

Produtos Farmacêuticos - Brasil - Janeiro 2016

Preço do relatório: £2466.89 | \$3995.00 | €3133.71

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.



“A fim de ter dinheiro suficiente para comprar medicamentos, idosos e quase idosos podem precisar trabalhar depois da aposentadoria. Diante disso, varejistas e marcas poderiam educar os consumidores sobre a melhor forma de administrar seu dinheiro e de se preparar para o futuro. O preço de produtos e serviços desempenha um papel importante.”

– Andre Euphrasio, Analista de Pesquisa

Este relatório responde às seguintes questões:

- Visando uma população em envelhecimento
- Visando MI Ps e vitaminas para homens e mulheres esportistas

Diferentes ferramentas devem ser oferecidas pelas marcas e pelos varejistas para ajudar os clientes a monitorar sua saúde. Além da oferta de preços mais baixos e promoções especiais, tais serviços podem agregar valor e expandir os serviços aos consumidores.

COMPRE ESTE
Relatório agora

VISITE:
store.mintel.com

LIGUE:
EMEA
+44 (0) 20 7606 4533

Brasil
0800 095 9094

Américas
+1 (312) 943 5250

China
+86 (21) 6032 7300

APAC
+61 (0) 2 8284 8100

EMAIL:
reports@mintel.com

Você sabia?

Este relatório é parte de uma série de relatórios produzidos para lhe proporcionar uma visão mais holística do mercado

Produtos Farmacêuticos - Brasil - Janeiro 2016

Preço do relatório: £2466.89 | \$3995.00 | €3133.71

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Sumário

Visão Geral

- O que você precisa saber
- Produtos abrangidos neste relatório

Resumo Executivo

O mercado

Mercado de MIPs cresceu 10% em 2014

Figura 1: Previsão de vendas de medicamentos isentos de prescrição médica, por valor, Brasil, 2010-20

Mercado de vitaminas e minerais cresceu 12% em 2014

Estimativa de crescimento do mercado de MIPs para 2015 é de 7,5%

Fatores que irão influenciar o mercado

Empresas e marcas

EMS é líder com 12,3% de participação de mercado em valor

Figura 2: Participação dos líderes de vendas no varejo de MIPs, por valor, Brasil, 2013-14

Não ingeridos são de longe formato mais popular entre medicamentos isentos de prescrição; cápsulas são as mais usadas para vitaminas

O consumidor

Medicamentos vendidos sob prescrição são os mais comprados em farmácias

Figura 3: Compra de medicamentos vendidos sob prescrição médica, por idade, novembro de 2015

Localização e preço baixo são os fatores mais importantes

Figura 4: Fatores mais importantes na decisão de onde comprar, por idade, novembro de 2015

41% gostariam de utilizar quiosques que oferecem exame de saúde

Mais jovens são fiéis a marcas; mais velhos são orientados pelo preço

O que pensamos

Tópicos Centrais

Visando uma população em envelhecimento

Os fatos

As implicações

Figura 5: Produtos focados em consumidores maduros, Laboratorios Excelentia, Argentina, 2014-15

Visando MIPs e vitaminas para homens e mulheres esportistas

Os fatos

As implicações

Figura 6: MIPs destinados ao alívio de dores musculares para esportistas, global, 2015

Figura 7: Suplementos à base de proteínas, global, 2015

O Mercado – O que Você Precisa Saber

Mercado de MIPs cresceu 10% em 2014

Mercado de vitaminas e minerais cresceu 12% em 2014

Estimativa de crescimento do mercado de MIPs para 2015 é de 7,5%

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: store.mintel.com
 LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094
 Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300
 APAC +61 (0) 2 8284 8100 |
 EMAIL: reports@mintel.com

Produtos Farmacêuticos - Brasil - Janeiro 2016

Preço do relatório: £2466.89 | \$3995.00 | €3133.71

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Preços estão subindo para os consumidores
Envelhecimento da população
Governo está terminando um de seus benefícios mais populares

Tamanho do Mercado e Previsão

Desempenho de mercado

Figura 8: Vendas no varejo de medicamentos isentos de prescrição, por valor, Brasil, 2010-14

Figura 9: Vendas no varejo de vitaminas e minerais, por valor, Brasil, 2010-14

Desempenho de segmento

Figura 10: Lançamentos de novos produtos incluídos no segmento de alívio da dor, Brasil, 2010-15

Figura 11: Lançamentos de novos produtos incluídos no segmento de alívio da dor, Brasil, 2015

Figura 12: Lançamentos de novos produtos incluídos no segmento de medicamentos descongestionantes, para tosse, resfriado e gripe, Brasil, 2010-15

