IQVIA Monitor Semanal

Evolução das vendas no canal Farmácia de Medicamentos e Consumer Health

Semana 22 a 31 de Outubro 2026

IQVIA PORTUGAL

© 2026. All rights reserved. IQVIA® is a registered trademark of IQVIA Inc. in the United States, the European Union, and various other countries.

Destaques da semana 22-31 Outubro vs semana homóloga no canal Farmácia

Semana 40: Dia 22 a 31/10/2026

3%

Mercado Total

Na última semana, o canal Farmácia cresceu 3% em volume (Un) e 7% em valor (Eur SP)

4%

Total De Prescrição

O total de vendas com prescrição cresceu 4% em volume (Un Rx) e 9% em valor (Eur SP Rx)

7%

Regional

A região de ALGARVE foi a região que mais cresceu em vendas em volume (7% Un) no mercado farmacêutico

3%

Mercado Farmacêutico

O mercado farmacêutico cresceu 3% em volume (Un) e 8% em valor (Eur SP)

7%

Consumer Health

O mercado de CH cresceu 7% em volume (Un) e 9% em valor (Eur SP)

19%

Top 10 Moléculas

Representam 19% do total de vendas (Un) no mercado farmacêutico, com o Paracetamol a liderar.

Mês sempre com 4 semanas contadas da seguinte forma: Dia 1 a 7; Dia 8 a 14; Dia 15 a 21; Dia 22 ao final do mês (variável)

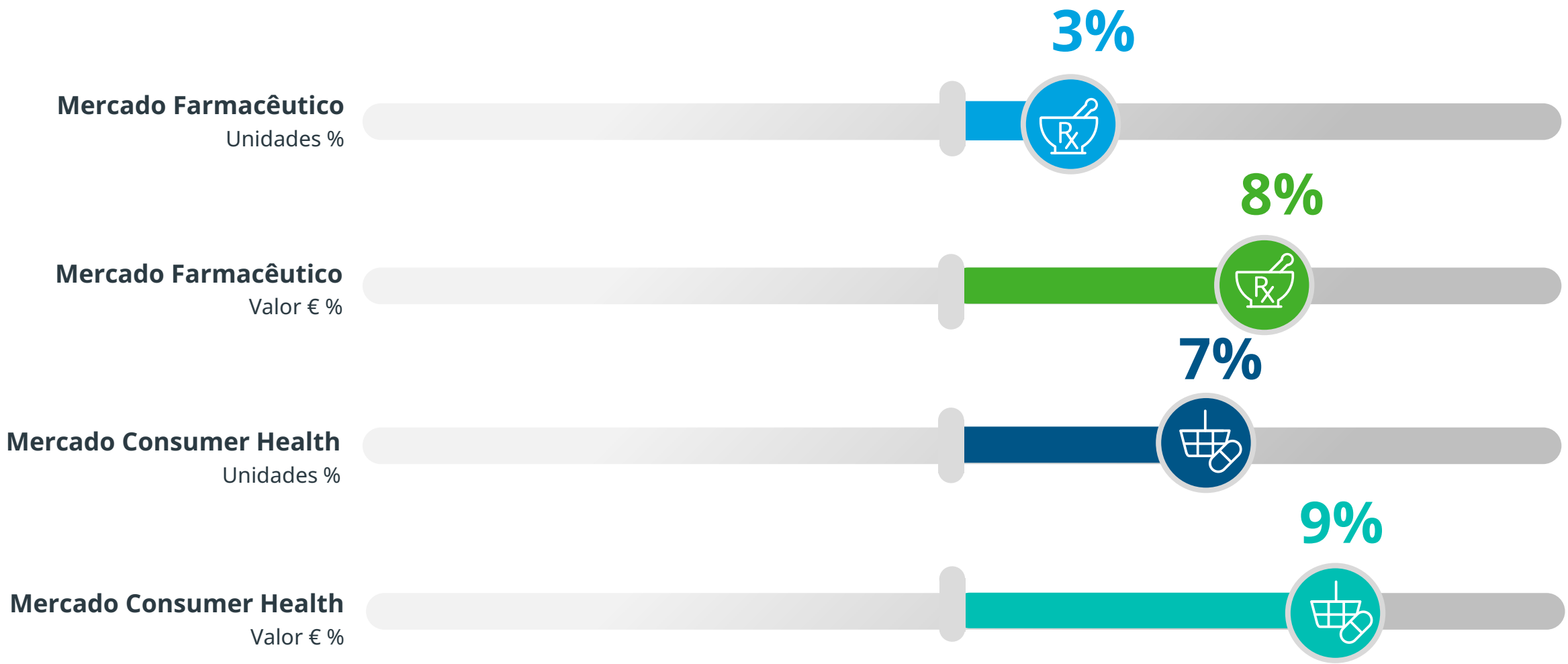
Fonte: IQVIA Portugal, PharmaScope XTrend (Weekly Sell-out, Powered by FlexView). Canal Farmácia. Não distribuir/ reenviar.

Índice

- Overview do semanal do mercado Farmacêutico e Consumer Health (crescimento e QM%)
- Evolução semanal do mercado Farmacêutico na Farmácia (UN, EUR SP)
- Evolução semanal do mercado de Consumer Health na Farmácia (Un, EUR SP)

Crescimento das vendas em Farmácia vs Semana homóloga

Semana 40: Dia 22 a 31/10/2026



Mês sempre com 4 semanas contadas da seguinte forma: Dia 1 a 7; Dia 8 a 14; Dia 15 a 21; Dia 22 ao final do mês (variável); **Mercado farmacêutico:** MSRM e MNSRM (Todas ATCs); **Mercado CH:** OTC, PEC, PAC e NTR (NECs 01 a 97)

Fonte: IQVIA Portugal, PharmaScope XTrend (Weekly Sell-out, Powered by FlexView). Canal Farmácia. Não distribuir/ reenviar.

Share do M. Farmacêutico vs Consumer Health em Farmácia

Semana 40: Dia 22 a 31/10/2026

27%

Mercado Consumer Health



73%

Mercado Farmacêutico

Mês sempre com 4 semanas contadas da seguinte forma: Dia 1 a 7; Dia 8 a 14; Dia 15 a 21; Dia 22 ao final do mês (variável); **Mercado farmacêutico:** MSRM e MNSRM (Todas ATCs); **Mercado CH:** OTC, PEC, PAC e NTR (NECs 01 a 97)

Fonte: IQVIA Portugal, PharmaScope XTrend (Weekly Sell-out, Powered by FlexView). Canal Farmácia. Não distribuir/ reenviar.



