

IQVIA Monitor Semanal

Evolução das vendas no canal Farmácia de Medicamentos e Consumer Health

Semana 1 a 7 de Novembro 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 41: Dia 1 a 7/11/2026

8%

Mercado Total

Na última semana, o canal Farmácia cresceu 8% em volume (Un) e 11% em valor (Eur SP)

7%

Total De Prescrição

O total de vendas com prescrição cresceu 7% em volume (Un Rx) e 12% em valor (Eur SP Rx)

9%

Regional

A região de GRANDE PORTO foi a região que mais cresceu em vendas em volume (9% Un) no mercado farmacêutico

7%

Mercado Farmacêutico

O mercado farmacêutico cresceu 7% em volume (Un) e 11% em valor (Eur SP)

13%

Consumer Health

O mercado de CH cresceu 13% em volume (Un) e 13% 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)

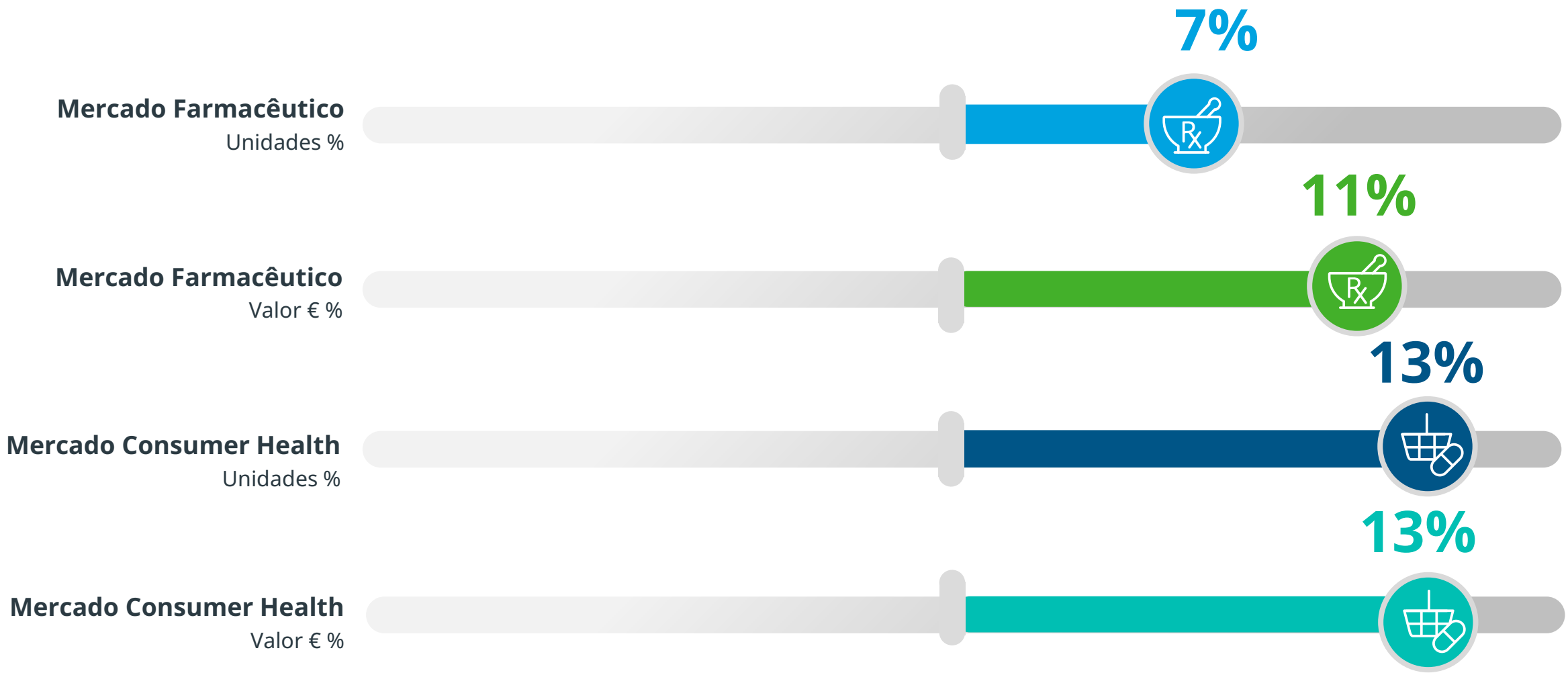
Fonte: IQVIA Portugal, PharmaScope XTrend (Weekly Sell-out, Powered by FlexView). Canal Farmácia. Não distribuir/ reenviar.