Figura 13: Lançamentos de novos produtos incluídos no segmento de medicamentos descongestionantes, para tosse, resfriado e gripe, Brasil, 2015

Figura 14: Lançamentos incluídos no segmento de produtos dermatológicos, Brasil, 2010-15

Figura 15: Lançamentos incluídos no segmento de produtos dermatológicos, Brasil, 2015

Figura 16: Lançamentos incluídos no segmento de produtos gastrointestinais, Brasil, 2010-15

Figura 17: Lançamentos incluídos no segmento de produtos gastrointestinais, Brasil, 2015

Figura 18: Valor das vendas no varejo de MIPs, em R\$ bilhões, por segmento, Brasil, 2013-14

Figura 19: Valor das vendas no varejo de vitaminas e minerais, em R\$ bilhões, por segmento, Brasil, 2013-14

Previsão para o mercado de medicamentos isentos de prescrição

Figura 20: Previsão de vendas de medicamentos isentos de prescrição médica, por valor, Brasil, 2010-20

Fatores que irão Influenciar o Mercado

Aumento dos preços para os consumidores
Envelhecimento da população
A economia passa por um momento ruim
O governo está encerrando um de seus benefícios mais populares
O Brasil é um importante mercado da indústria fitness e de bem-estar
Figura 21: Número de academias no Brasil, 2008-18
Dietas da moda resultam em consumo insuficiente de vitaminas

Empresas Líderes – O que Você Precisa Saber

EMS é líder com 12,3% de participação de mercado em valor
Devido ao grande número de lançamentos de novos produtos, o mercado de vitaminas e minerais permanece competitivo
Não ingeridos são de longe formato mais popular entre MIPs
Cápsulas são as mais usadas para vitaminas e suplementos

Participação de Mercado

Mercado de MIPs é muito competitivo; EMS lidera com 12,3%
Caixa de remédio musical para promover a marca
Figura 22: Participação dos líderes de vendas no varejo de MIPs, por valor, Brasil, 2013-14
Devido ao grande número de lançamentos de novos produtos, o mercado de vitaminas e minerais permanece competitivo

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: store.mintel.com
LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094
Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300
APAC +61 (0) 2 8284 8100 |
EMAIL: reports@mintel.com

Produtos Farmacêuticos - Brasil - Janeiro 2016

Preço do relatório: £2466.89 | \$3995.00 | €3133.71

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Figura 23: Participação dos líderes de vendas no varejo de vitaminas e minerais, por valor, Brasil, 2013-14

Quem está inovando?

Não ingeridos são de longo formato mais popular entre MIPs

Figura 24: Lançamentos de novos medicamentos isentos de prescrição*, por formato, Brasil, 2013-15

Figura 25: Lançamentos de novos medicamentos isentos de prescrição*, Brasil, 2015

Figura 26: Medicamentos isentos de prescrição focados em conveniência, Brasil, 2015

Cápsulas ainda são as mais usadas para vitaminas e suplementos

Figura 27: Lançamentos de novos produtos de vitaminas e suplementos, por formato, Brasil, 2013-15

Figura 28: Formatos alternativos na categoria de vitaminas e suplementos, Brasil, 2015

Produtos para crianças lideram novos lançamentos

Figura 29: Lançamentos de novos produtos para grupos demográficos específicos, Brasil, 2015

Figura 30: Lançamentos de novos produtos para grupos demográficos específicos, Brasil, 2015

Figura 31: Novos lançamentos de MIPs, vitaminas e suplementos, por grupo demográfico, Brasil, 2013-15

Inovações no mercado de vitaminas e suplementos pelo mundo

Figura 32: Novos lançamentos de vitaminas e suplementos, por formato, mundo, 2013-15

Figura 33: Novos lançamentos de vitaminas e suplementos, por benefício à saúde, Mundo, 2013-15

Figura 34: Novas vitaminas e suplementos com benefícios funcionais de saúde, mundo, 2015

