,6%	Semelhante *	-16,9%	70,9%
Anti-diar.	0,9	-12,7%	37,1%	Semelhante *	-0,6%	36,6%
Analgésicos	3,2	-5,7%	27,4%	Acima *	2,0%	27,1%
<b>Sub-total</b>	<b>8,9</b>	<b>-11,8%</b>	<b>41,1%</b>		<b>-8,0%</b>	<b>48,5%</b>

\* Expurgando o período Nov 21 a Mar 22 que foram impactados por H3N2 e pré-alta

Categorias já se recuperaram ou estão em níveis acima do “pré-COVID”

# Várias categorias **retraem** porém ainda seguem acima dos níveis pré-COVID; há o risco de mais retração em 2022

MIPs/CH Retail – Áreas terapêuticas em **retração**

Categoria	R\$ PPP MAT Mai 22 (bilhões)	Cresc. Unidades			Cresc. R\$ PPP	
		MAT Mai 2021 vs 20	MAT Mai 2022 vs 21	Volume atual vs pré Covid	MAT Mai 2021 vs 20	MAT Mai 2022 vs 21
Relax. Musc/Anti-inf.	2,2	11,7%	1,3%	Semelhante	17,2%	11,8%
Ginecologia	0,6	11,4%	1,0%	Acima	16,9%	10,9%
Dermacosméticos	4,9	9,5%	0,5%	Acima	20,0%	5,9%
Varicose	0,5	10,7%	-1,2%	Semelhante	14,5%	7,4%
Laxativos	0,9	5,9%	-4,0%	Acima	12,5%	8,7%
Monit. Diabetes	0,4	15,8%	-4,2%	Semelhante	16,2%	-1,0%
VMS	4,3	26,8%	-4,7%	Semelhante	36,4%	-0,2%
Herbal/Oil	0,6	20,3%	-6,4%	Semelhante	24,4%	-0,5%
Outros derma	1,8	9,2%	-10,3%	Acima *	18,3%	0,1%
<b>Sub-total</b>	<b>16,2</b>	<b>14,4%</b>	<b>-3,8%</b>		<b>22,9%</b>	<b>4,2%</b>

\* Principalmente em função de antisépticos

Potencial de retração adicional durante 2022, especialmente VMS



# Áreas terapêuticas importantes estão se recuperando após os impactos provocados pela pandemia

Medicamentos de Prescrição Retail - Áreas terapêuticas em recuperação


Área Terapêutica	R\$ PPP MAT Mai 22 (bilhões)	Cresc. Unidades		Volume atual vs pré Covid	Cresc. R\$ PPP	
		MAT Mai 2021 vs 20	MAT Mai 2022 vs 21		MAT Mai 2021 vs 20	MAT Mai 2022 vs 21
Corticosteróides*	1,2	0,7%	26,6%	Semelhante*	-2,3%	45,0%
Resp - Outros	2,3	-5,9%	21,6%	Acima	-17,1%	41,9%
Asma & DPOC	1,7	-15,6%	19,1%	Semelhante	-5,1%	15,7%
Oftalmológicos	1,4	-2,4%	6,3%	Acima	5,7%	7,7%
Imunológicos	0,5	-20,7%	6,1%	Abaixo*	11,1%	37,1%
<b>Sub-total</b>	<b>7,2</b>	<b>-5,1%</b>	<b>20,7%</b>		<b>-5,6%</b>	<b>27,3%</b>

\* Expurgando o período Nov 21 a Mar 22 que foram impactados por H3N2 e pré-alta

Áreas terapêuticas já se recuperaram ou estão em níveis acima do “pré-COVID”

# Tratamentos crônicos seguem em crescimento

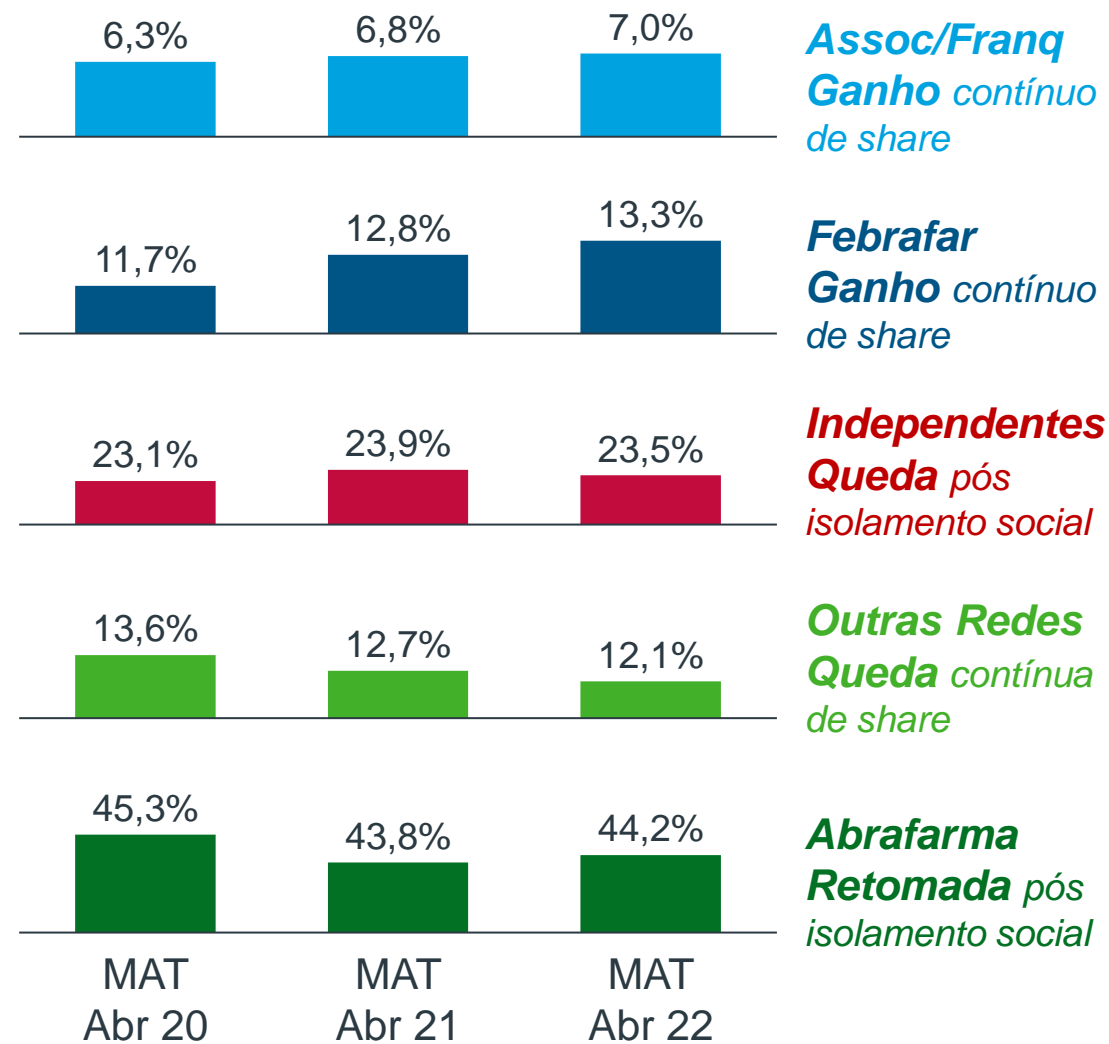
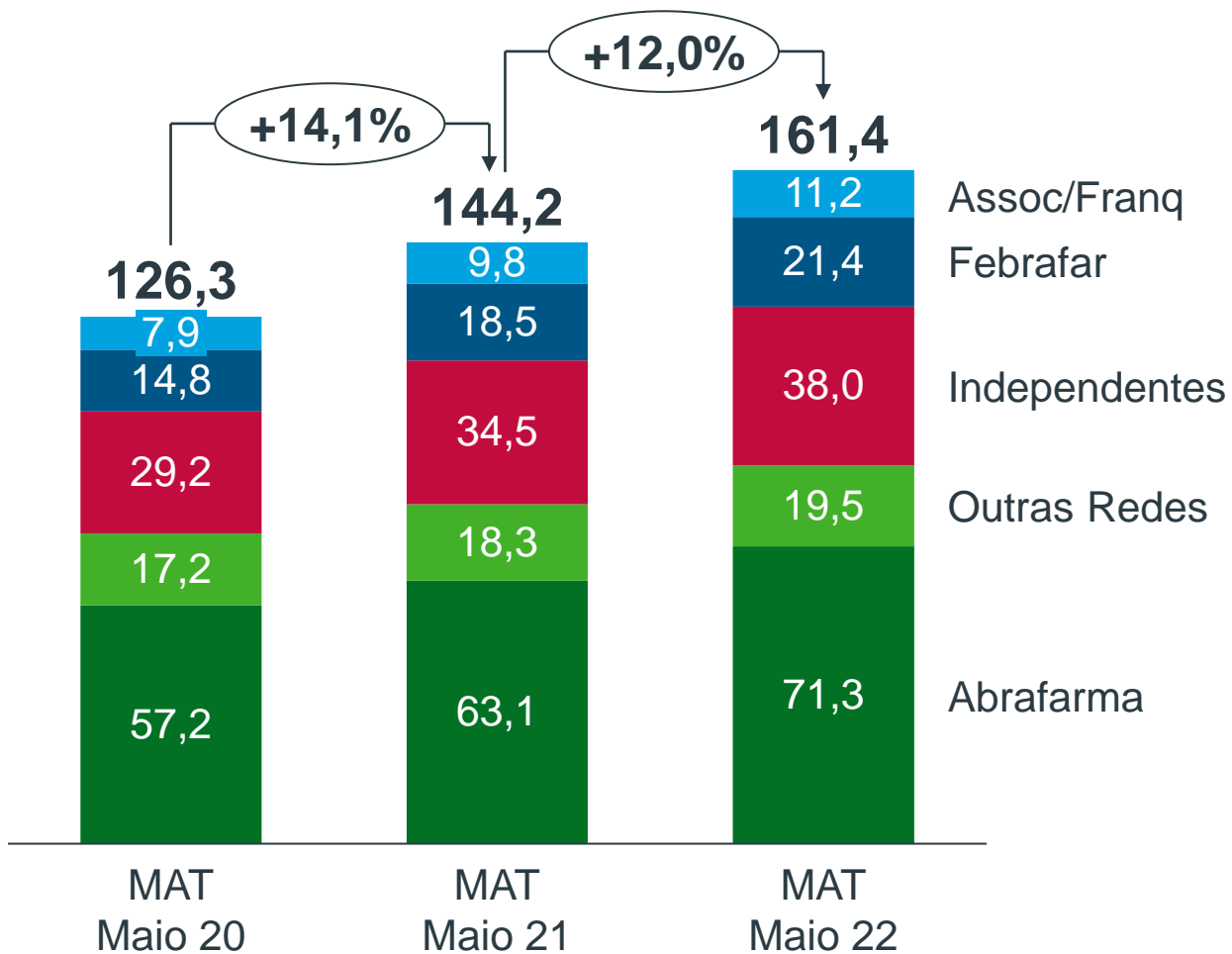
## Medicamentos de Prescrição Retail – Áreas terapêuticas que seguem crescendo