Evolução semanal do mercado Farmacêutico na Farmácia (Un, Eur SP):

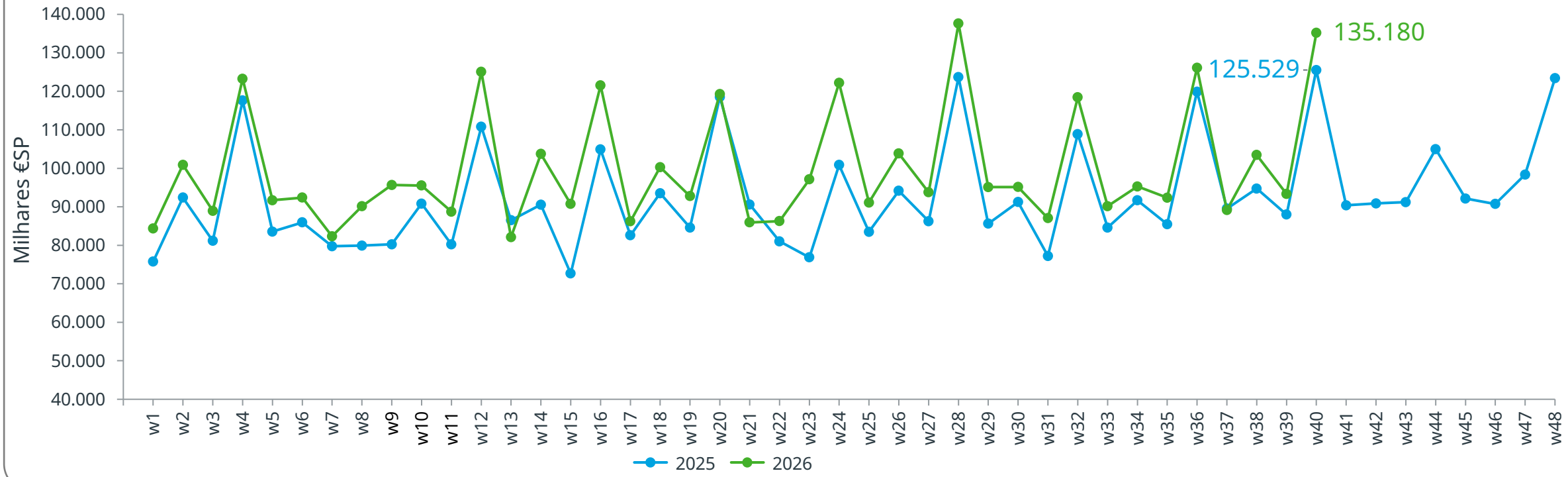
- TOP 30 ATC3
- TOP 30 Moléculas

Evolução semanal do Mercado Farmacêutico na Farmácia

Mercado Farmacêutico (MSRM e MNSRM), vendas Valor (Eur SP)

W40: 22-31 Outubro

KPI	Valor
Última semana % +/- vs Semana anterior	44.8%
Última semana % +/- vs Semana homóloga	7.7%



Mês sempre com 4 semanas contadas da seguinte forma: Dia 1 a 7; Dia 8 a 14; Dia 15 a 21; Dia 22 ao final do mês (variável)

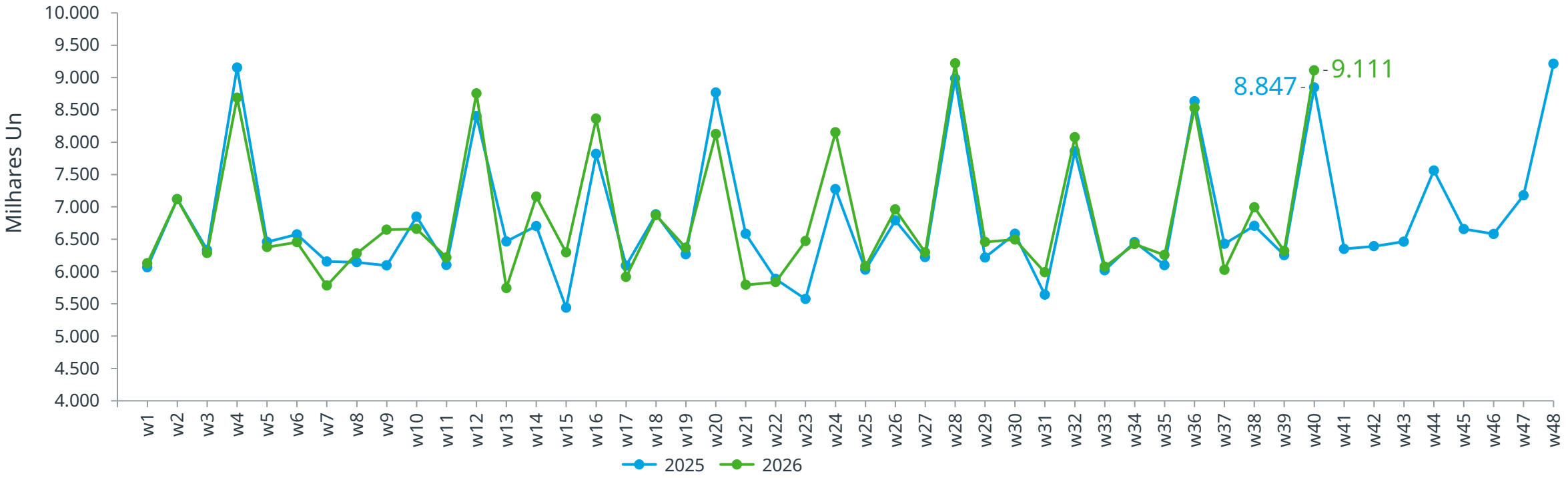
Fonte: IQVIA Portugal, PharmaScope XTrend (Weekly Sell-out, Powered by FlexView). Canal Farmácia. Não distribuir/ reenviar.

Evolução semanal do Mercado Farmacêutico na Farmácia

Mercado Farmacêutico (MSRM e MNSRM), vendas Unidades

W40: 22-31 Outubro

KPI	Unidades
Última semana % +/- vs Semana anterior	44.2%
Última semana % +/- vs Semana homóloga	3.0%



Mês sempre com 4 semanas contadas da seguinte forma: Dia 1 a 7; Dia 8 a 14; Dia 15 a 21; Dia 22 ao final do mês (variável)

Fonte: IQVIA Portugal, PharmaScope XTrend (Weekly Sell-out, Powered by FlexView). Canal Farmácia. Não distribuir/ reenviar.