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 41: Dia 1 a 7/11/2026



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 41: Dia 1 a 7/11/2026

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):

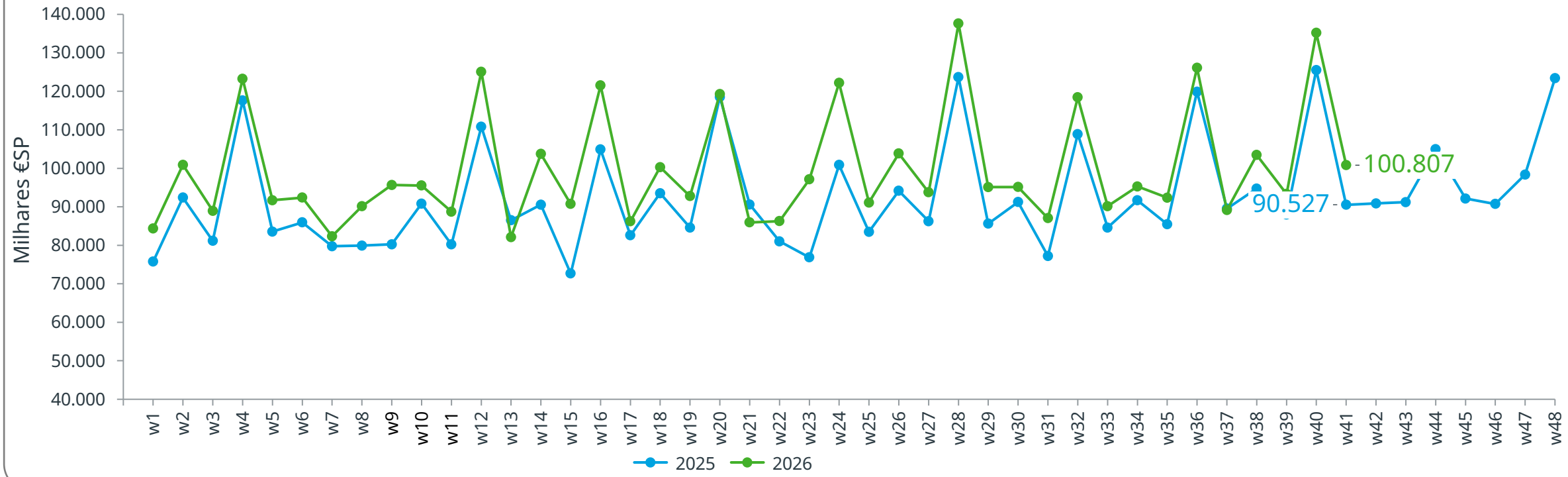
- TOP 30 ATC3
- TOP 30 Moléculas

Evolução semanal do Mercado Farmacêutico na Farmácia

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

W41: 1-7 Novembro

KPI	Valor
Última semana % +/- vs Semana anterior	-25,4%
Última semana % +/- vs Semana homóloga	11,4%



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)

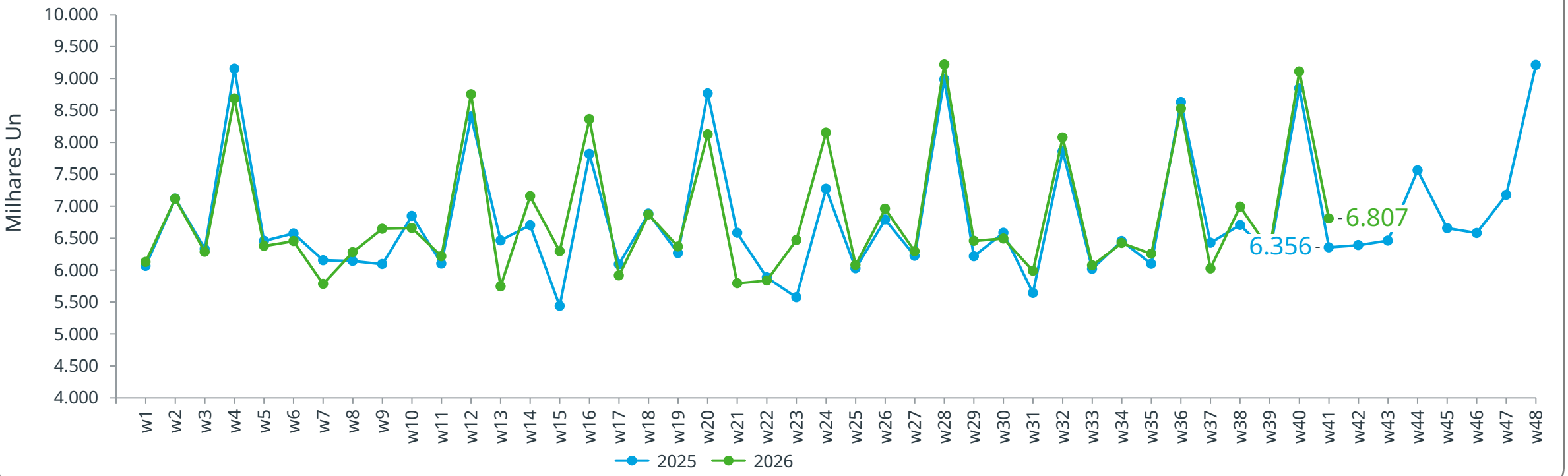
Fonte: IQVIA Portugal, PharmaScope XTrend (Weekly Sell-out, Powered by FlexView). Canal Farmácia. Não distribuir/ reenviar.