	Área Terapêutica	R\$ PPP MAT Mai 22 (bilhões)	Cresc. Unidades		Cresc. R\$ PPP	
			MAT Mai 2021 vs 20	MAT Mai 2022 vs 21	MAT Mai 2021 vs 20	MAT Mai 2022 vs 21
<i>Demanda + forte</i>  <i>Demanda - forte</i>	Diabetes	6,1	2,7%	9,6%	20,2%	34,3%
	Antibióticos/viral.	2,9	1,6%	7,2%	-9,9%	24,8%
	Anti-infl./Relax. Mus.*	3,8	4,6%	6,9%	4,7%	9,6%
	Oncológicos	1,8	6,1%	5,3%	-2,5%	39,4%
	Antiácidos/úlcer.	1,8	6,7%	5,0%	9,6%	18,9%
	Urológicos	1,5	13,5%	4,8%	10,8%	17,0%
	SNC	11,8	11,5%	4,2%	12,9%	13,7%
	Tireóide	0,7	4,3%	3,5%	7,3%	9,8%
	CV	9,8	2,4%	2,9%	10,2%	8,5%
	<b>Sub-total</b>	<b>40,4</b>	<b>5,0%</b>	<b>4,9%</b>	<b>9,4%</b>	<b>16,6%</b>

# O gasto na farmácia cresce, com migração de demanda de Independentes e Outras Redes para Abrafarma e Assoc./Franquias

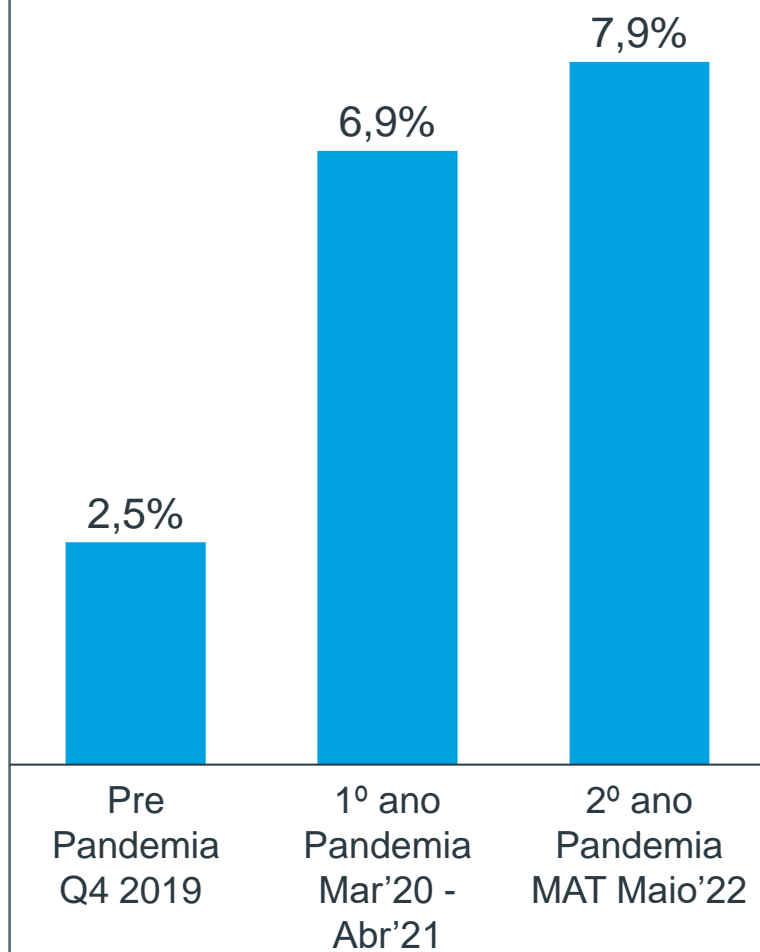
## Participação de vendas por sub-canal no Brasil

R\$ CPP – MAT Maio 2022



# As vendas online seguem crescendo e atingem 7,9% do total do canal varejo em maio/2022

## Participação do canal Retail Digital Commerce Base R\$ CPP



### Outros países

EUA	22%
Alemanha	19%
República Tcheca	13%
Rússia	10%
China	9%
Polônia	7%
Eslováquia	6%
Austrália	4%
Itália	4%

## Participação do canal Retail Digital Commerce

Base R\$ CPP – MAT Maio 2022

Penetração do online varia muito por UF e tipo de produto / medicamento

Medicamentos de prescrição	Antibióticos	Respiratório	Gineco e Uro	Onco e Imuno
	4,3%	5,6%	10,9%	25,1%
Consumer Health	Desodorante	Higiene Oral	Cuidados Face Derm	Nutricosm cabelo
	5,1%	5,1%	11,9%	19,1%
Estado	MS	RJ	CE	SC
	6,9%	8,9%	10,1%	13,8%