Ranking das Top Classes do Mercado Farmacêutico na Farmácia

W40: 22-31 Outubro

TOP 30 ATC3 em Valor vendidas e Ranking de crescimento (%) na semana

Classes Terapêuticas ATC3	Ranking Vendas Eur	Cres. %PY Eur
A10S AGONISTAS DA GLP-1	1	54.7%
A10P A-DIABETIC OR-INIB SGLT2	2	-8.1%
B01F INIB DIRECTOS FACTOR XA	3	1.7%
N06A A-DEPRES/ESTABILIZ HUMOR	4	7.2%
C09D ANTAGON ANGIOTENS II ASS	5	4.6%
C10A PROD REGULADOR LIPIDICOS	6	-3.3%
C10C REG.LIPIDOS ASSOCIACOES	7	13.4%
N02B ANALG N/NARCOTIC/A-PIRET	8	7.2%
T02D TESTES DE DIABETES	9	21.3%
A02B ANTIULCEROSOS	10	-2.3%
N05A ANTIPSICOTICOS	11	-2.2%
M01A A-REUMATICOS N/ESTEROID	12	2.3%
R03L A-COLINERG+AGON B2 ASSOC	13	9.2%
A10N INIBIDORES DA DPP-IV	14	-3.0%
A10C INSULINAS HUMANAS/ANALOG	15	-2.0%

Classes Terapêuticas ATC3	Ranking Vendas Eur	Cres. %PY Eur
R03F AGON B2+CORTICOIDES ASS	16	3.6%
A08A PREP A-OBES EX PROD DIET	17	119.8%
C09B INIBIDORES ECA ASSOC	18	1.0%
N03A ANTIEPILEPTICOS	19	-2.1%
R01A PREP PARA USO NASAL TOP	20	28.2%
G04C PRODUTOS USADOS NA HBP	21	0.3%
R05A PREP CONT RESF S/A-INFEC	22	62.1%
G03A CONTRACEPTIV HORMON SIST	23	5.7%
N05C TRANQUILIZANTES	24	-5.2%
N06B PSYCOESTIMULANTES	25	27.1%
M02A ANTIREUMATICOS/ANALG TOP	26	-0.8%
R06A A-HISTAMINICOS USO SIST	27	20.3%
C09C ANTAGON ANGIOTENS II SIM	28	0.3%
B01C INIB AGREGACAO PLAQUETAR	29	-4.4%
V07A TOD REST PROD N/TERAPEUT	30	9.3%

Ranking Vendas Un – ranking top 30 ATC3 Vendas unidades na última semana
Cresc. %PY Un – ranking do crescimento % unidades (última semana vs homóloga)

Mês sempre com 4 semanas contadas da seguinte forma: Dia 1 a 7; Dia 8 a 14; Dia 15 a 21; Dia 22 ao final do mês (variável)

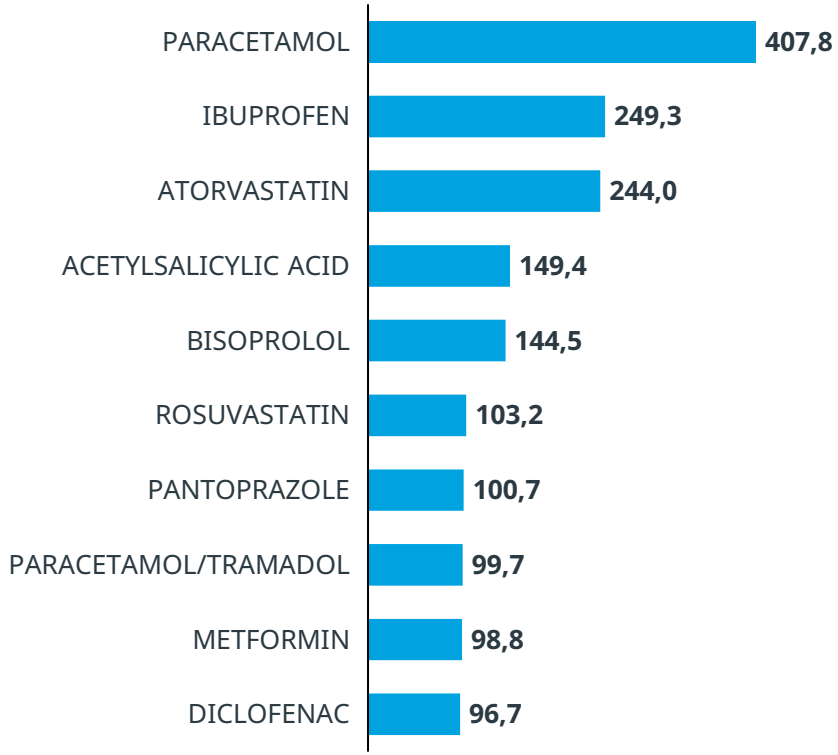
Fonte: IQVIA Portugal, PharmaScope XTrend (Weekly Sell-out, Powered by FlexView). Canal Farmácia. Não distribuir/ reenviar.

Ranking das Top Moléculas do Mercado Farmacêutico na Farmácia

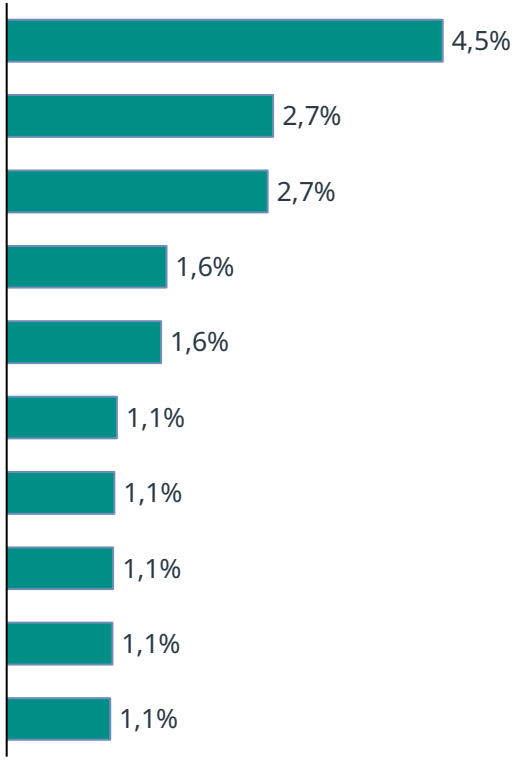
W40: 22-31 Outubro

TOP 10 moléculas em unidades vendidas, quota de mercado e crescimento vs semana homóloga