Vitaminas e suplementos focados em crianças

Figura 35: Novas vitaminas e suplementos focados em crianças, mundo, 2015

Figura 36: Árvore da vida ou baobá se torna popular na Europa, Europa, 2014-15

Outros lançamentos interessantes pelo mundo

Figura 37: Novos lançamentos de vitaminas e suplementos, mundo, 2014-15

O Consumidor – O que Você Precisa Saber

Medicamentos sob prescrição são os mais comprados em farmácias

Medicamentos isentos de prescrição estão sendo menos comprados

Vitaminas e suplementos são mais utilizados por consumidores jovens

Localização e preço baixo são os fatores mais importantes

Classe AB favorece localização; DE dá mais importância ao preço

Disponibilidade de medicamentos genéricos é importante para 21%

Quiosques de autoexame são procurados

Autodiagnóstico online é feito por 26% dos entrevistados

Serviços de atendimento online são os mais desejados

Mais jovens são fiéis a marcas; mais velhos são orientados pelo preço

Autenticidade dos produtos é uma prioridade importante

Hábitos de Compra

Medicamentos sob prescrição médica são os mais comprados em farmácias

Figura 38: Compra de medicamentos vendidos sob prescrição médica, por idade, novembro de 2015

Medicamentos isentos de prescrição médica estão sendo menos comprados

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: store.mintel.com

LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

EMAIL: reports@mintel.com

Produtos Farmacêuticos - Brasil - Janeiro 2016

Preço do relatório: £2466.89 | \$3995.00 | €3133.71

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Figura 39: Compra de medicamentos isentos de prescrição médica, por idade, novembro de 2015

Vitaminas e suplementos são mais utilizados por consumidores jovens

Figura 40: Compra de suplementos e vitaminas, por idade, novembro de 2015

Dermocosméticos e produtos de beleza vendidos em farmácias/drogarias são mais populares entre jovens adultos

Figura 41: Hábitos de compra em farmácias/drogarias, novembro de 2015

Farmácias/drogarias se beneficiam mais de consumidores AB

Aumentando as receitas a partir de outros produtos

Figura 42: Hábitos de compra em farmácias/drogarias, julho de 2014 e novembro de 2015

Fatores Mais Importantes na Decisão de Onde Comprar

Localização e preço baixo são os fatores mais importantes

Figura 43: Fatores mais importantes na decisão de onde comprar, por idade, novembro de 2015

Preços competitivos e promoções são essenciais

Classe AB favorece localização; DE dá mais importância ao preço

Figura 44: Fatores mais importantes na hora de comprar, por grupo socioeconômico, novembro de 2015

Atraindo fidelidade

Disponibilidade de medicamentos genéricos é importante para 21%

Figura 45: Fatores mais importantes na decisão de onde comprar, novembro de 2015

Interesse em Serviços/Produtos

Serviços aprimorados para gerenciamento da saúde

Quiosques de autoexame são procurados

Figura 46: Interesse em quiosques de farmácias/drogarias que oferecem exames de saúde, como temperatura, pressão arterial e frequência cardíaca, por gênero e idade, novembro de 2015

Figura 47: Interesse em serviços/produtos, novembro de 2015

Autodiagnóstico online é feito por 26% dos entrevistados

Serviços de atendimento online são os mais desejados

Aplicativos de saúde são desejados por 31%

Figura 48: Interesse em serviços/produtos, novembro de 2015

Dispositivos de rastreamento ainda são usados por uma minoria

Smartphone para idosos

Figura 49: Interesse em dispositivos de monitoramento da saúde (ex. Nike Fuelband ou Fitbit) que colhem dados, como padrões de sono e exercícios físicos, por gênero e idade, novembro de 2015

Comportamento em Relação à Compra em Farmácias/Drogarias

Enquanto os consumidores mais velhos são orientados pelo preço, consumidores mais jovens são mais fiéis a determinadas marcas

Enquanto homens buscam marcas, mulheres optam por remédios com desconto

Figura 50: Comportamento em relação à compra em farmácias/drogarias, por gênero e idade, novembro de 2015

Autenticidade dos produtos é uma prioridade importante

Melhorando a experiência do consumidor

Figura 51: Comportamento em relação à compra em farmácias/drogarias, novembro 2015

Apêndice – Tamanho do Mercado e Previsão

Figura 52: Valor das vendas de medicamentos isentos de prescrição, 2010-20

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: store.mintel.com

LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

EMAIL: reports@mintel.com

Produtos Farmacêuticos - Brasil - Janeiro 2016

Preço do relatório: £2466.89 | \$3995.00 | €3133.71

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Apêndice – Quem está Inovando?

Figura 53: Lançamentos de novas vitaminas e suplementos, por tipo de formato, mundo, 2013-15

Figura 54: Lançamentos de novas vitaminas e suplementos, por tipo de formato, Brasil, 2013-15

Figura 55: Lançamentos de novos medicamentos isentos de prescrição, por tipos de formato, Brasil, 2013-15

Apêndice – Metodologia e Definições

Metodologia da previsão

Abreviações

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: store.mintel.com

LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

EMAIL: reports@mintel.com