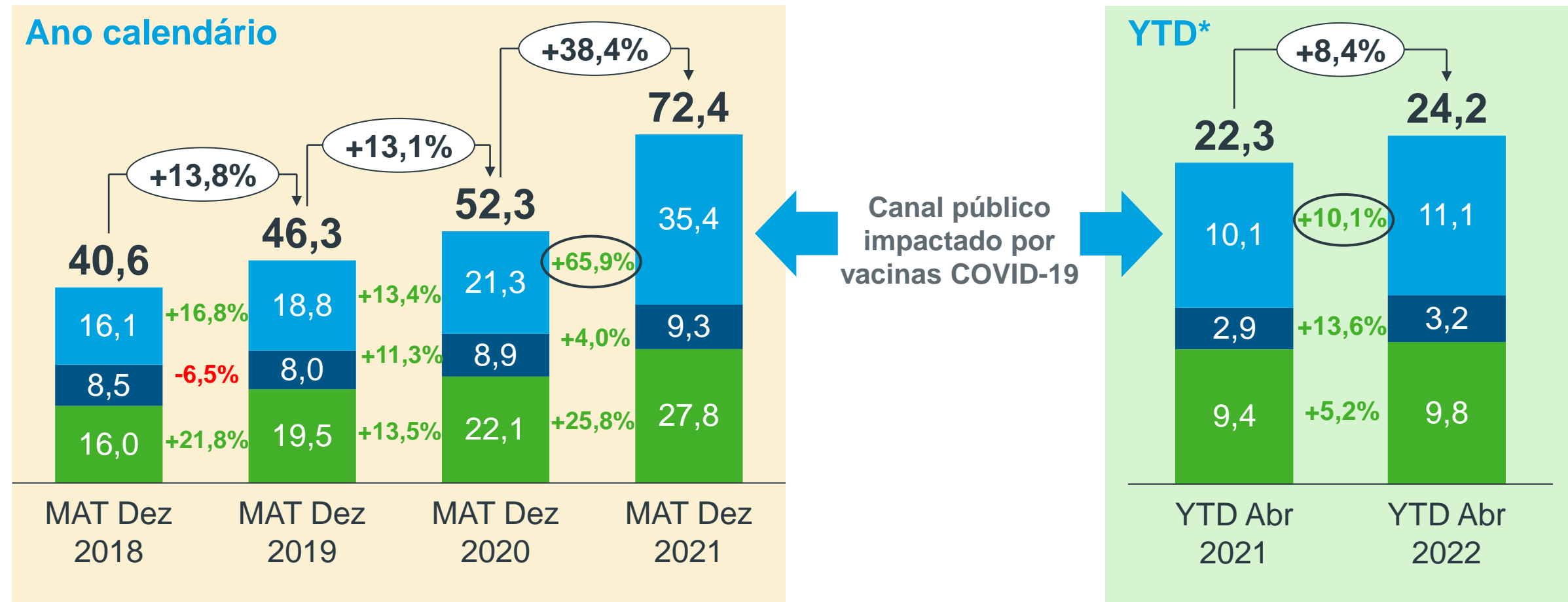
Menor → Maior

# Além das vacinas COVID, o Non-Retail é impactado no Q1 21 pela menor demanda de medicamentos usados na pandemia

## Mercado farmacêutico Non-Retail

R\$ bilhões @ R\$ HPP

■ Público
 ■ Outros
 ■ Privado



Fonte: NRC Brasil MAT Abril 2022 @ HPP (Hospital Purchase Price).

Canal Outros inclui "Não Especificados" e "Outros"

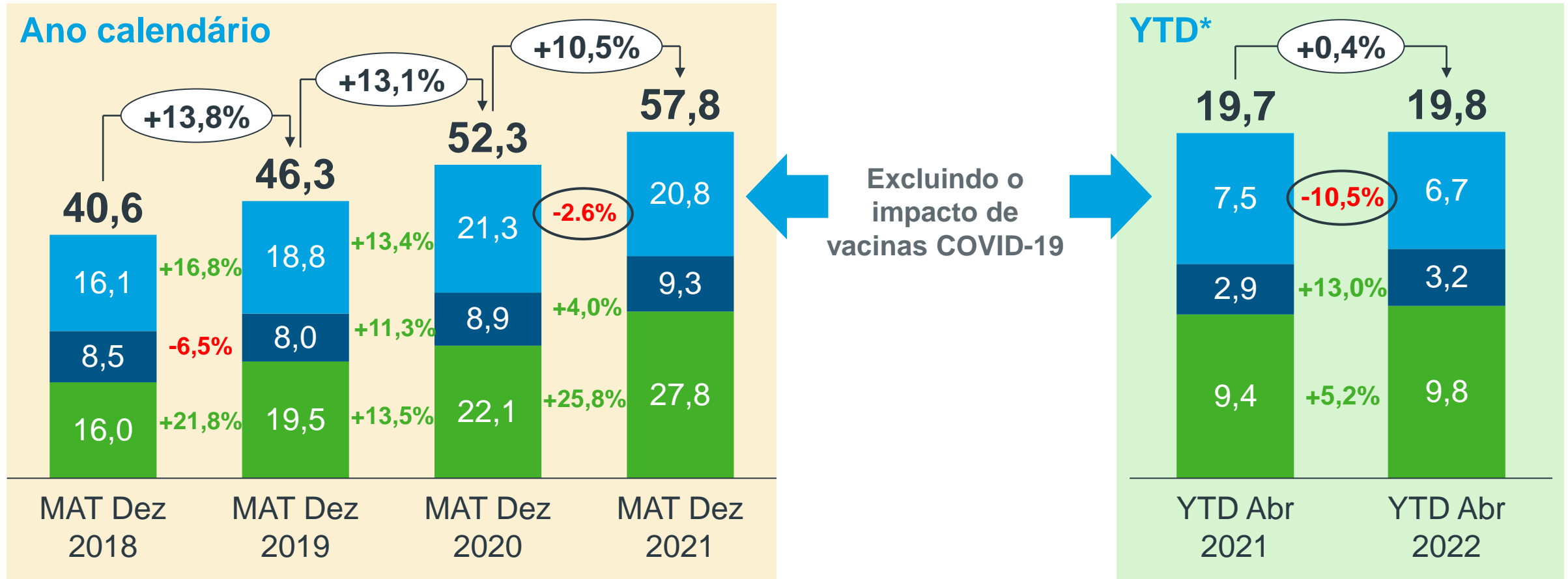
YTD = year to date (ano de 2022 até o mês mais recente)