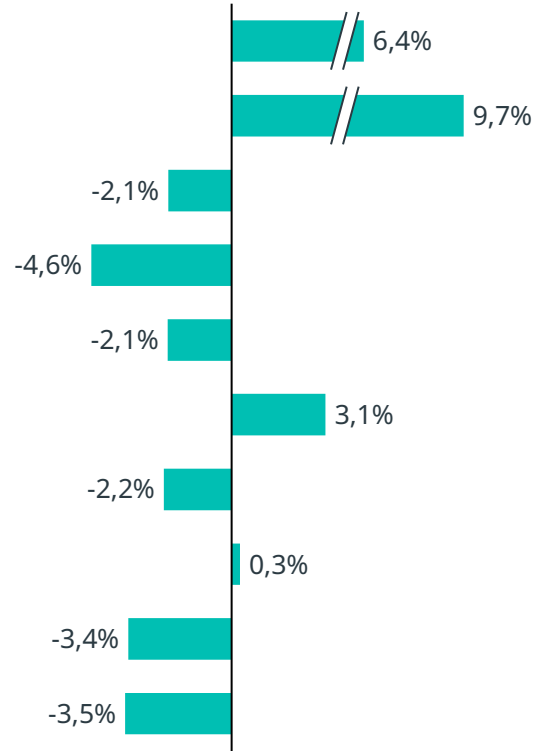
Top 10 Moléculas no canal Farmácia (Mil de Unidades)



Quota de Mercado (% Unidades)



Crescimento (%PYG, unidades)



Mês sempre com 4 semanas contadas da seguinte forma: Dia 1 a 7; Dia 8 a 14; Dia 15 a 21; Dia 22 ao final do mês (variável)

Fonte: IQVIA Portugal, PharmaScope XTrend (Weekly Sell-out, Powered by FlexView). Canal Farmácia. Não distribuir/ reenviar.



Evolução semanal do mercado de Consumer Health na Farmácia (Un, Eur SP)

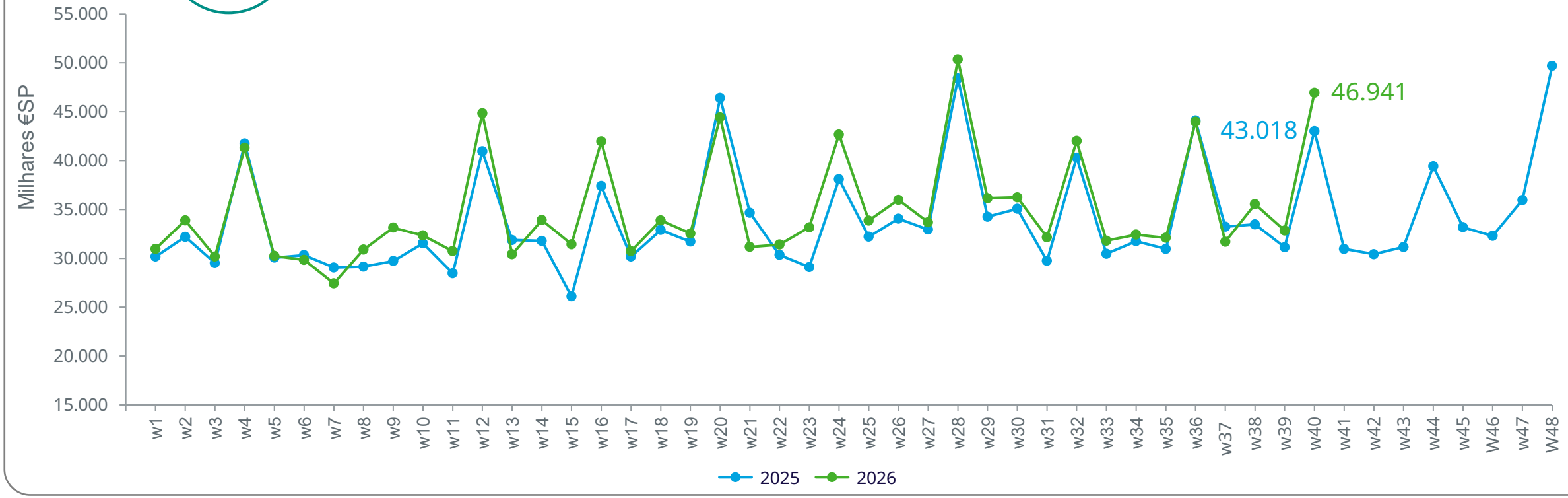
- Evolução semanal dos segmentos de Consumer Health (OTC, PAC, PEC, NUT)
- TOP 30 NEC3

Evolução semanal do mercado Consumer Health (Eur) na Farmácia

Mercado CH (MNSRM e outros produtos de saúde), vendas Valor (Eur SP)

W40: 22-31 Outubro

KPI	Valor
Última semana % +/- vs Semana anterior	42.8%
Última semana % +/- vs Semana homóloga	9.1%



Mês sempre com 4 semanas contadas da seguinte forma: Dia 1 a 7; Dia 8 a 14; Dia 15 a 21; Dia 22 ao final do mês (variável)

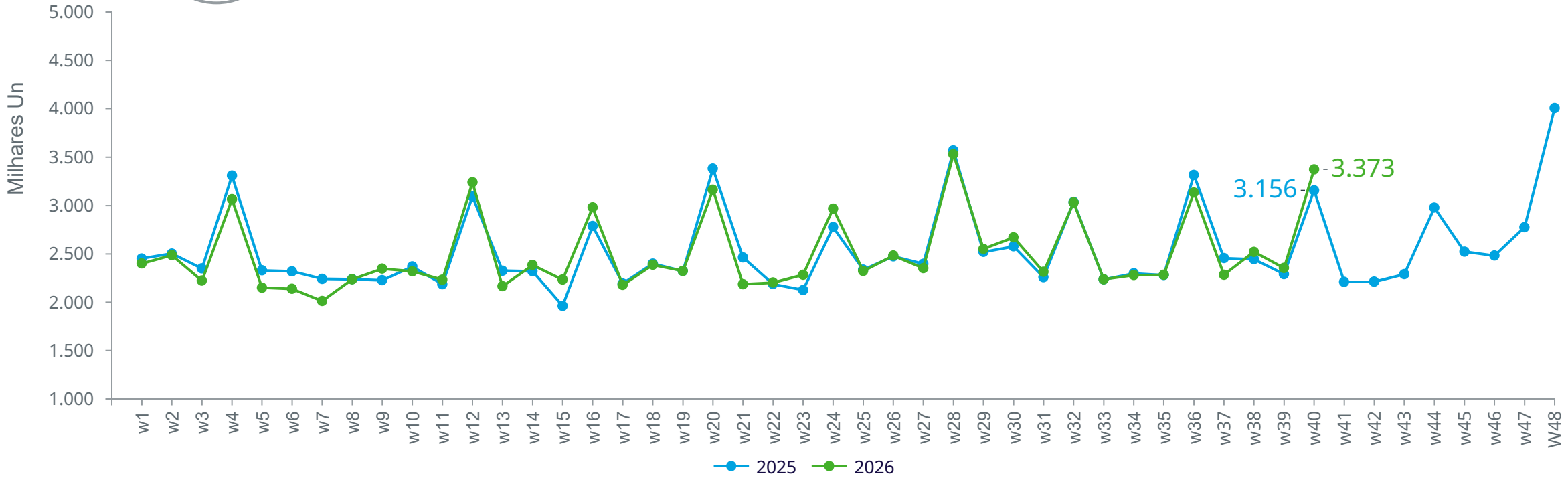
Fonte: IQVIA Portugal, PharmaScope XTrend (Weekly Sell-out, Powered by FlexView). Canal Farmácia. Não distribuir/ reenviar.