Evolução semanal do Mercado Farmacêutico na Farmácia

Mercado Farmacêutico (MSRM e MNSRM), vendas Unidades

W41: 1-7 Novembro

KPI	Unidades
Última semana % +/- vs Semana anterior	-25,3%
Última semana % +/- vs Semana homóloga	7,1%



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.

Ranking das Top Classes do Mercado Farmacêutico na Farmácia

W41: 1-7 Novembro

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	66,1%
A10P A-DIABETIC OR-INIB SGLT2	2	-5,8%
B01F INIB DIRECTOS FACTOR XA	3	7,0%
N06A A-DEPRES/ESTABILIZ HUMOR	4	10,8%
C09D ANTAGON ANGIOTENS II ASS	5	6,9%
C10A PROD REGULADOR LIPIDICOS	6	0,1%
T02D TESTES DE DIABETES	7	3,1%
C10C REG.LIPIDOS ASSOCIACOES	8	17,3%
N02B ANALG N/NARCOTIC/A-PIRET	9	10,5%
A02B ANTIULCEROSOS	10	1,4%
N05A ANTIPSICOTICOS	11	5,3%
R03L A-COLINERG+AGON B2 ASSOC	12	14,8%
M01A A-REUMATICOS N/ESTEROID	13	6,1%
A10C INSULINAS HUMANAS/ANALOG	14	-1,3%
A10N INIBIDORES DA DPP-IV	15	-1,1%

Classes Terapêuticas ATC3	Ranking Vendas Eur	Cres. %PY Eur
R03F AGON B2+CORTICOIDES ASS	16	9,0%
A08A PREP A-OBES EX PROD DIET	17	133,3%
N03A ANTIEPILEPTICOS	18	2,2%
C09B INIBIDORES ECA ASSOC	19	3,2%
R01A PREP PARA USO NASAL TOP	20	33,1%
R05A PREP CONT RESF S/A-INFEC	21	67,5%
G04C PRODUTOS USADOS NA HBP	22	3,0%
G03A CONTRACEPTIV HORMON SIST	23	7,0%
N06B PSYCOESTIMULANTES	24	31,9%
N05C TRANQUILIZANTES	25	-2,0%
R06A A-HISTAMINICOS USO SIST	26	26,6%
J07E VACINAS VIRAIS	27	5,6%
M02A ANTIREUMATICOS/ANALG TOP	28	5,8%
B01C INIB AGREGACAO PLAQUETAR	29	1,0%
C09C ANTAGON ANGIOTENS II SIM	30	6,2%

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)