# Excluindo as vacinas de COVID-19 (R\$15 bi em 2021), o mercado público sofreu uma grande retração

## Mercado farmacêutico Non-Retail

R\$ bilhões @ R\$ HPP

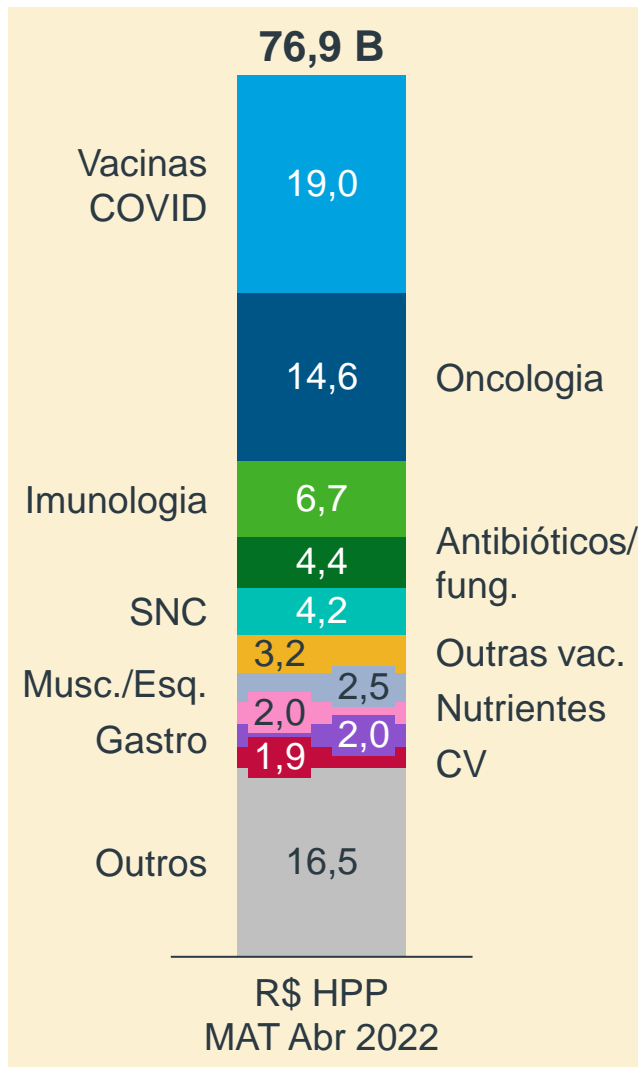
■ Público 
 ■ Outros 
 ■ Privado



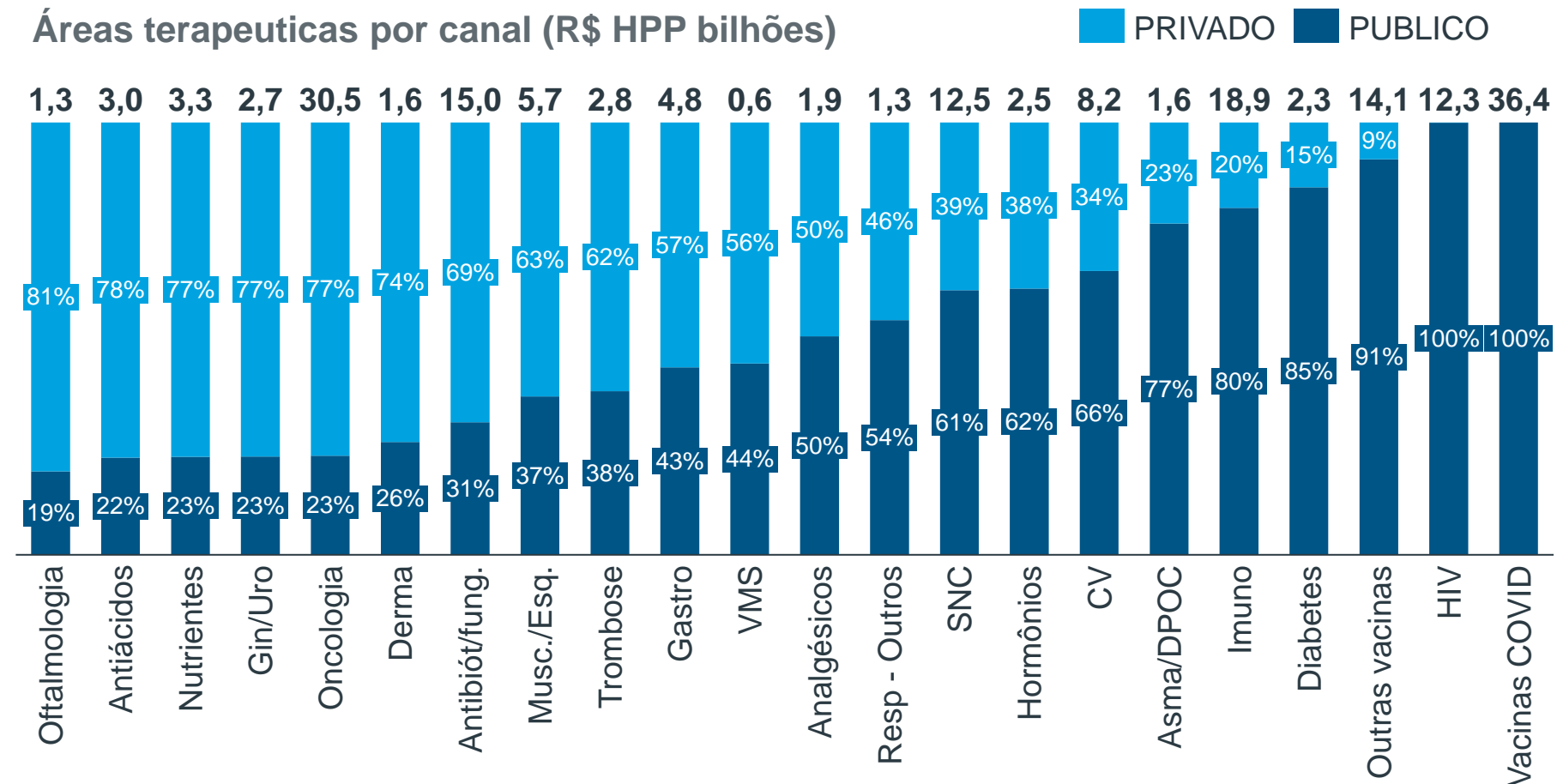
Fonte: NRC Brasil MAT Abril 2022 @ HPP (Hospital Purchase Price).  
 Canal Outros inclui "Não Especificados" e "Outros"  
 YTD = year to date (ano de 2022 até o mês mais recente)

# Vacinas COVID representam 25% do mercado Institucional

## Mercado farmacêutico por área terapêutica e canal – Non-Retail – R\$ HPP



### Áreas terapêuticas por canal (R\$ HPP bilhões)



# Diversas áreas terapêuticas estão se recuperando da queda sofrida durante a pandemia

Mercado Non-Retail – Áreas terapêuticas em recuperação

	Área Terapêutica	R\$ PPP MAT Abr 22 (bilhões)	Cresc. Unidades		Cresc. R\$ PPP		
			MAT Abr 21 vs 20	MAT Abr 22 vs 21	MAT Abr 21 vs 20	MAT Abr 22 vs 21	
<p>Recuperação + Forte</p> <p>↑</p> <p>↓</p> <p>Recuperação + Fraca</p>	Analgésicos*	0,7	-1,3%	35,4%	42,7%	14,4%	<p><b>Exemplos de inovações que contribuem para o crescimento no 2º ano (não exaustivo):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Imuno:</b> mABs</li> <li>• <b>SNC:</b> EM, AME</li> <li>• <b>Oftalmo:</b> mABs</li> <li>• <b>Gastro:</b> doenças raras</li> <li>• <b>Asma/DPOC:</b> mABs</li> </ul>
	Imunologia	6,7	0,4%	30,5%	23,7%	28,8%	
	Asma & DPOC	0,8	-7,5%	20,9%	3,1%	10,4%	
	CV	1,9	-0,4%	19,7%	13,8%	5,4%	
	Resp - Outros	0,6	-14,3%	15,8%	-16,4%	35,1%	
	Antiácidos/úlc.*	0,8	-4,1%	9,9%	19,2%	10,1%	
	Hormônios	1,2	-11,6%	9,7%	-21,9%	24,7%	
	Oftalmologia	0,7	-4,0%	8,1%	-6,5%	12,5%	
	Gastrologia	2,0	-0,1%	7,6%	9,6%	-1,4%	
	<b>Subtotal</b>	<b>15,3</b>	<b>-4,3%</b>	<b>17,4%</b>	<b>11,1%</b>	<b>17,4%</b>	

\* Crescimento advindo principalmente de moléculas maduras  
Fonte: IQVIA NRC Abril 2022



# Outras áreas conseguiram **manter o crescimento** durante a pandemia e a maioria acelerou no 2º ano

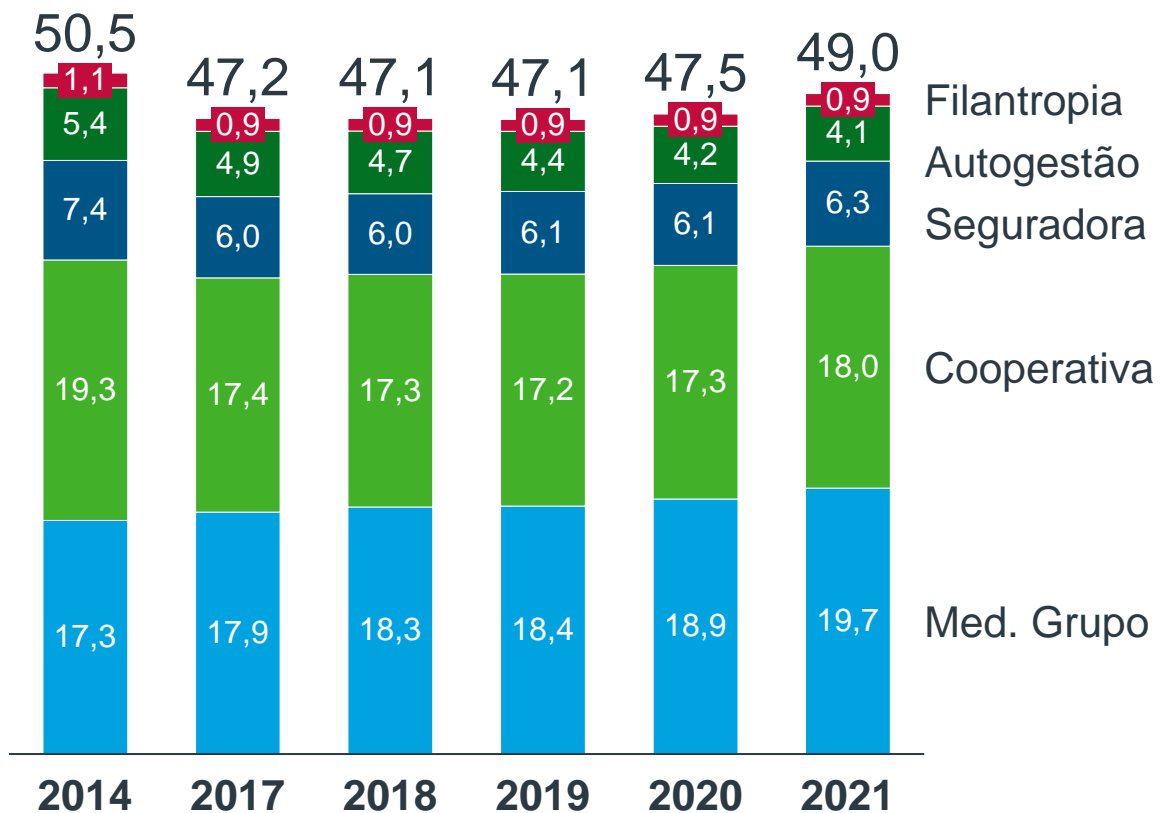
**Mercado Non-Retail** – Áreas terapêuticas que **mantiveram o crescimento**