Evolução semanal do mercado Consumer Health (Un) na Farmácia

Mercado CH (MNSRM e outros produtos de saúde), vendas Un

W40: 22-31 Outubro

KPI	Unidades
Última semana % +/- vs Semana anterior	43.2%
Última semana % +/- vs Semana homóloga	6.9%



Mês sempre com 4 semanas contadas da seguinte forma: Dia 1 a 7; Dia 8 a 14; Dia 15 a 21; Dia 22 ao final do mês (variável)

Fonte: IQVIA Portugal, PharmaScope XTrend (Weekly Sell-out, Powered by FlexView). Canal Farmácia. Não distribuir/ reenviar.

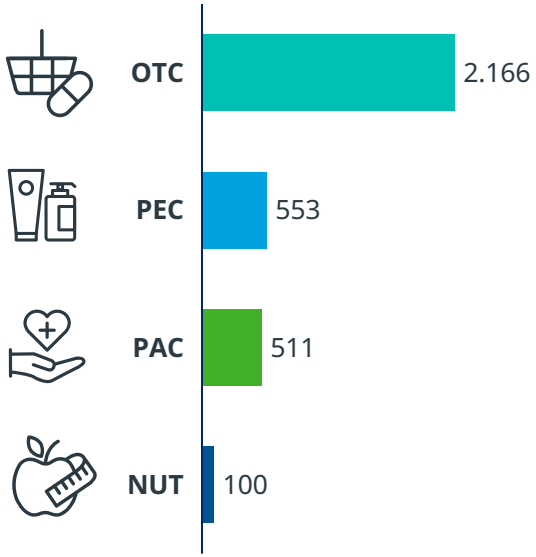
Evolução semanal dos segmentos Consumer Health

Segmentos CH Vendas em Valor, quota de mercado e crescimento vs semana homóloga

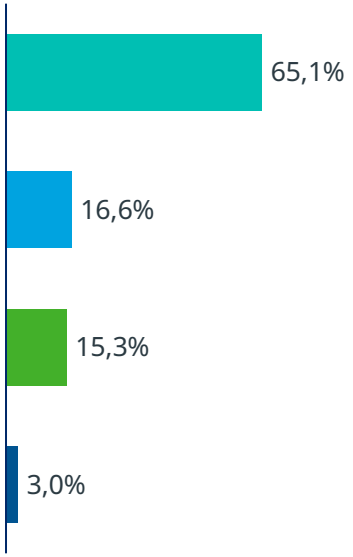
W40: 22-31 Outubro

Mercado de Consumer Health Farmácia (Milhões unidades, Semana 40)

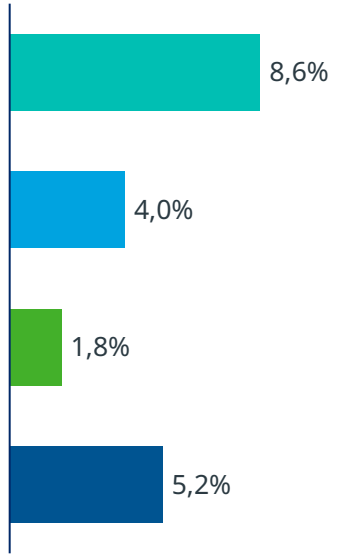
Vendas (Milhões unidades)



% Quota de mercado



% PPG



Mês sempre com 4 semanas contadas da seguinte forma: Dia 1 a 7; Dia 8 a 14; Dia 15 a 21; Dia 22 ao final do mês (variável)

Fonte: IQVIA Portugal, PharmaScope XTrend (Weekly Sell-out, Powered by FlexView). Canal Farmácia. Não distribuir/ reenviar.