	Área Terapêutica	R\$ PPP MAT Abr 22 (bilhões)	Cresc. Unidades		Cresc. R\$ PPP		
			MAT Abr 21 vs 20	MAT Abr 22 vs 21	MAT Abr 21 vs 20	MAT Abr 22 vs 21	
<p>Cresc. + Forte</p> <p>↑</p> <p>Cresc. + Fraco</p> <p>↓</p>	Nutrientes*	2,0	26,5%	19,1%	7,5%	28,0%	<p><i>Exemplos de inovações que contribuem para o crescimento no 2º ano (não exaustivo):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Onco: tratamentos orais, mABs</i></li> </ul>
	SNC	4,2	4,7%	10,3%	23,7%	10,5%	
	Derma*	0,9	1,6%	10,0%	25,2%	24,3%	
	Oncologia	14,6	6,5%	8,2%	9,7%	18,7%	
	Diabetes	0,9	2,9%	5,7%	25,1%	-11,3%	
	Musc./Esq.*	2,5	5,9%	3,4%	20,4%	18,9%	
	<b>Sub-total</b>	<b>25,1</b>	<b>5,8%</b>	<b>9,3%</b>	<b>13,9%</b>	<b>16,7%</b>	

\* Crescimento advindo principalmente de moléculas maduras  
Fonte: IQVIA NRC Abril 2022

# O processo de consolidação segue forte no setor privado, movido pela medicina de grupo / operadoras verticalizadas

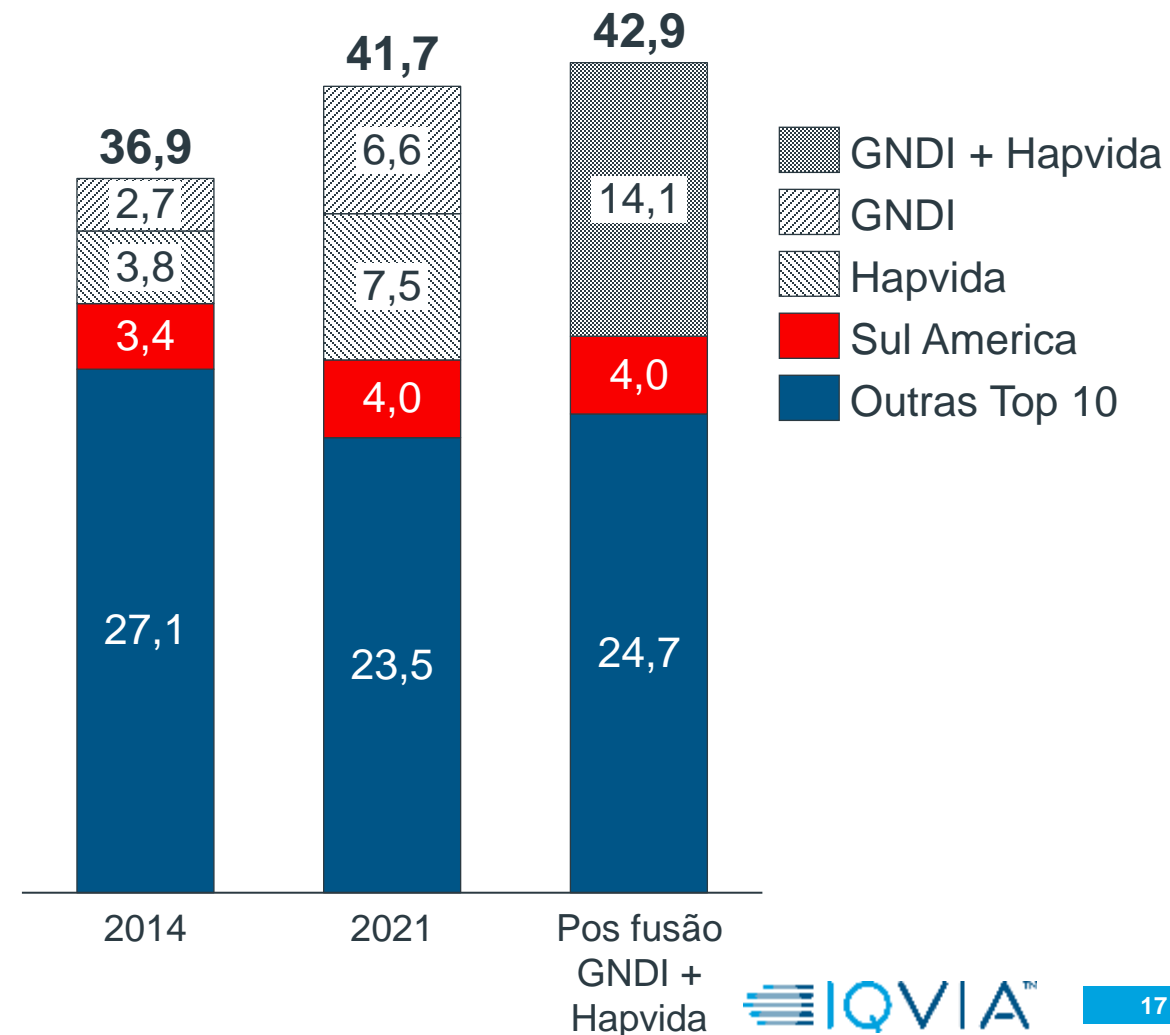
## Beneficiários por modalidade



### Número de operadoras totais

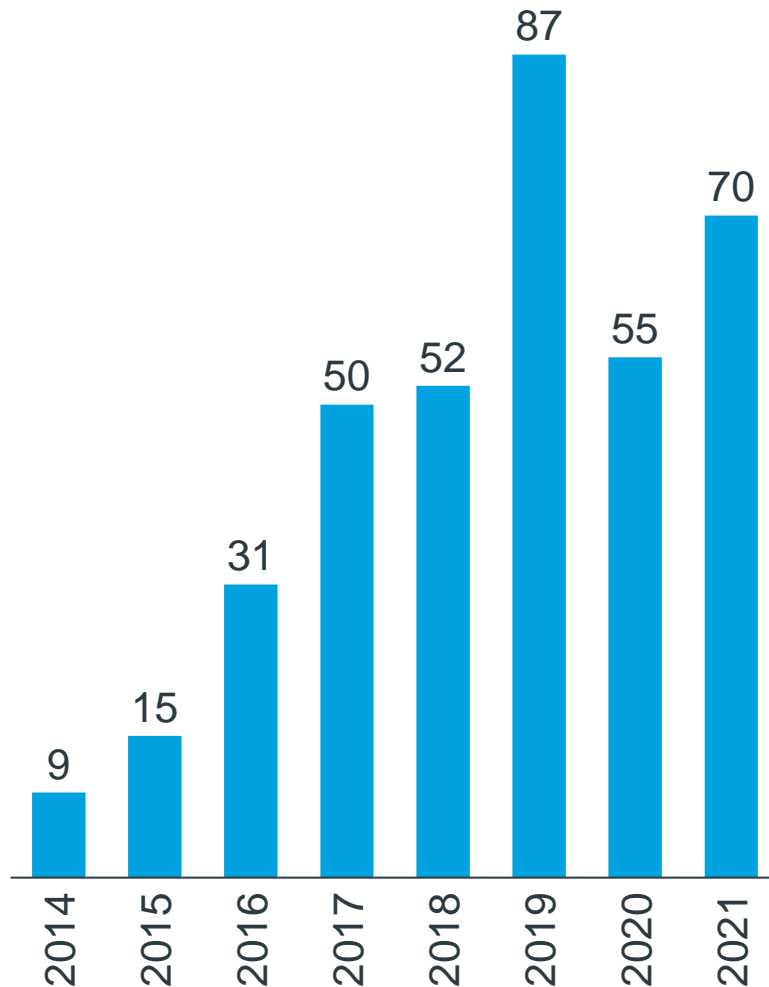
874	766	749	727	711	703
-----	-----	-----	-----	-----	-----