Evolução semanal do mercado OTC (Un) na Farmácia

Mercado OTC (MNSRM e outros produtos de saúde), vendas Unidades

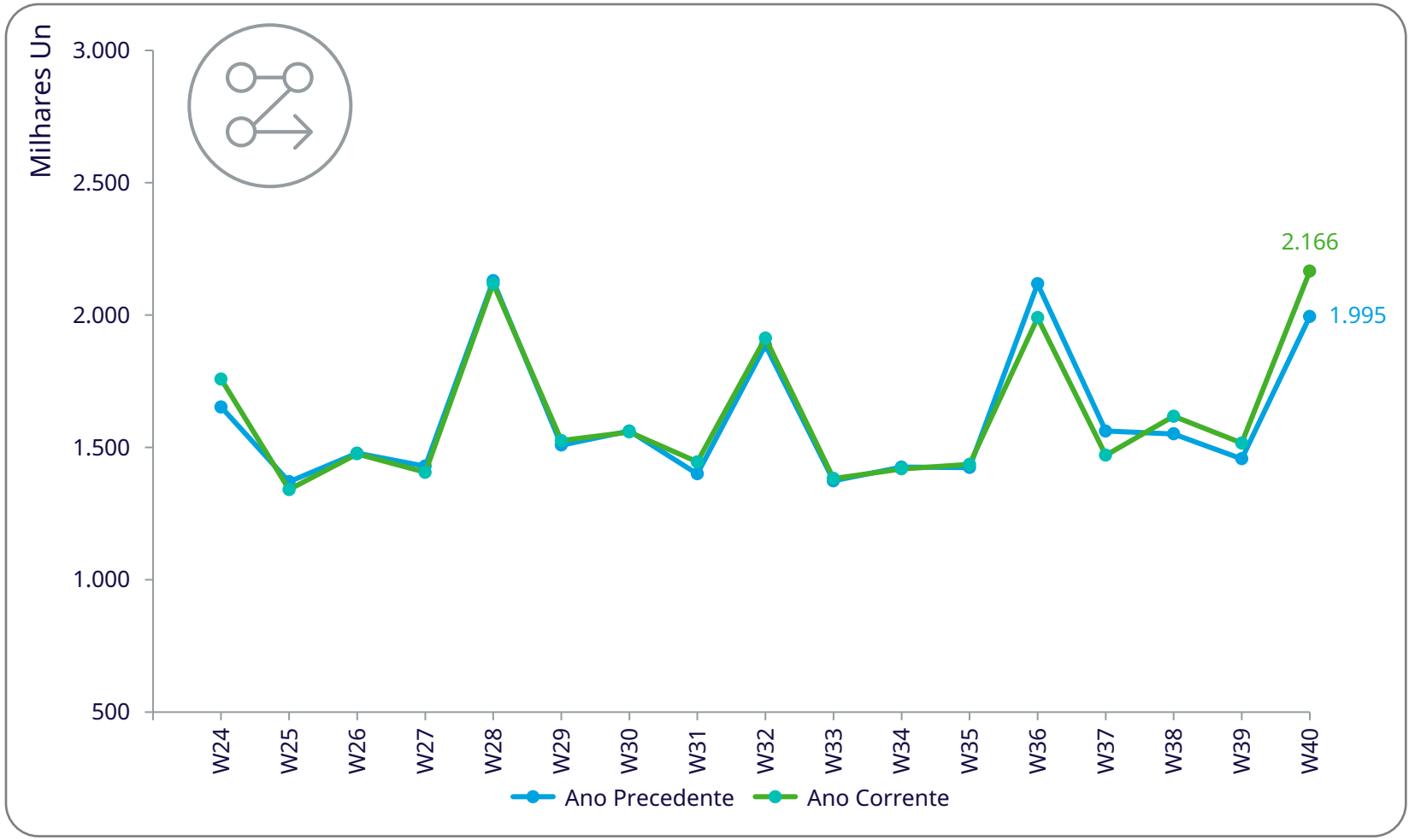
W40: 22-31 Outubro

KPI	Unidades
Última semana % +/- vs Semana anterior	42.9%
Última semana % +/- vs Semana homóloga	8.6%

Em análise estão representadas:

- w24 (22/6/2026) - w40 (22/10/2026)

E as respectivas semanas Homólogas.



Mês sempre com 4 semanas contadas da seguinte forma: Dia 1 a 7; Dia 8 a 14; Dia 15 a 21; Dia 22 ao final do mês (variável)

Fonte: IQVIA Portugal, PharmaScope XTrend (Weekly Sell-out, Powered by FlexView). Canal Farmácia. Não distribuir/ reenviar.

Evolução semanal do mercado PAC (Un) na Farmácia

Mercado PAC (produtos de saúde), vendas Unidades

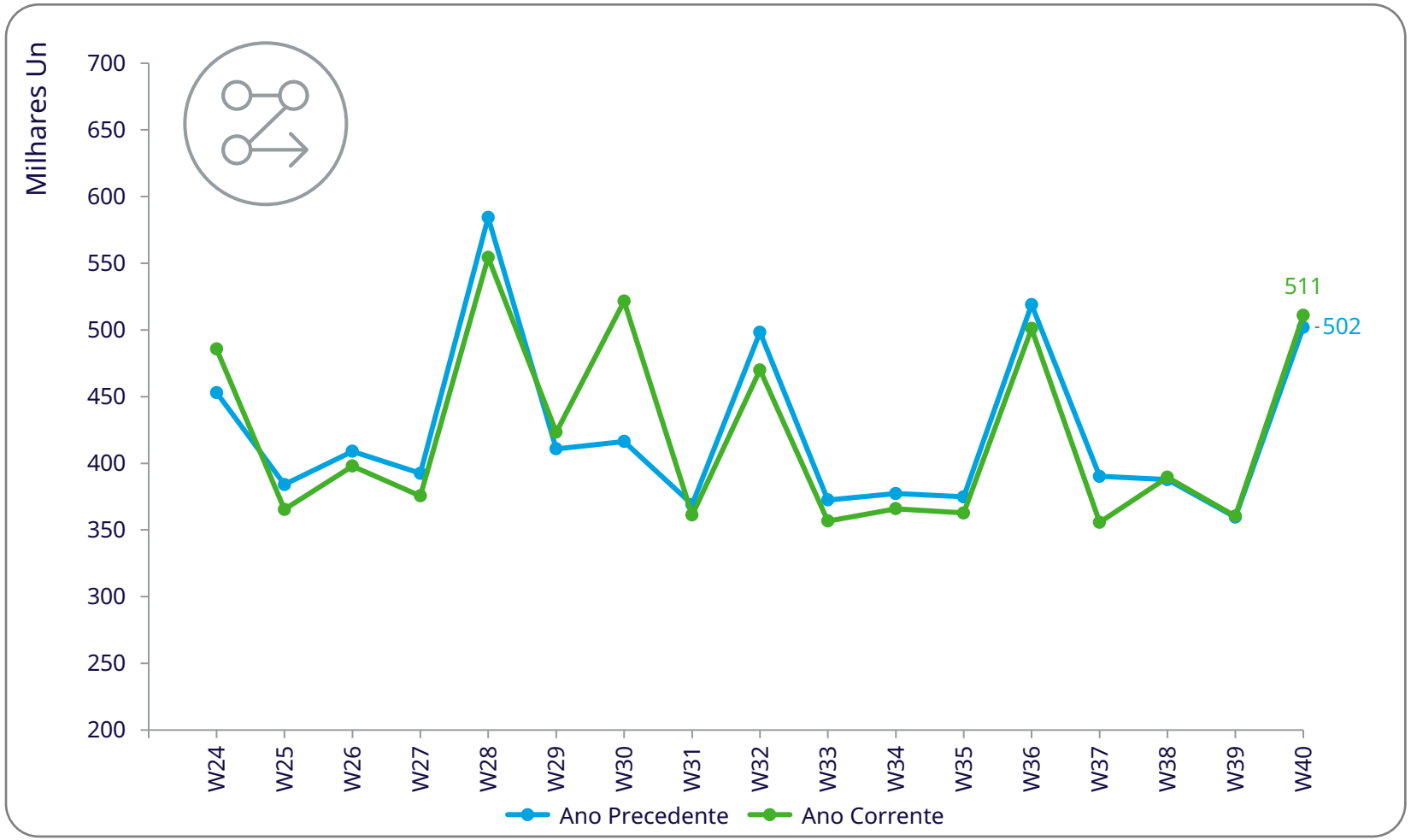
W40: 22-31 Outubro

KPI	Unidades
Última semana % +/- vs Semana anterior	41.8%
Última semana % +/- vs Semana homóloga	1.8%

Em análise estão representadas:

- w24 (22/6/2026) - w40 (22/10/2026)

E as respectivas semanas Homólogas.