## % de vidas nas TOP 10 operadoras (% do total de beneficiários)



# Além da consolidação, notam-se movimentos de verticalização e aumento de escopo de tipos de serviços prestados

## Quantidade de fusões e aquisições no setor de saúde\*



## Exemplos de fusões e aquisições recentes

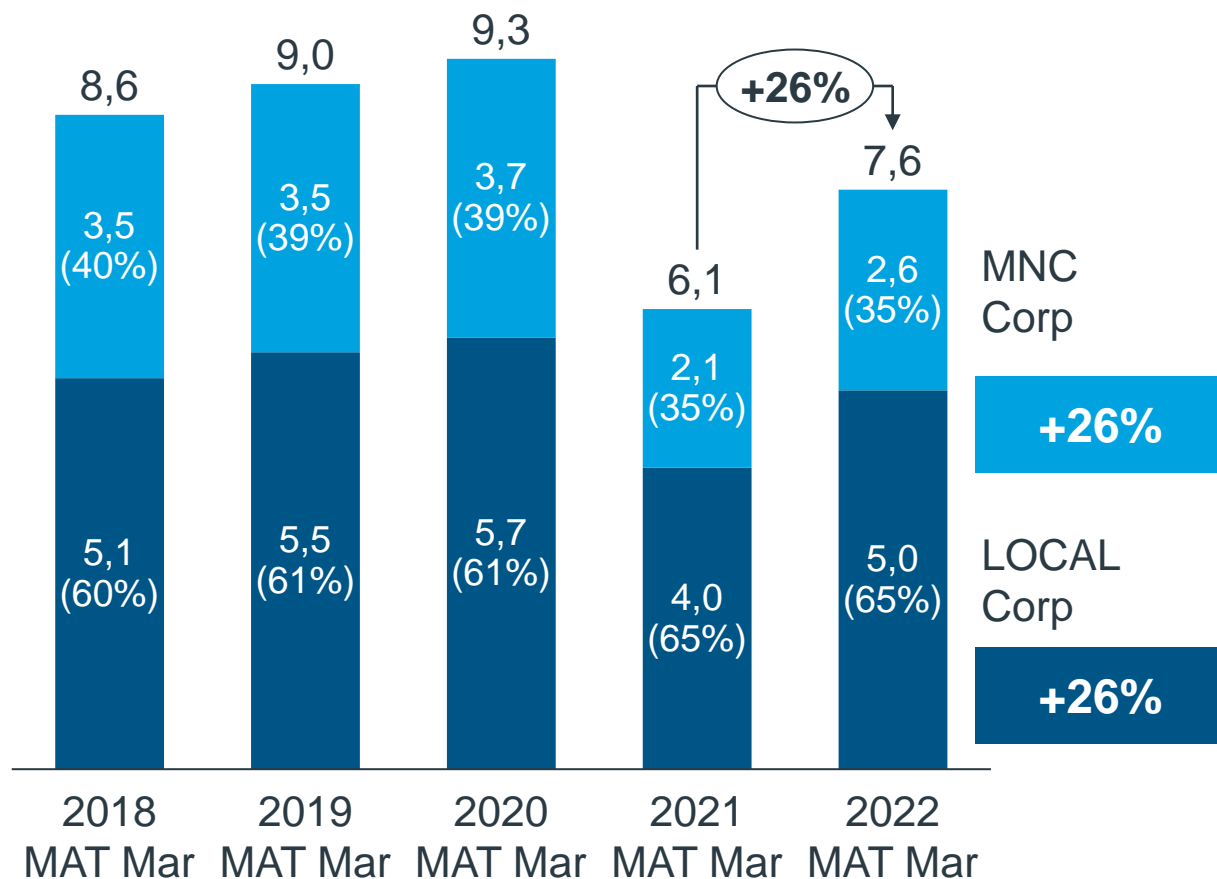
Empresa	IPO (R\$ bi)	Core business	Foco da expansão via aquisições
GNDI	2,7	Operadora verticalizada	Expansão via compra de operadoras e prestadores
Hapvida	3,4	Operadora verticalizada	Expansão via compra de operadoras e prestadores
Sul América	-	Seguradora	Expansão do core business
Rede D'Or	11,4	Rede hospitalar	Expansão do core business
Mater Dei	1,4	Rede hospitalar	Expansão do core business
Kora Saúde	0,8	Rede hospitalar	Expansão do core business
Oncoclínicas	3,6	Clínicas de oncologia	Expansão do core business + Cancer Centers
Dasa	3,3	Medicina diagnóstica	Criação de rede hospitalar (15 hospitais adquiridos)
Fleury	-	Medicina diagnóstica	Criação de ecosystema de saúde (ex. Vita em ortopedia, Clínicas de Oftalmologia, Centros de infusão)
Viveo	2,0	Insumos e serviços	Laboratórios, varejo, serviços, homecare, oncologia, B2C

Fusão

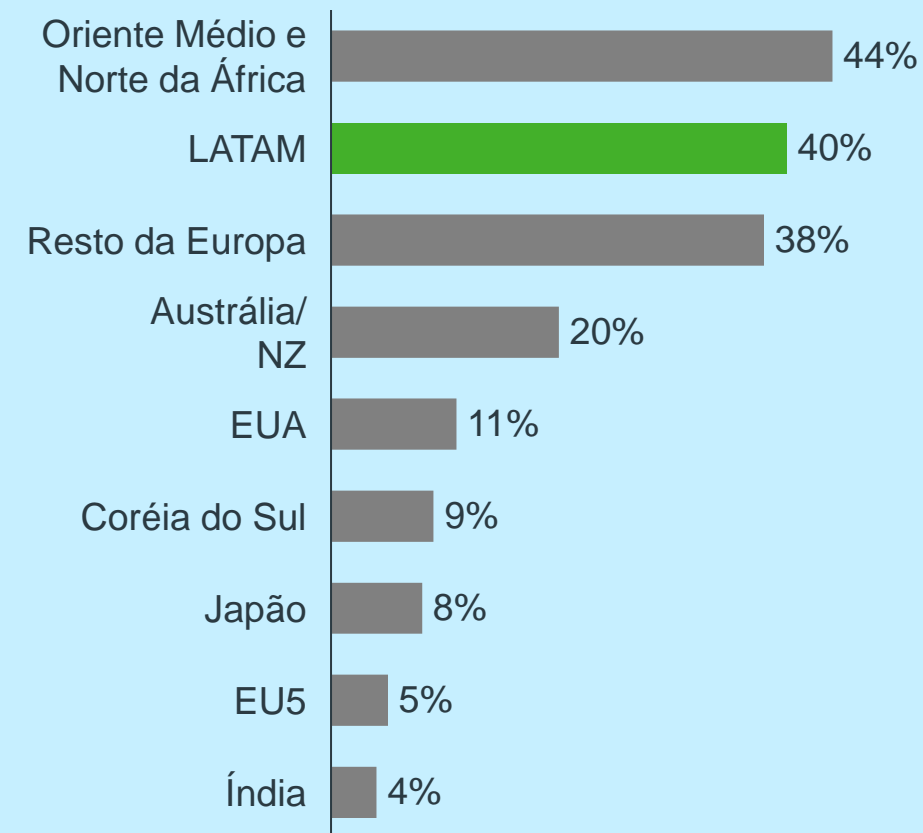
Compra

# O investimento promocional no Brasil está em recuperação – empresas locais já retornam aos níveis pré-COVID

## Investimento promocional no Brasil R\$ bilhões



## Crescimento do investimento promocional (Base R\$) MAT Feb 22 vs MAT Feb 21

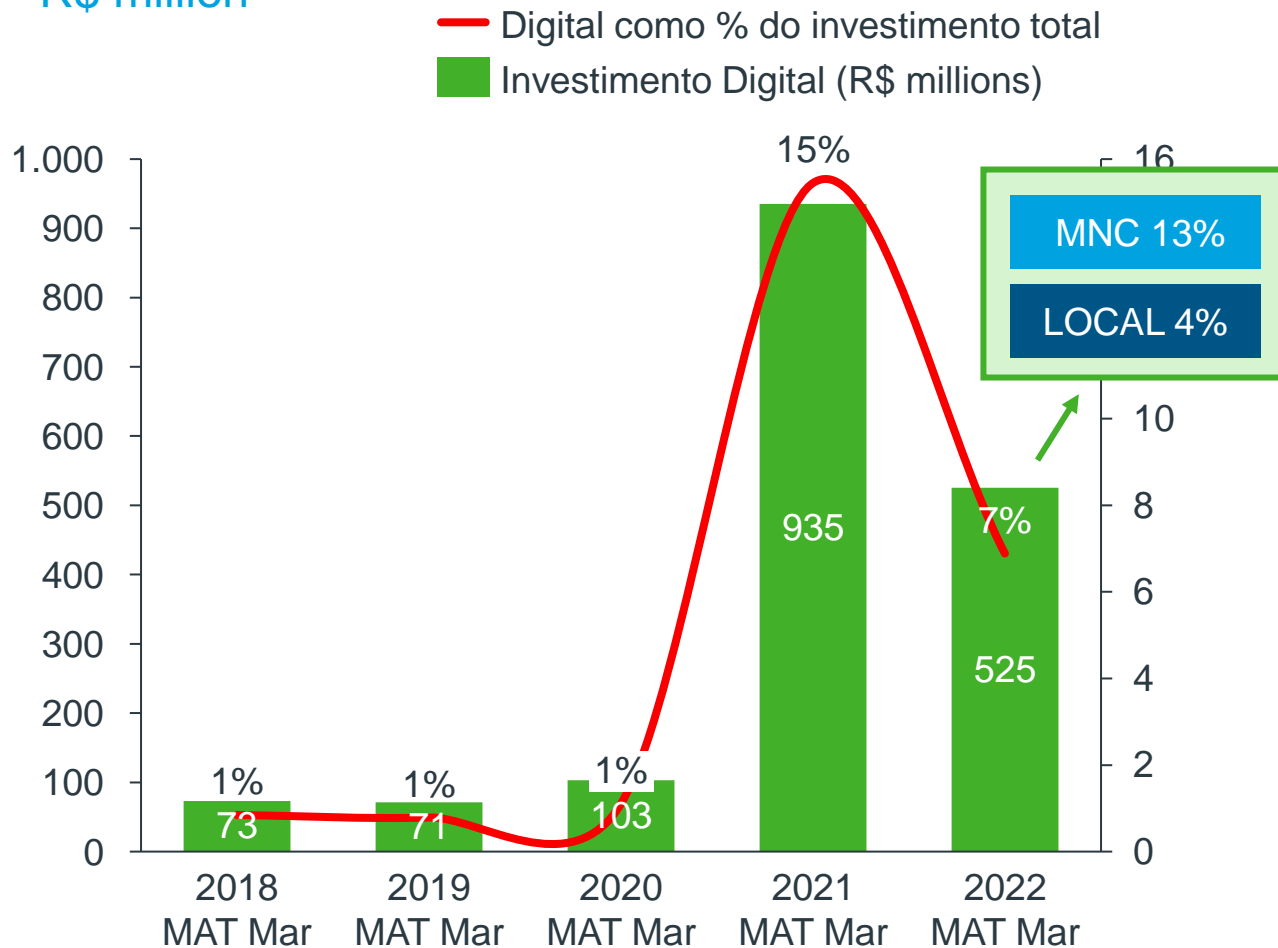


MNC = corporações multinacionais com base fora da América Latina

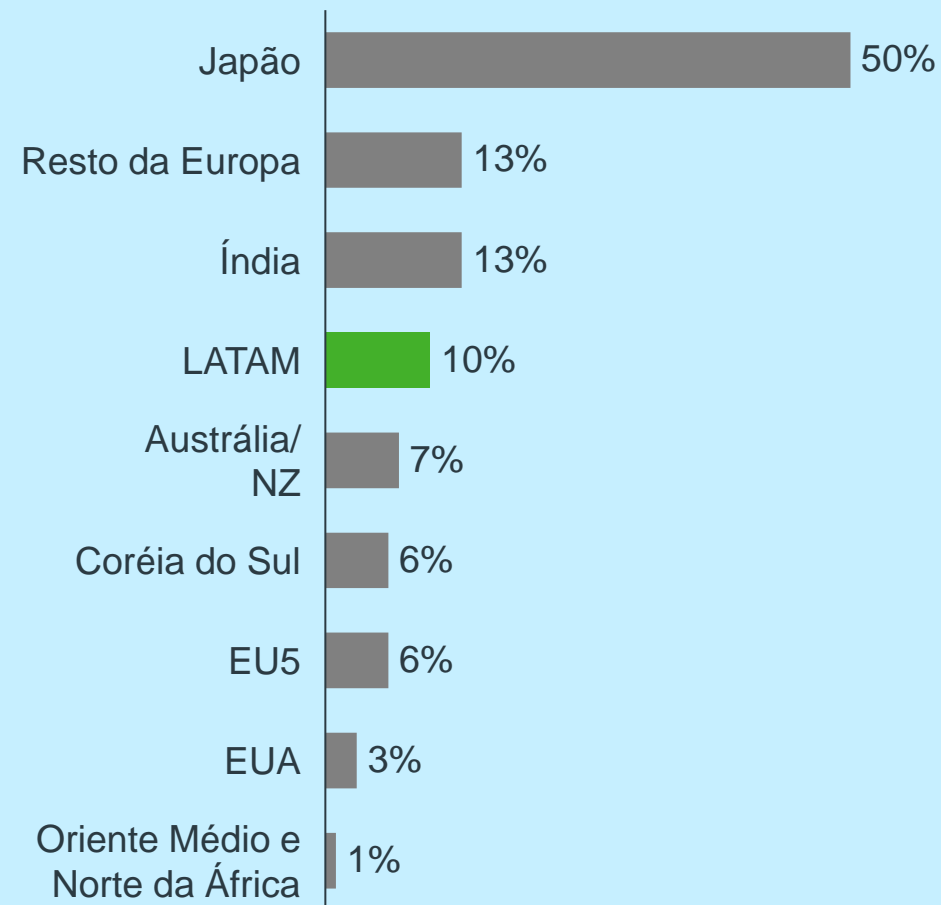
LOCAL = corporações nacionais ou multinacionais com base na América Latina

# O investimento promocional digital representa cerca de 7% do investimento total no Brasil

## Investimento promocional digital no Brasil R\$ million



## Digital como % do investimento total – MAT Fev 2022



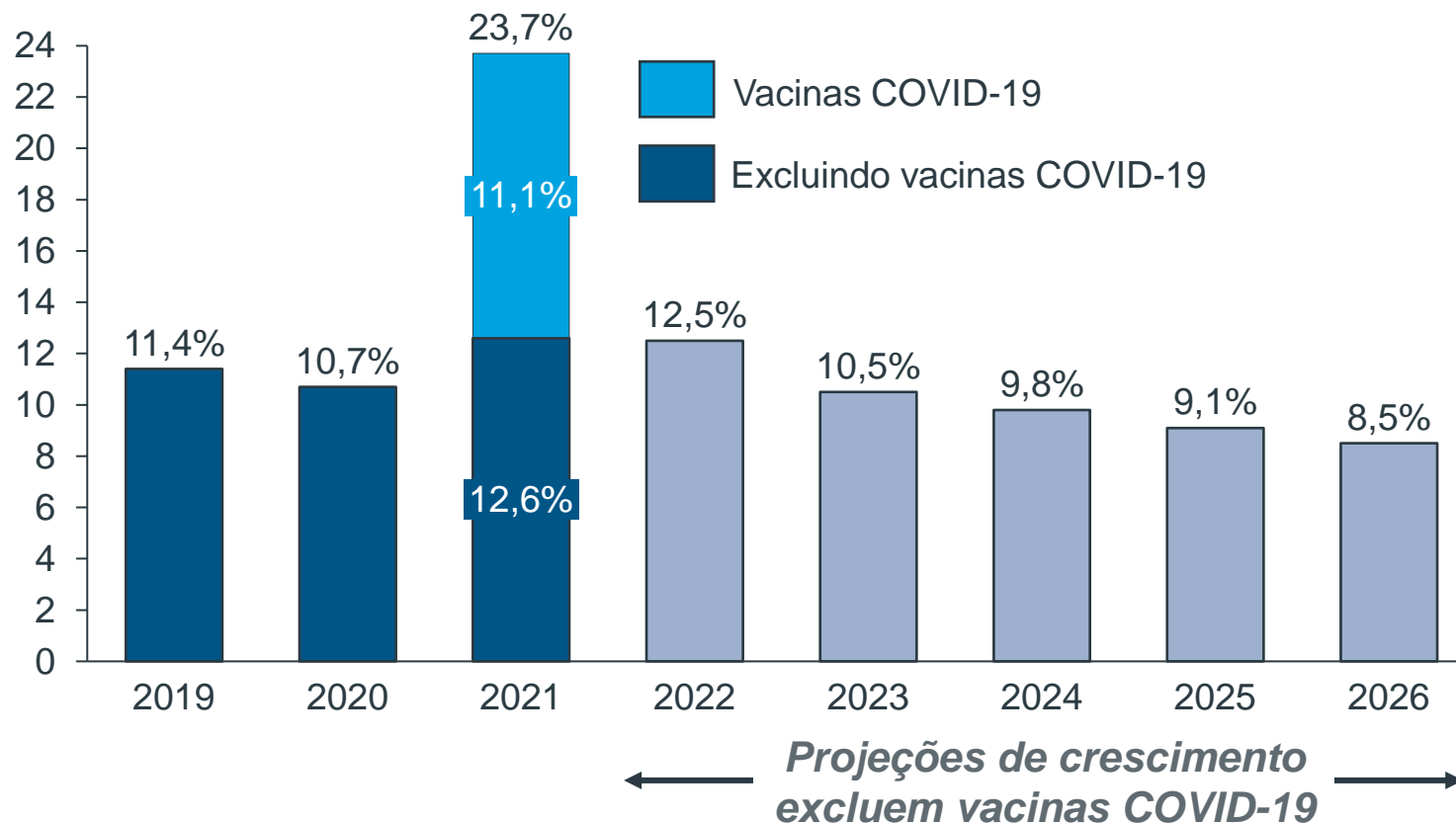
MNC = corporações multinacionais com base fora da América Latina