Mês sempre com 4 semanas contadas da seguinte forma: Dia 1 a 7; Dia 8 a 14; Dia 15 a 21; Dia 22 ao final do mês (variável)

Fonte: IQVIA Portugal, PharmaScope XTrend (Weekly Sell-out, Powered by FlexView). Canal Farmácia. Não distribuir/ reenviar.

Evolução semanal do mercado PEC (Un) na Farmácia

Mercado PEC (Dermocosmetica, Bebe, Higiene e produtos de saúde), vendas Un

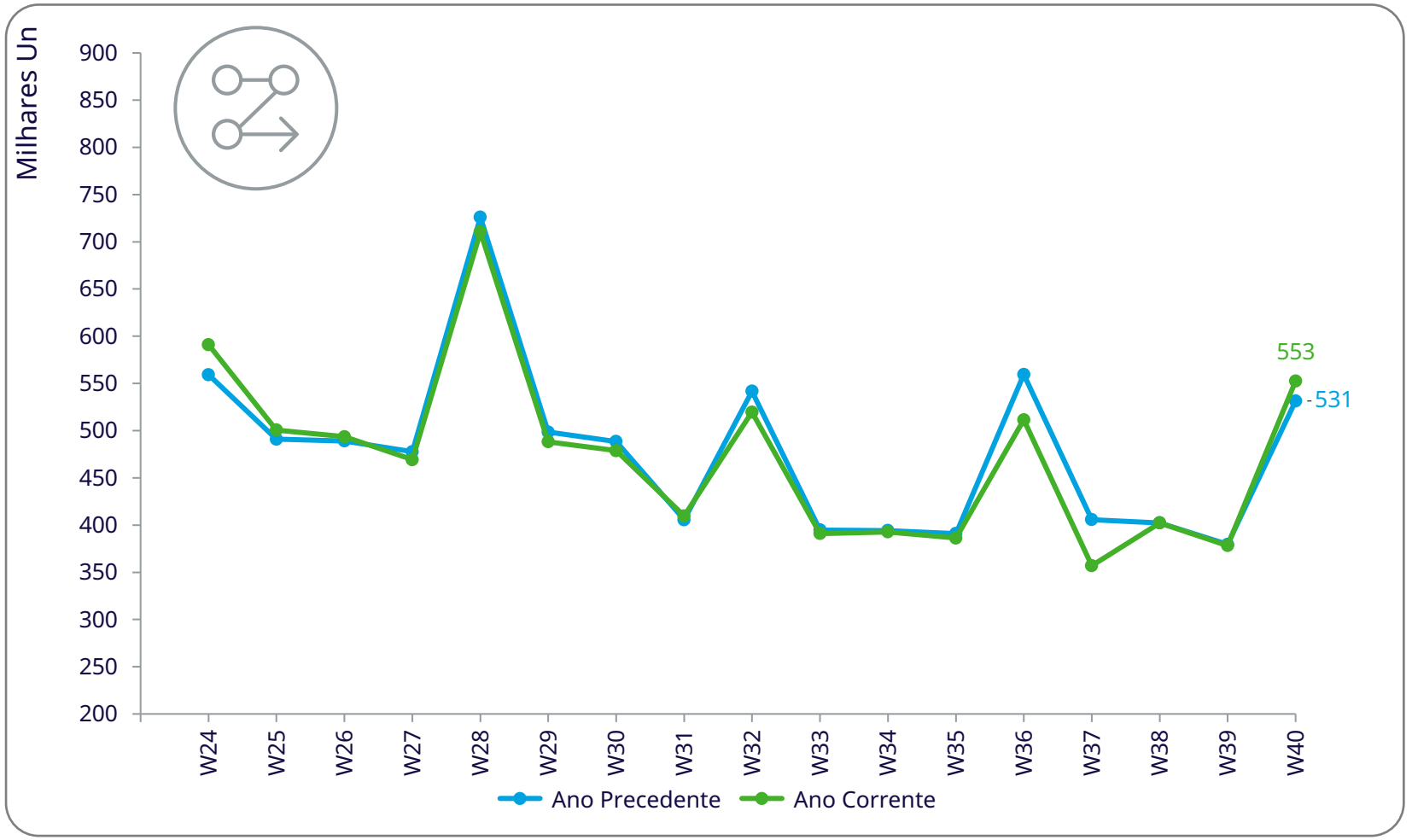
W40: 22-31 Outubro

KPI	Unidades
Última semana % +/- vs Semana anterior	46.1%
Última semana % +/- vs Semana homóloga	4.0%

Em análise estão representadas:

- w24 (22/6/2026) - w40 (22/10/2026)

E as respectivas semanas Homólogas.



Mês sempre com 4 semanas contadas da seguinte forma: Dia 1 a 7; Dia 8 a 14; Dia 15 a 21; Dia 22 ao final do mês (variável)

Fonte: IQVIA Portugal, PharmaScope XTrend (Weekly Sell-out, Powered by FlexView). Canal Farmácia. Não distribuir/ reenviar.