LOCAL = corporações nacionais ou multinacionais com base na América Latina

# O mercado de medicamentos no Brasil deve crescer entre 9-12% ao ano entre 2022 e 2026

## Taxa de crescimento do mercado – Retail + Non-Retail

% crescimento, R\$ PPP



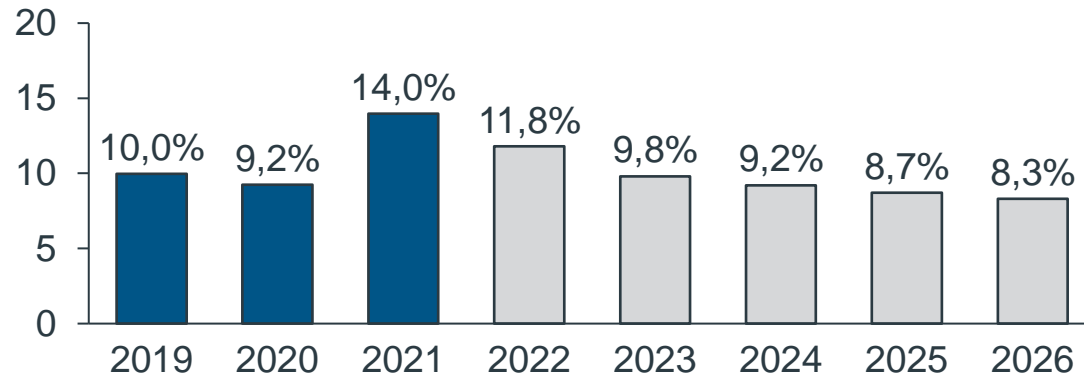
## Principais determinantes

- **Pressão demográfica** / envelhecimento populacional
- **Hábitos de vida** que propiciam maior incidência de doenças na terceira idade
- **Gradual recuperação econômica** pós COVID
- **Reversão parcial de alguns impactos da COVID-19**, principalmente durante 2022
- **Adoção de novas tecnologias** de forma mais acentuada no setor privado do que no público
- **Investimento externo no setor privado** (pagadores, prestadores) impulsiona consolidação e sofisticação
- Crescimento da adoção de **genéricos no canal varejo** e **biossimilares no canal institucional**

# Espera-se crescimento tanto no Retail como no canal Institucional

## Crescimento do mercado Retail

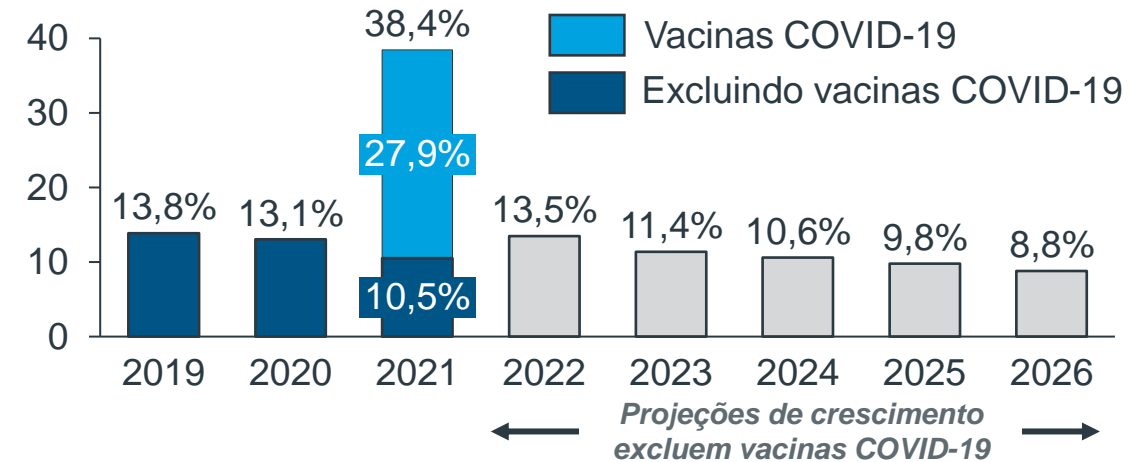
% crescimento, R\$ PPP



- Envelhecimento populacional e hábitos de vida impulsionam demanda por medicamentos
- Recuperação gradual nos níveis de renda devido à lenta recuperação econômica
- Gasto incremental direcionado principalmente para genéricos e similares
- Adoção de novas tecnologias em parcelas menores da população
- Alguma manutenção do incremento de aderência em terapias crônicas / preventivas função da pandemia, porém provável perda de volumes em segmentos com altos picos de demanda durante a pandemia
- Aceleração de genéricos e similares nos primeiros anos da projeção devido à mudanças no Artigo 40

## Crescimento do mercado Institucional

% crescimento, R\$ HPP



- Lenta recuperação econômica impactando mercado público
- Gradual retomada de vidas cobertas por planos privados devido à retomada do emprego formal e novas ofertas de planos individuais
- Retorno do paciente à cirurgias eletivas
- Retomada do diagnóstico e tratamento de doenças de maior complexidade
- Adoção de inovação em terapias de alta complexidade, em especial no canal privado
- Investimento externo no setor privado
- Maior adoção de genéricos e biossimilares



# *As dinâmicas e tendências do mercado farmacêutico no Brasil*

30 de junho de 2022

Sydney Clark  
[sydney.clark@iqvia.com](mailto:sydney.clark@iqvia.com)



# Projeções mercado total

## Retail + Non-Retail Market

<b>Growth (%)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
<b>R\$ PPP / R\$ HPP</b>	12,5%	10,5%	9,8%	9,1%	8,5%

## Retail Market

<b>Growth (%)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
<b>Units</b>	4,5%	4,4%	4,1%	3,9%	3,6%
<b>Standard Units</b>	4,4%	4,4%	4,3%	4,1%	3,9%
<b>R\$ List Price</b>	12,4%	10,3%	10,0%	9,7%	9,4%
<b>R\$ PPP</b>	11,8%	9,8%	9,2%	8,7%	8,3%

## Non-Retail Market

<b>Growth (%)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
<b>R\$ HPP</b>	13,5%	11,4%	10,6%	9,8%	8,8%

# Retail – projeções por modelo de negócio

Retail Market					
Growth (%)	2022	2023	2024	2025	2026
<b>Units</b>					
Trade (Rx + MIP/CH)	3-6%	3-6%	2-5%	2-5%	2-5%
INN Generic (Rx + MIP/CH)	6-9%	6-9%	5-8%	4-7%	4-7%
OTC Brand	3-6%	3-6%	2-5%	2-5%	2-5%
Rx Mature Promoted	1-4%	1-4%	1-4%	0-3%	0-3%
Rx Exclusive	6-9%	5-8%	4-7%	4-7%	4-7%
<b>Standard Units</b>					
Trade (Rx + MIP/CH)	3-5%	3-5%	3-5%	3-5%	3-5%
INN Generic (Rx + MIP/CH)	6-9%	5-8%	5-8%	4-7%	4-7%
OTC Brand	2-5%	2-5%	2-5%	1-4%	1-4%
Rx Mature Promoted	2-5%	2-5%	1-4%	1-4%	1-4%
Rx Exclusive	4-7%	4-7%	4-7%	3-6%	3-6%
<b>R\$ List Price</b>					
Trade (Rx + MIP/CH)	10-13%	7-10%	7-10%	6-9%	6-9%
INN Generic (Rx + MIP/CH)	14-17%	11-14%	11-14%	11-14%	11-14%
OTC Brand	9-12%	6-9%	6-9%	6-9%	5-8%
Rx Mature Promoted	6-9%	5-8%	5-8%	4-7%	4-7%
Rx Exclusive	21-24%	19-22%	19-22%	17-20%	16-19%
<b>R\$ PPP</b>					
Trade (Rx + MIP/CH)	7-10%	5-8%	5-8%	5-8%	4-7%
INN Generic (Rx + MIP/CH)	15-18%	11-14%	11-14%	10-13%	10-13%
OTC Brand	9-12%	6-9%	6-9%	5-8%	5-8%
Rx Mature Promoted	6-9%	6-9%	5-8%	5-8%	3-7%
Rx Exclusive	23-26%	18-21%	17-20%	17-20%	16-19%

# Institucional – projeções por canal

## Non-Retail Market

<b>Growth (%)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
<b>R\$ HPP</b>	<b>13,5%</b>	<b>11,4%</b>	<b>10,6%</b>	<b>9,8%</b>	<b>8,8%</b>
<b>Public</b>	<b>8-11%</b>	<b>5-8%</b>	<b>5-8%</b>	<b>5-8%</b>	<b>5-8%</b>
<b>Private</b>	<b>14-17%</b>	<b>13-16%</b>	<b>11-14%</b>	<b>10-13%</b>	<b>8-11%</b>