Evolução semanal do mercado Nutrition (Un) na Farmácia

W40: 22-31 Outubro

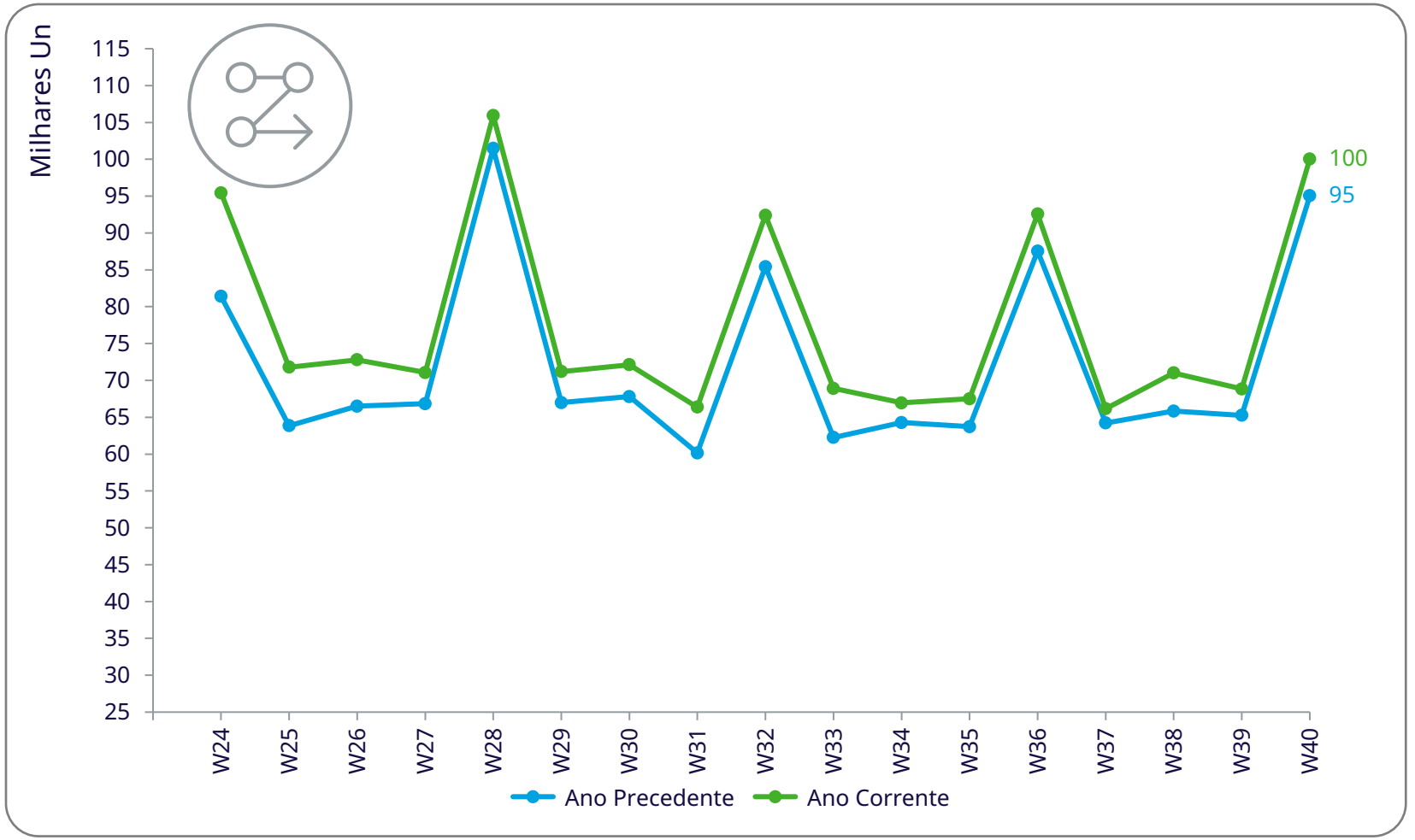
Mercado NTR (leites e outros produtos de saúde), vendas Unidades

KPI	Unidades
Última semana % +/- vs Semana anterior	45.3%
Última semana % +/- vs Semana homóloga	5.2%

Em análise estão representadas:

- w24 (22/6/2026) - w40 (22/10/2026)

E as respectivas semanas Homólogas.



Mês sempre com 4 semanas contadas da seguinte forma: Dia 1 a 7; Dia 8 a 14; Dia 15 a 21; Dia 22 ao final do mês (variável)

Fonte: IQVIA Portugal, PharmaScope XTrend (Weekly Sell-out, Powered by FlexView). Canal Farmácia. Não distribuir/ reenviar.

Ranking das Top Classes no Mercado Consumer Health

TOP 30 NEC3 em Valor vendidas e Ranking de crescimento (%) na semana

W40: 22-31 Outubro

Classes Consumer Health NEC3	Ranking Vendas Eur	Cres. %PY Eur
56E4 SIST MONIT CONTIN GLICOSE	1	32.7%
02E1 ANALGESIC DOR MUSCUL TOP	2	0.3%
01B1 PROD CONSTIPACOES/GRIPES	3	61.6%
02A1 ANALGESICOS GER ADULTOS	4	15.7%
01C1 PROD DORES DE GARGANTA	5	33.8%
10B1 ANTI-VARICOSOS	6	-4.7%
82B5 PRO A-ENVEL/A-RUG MULHER	7	6.7%
56E2 TESTES DE GLICEMIA	8	-8.7%
07A3 LAGRIM ARTIF/LUBRIF OCUL	9	3.6%
04F3 SUPLEMENTOS DE MAGNESIO	10	6.0%
02G2 PROD ARTICULACOES SIST	11	-3.4%
86H2 PROD ANTI-QUEDA CABELO	12	6.6%
59Z1 OUT VETERINÁRIA	13	-9.2%
01B2 DESCONGESTIONANT NASAIS	14	41.1%
01A4 PRODUTOS TOSSE PRODUTIVA	15	26.4%

Classes Consumer Health NEC3	Ranking Vendas Eur	Cres. %PY Eur
30B1 SUPLEMENTOS NUTRICIONAIS	16	33.7%
06F3 PROD TRATAMENTO FERIDAS	17	1.0%
01E1 A-ALERGICOS RESPIRAT/GER	18	36.3%
01A5 PROD TOSSE SECA/PRODUTIV	19	49.5%
03C2 LAX OSMOT EXC LAX SALIN	20	1.2%
13A3 PRODUTOS PARA DORMIR	21	0.2%
03F1 PROBIOTICOS P/AP DIGEST	22	-9.8%
01F1 SOLUCOES SALINAS NASAIS	23	34.2%
86B1 CHAMPOS	24	6.4%
03C5 LAXANTES DE CONTACTO	25	4.0%
09C1 TRAT INFECCOES BOCA	26	6.5%
05G1 ESTIMULANTES COGNITIVOS	27	-4.9%
05F1 PREP IMUNOESTIMULANTES	28	19.1%
03G1 ANTIACIDOS	29	2.9%
83B1 PROD BELEZA USO GERAL	30	0.6%

Ranking Vendas Un – ranking top 30 NEC3 Vendas unidades na última semana
Cresc. %PY- Un ranking do crescimento % unidades (última semana vs homóloga)

Mês sempre com 4 semanas contadas da seguinte forma: Dia 1 a 7; Dia 8 a 14; Dia 15 a 21; Dia 22 ao final do mês (variável)

Fonte: IQVIA Portugal, PharmaScope XTrend (Weekly Sell-out, Powered by FlexView). Canal Farmácia. Não distribuir/ reenviar.

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

Thank you