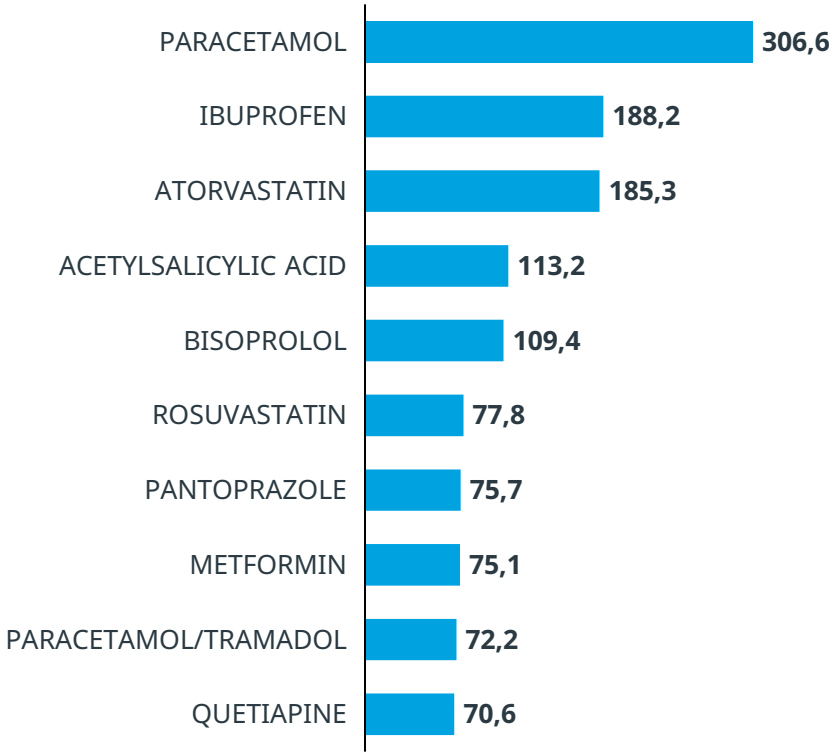
Fonte: IQVIA Portugal, PharmaScope XTrend (Weekly Sell-out, Powered by FlexView). Canal Farmácia. Não distribuir/ reenviar.

Ranking das Top Moléculas do Mercado Farmacêutico na Farmácia

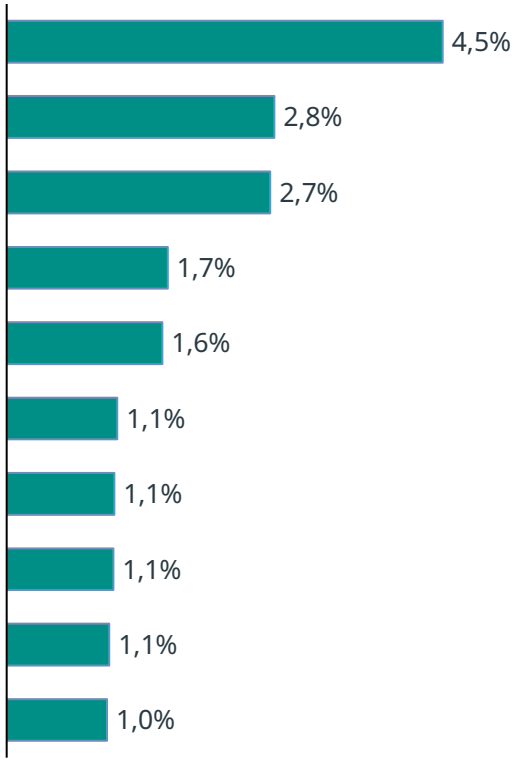
W41: 1-7 Novembro

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

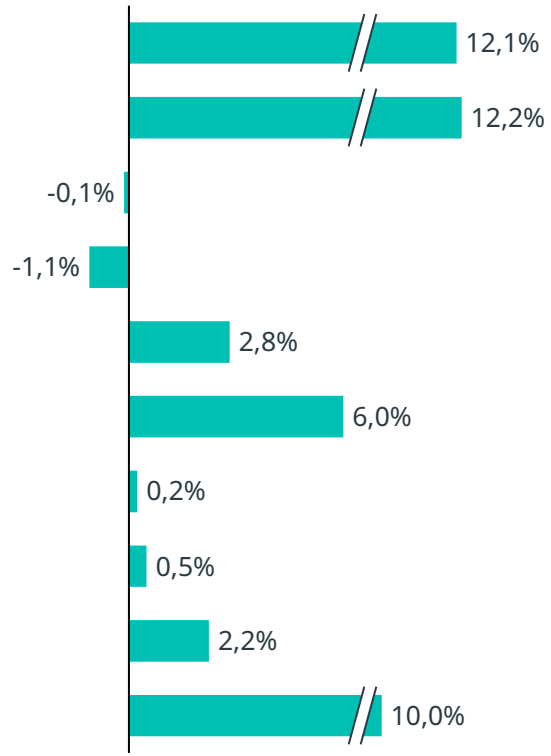
Top 10 Moléculas no canal Farmácia (Mil de Unidades)



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)

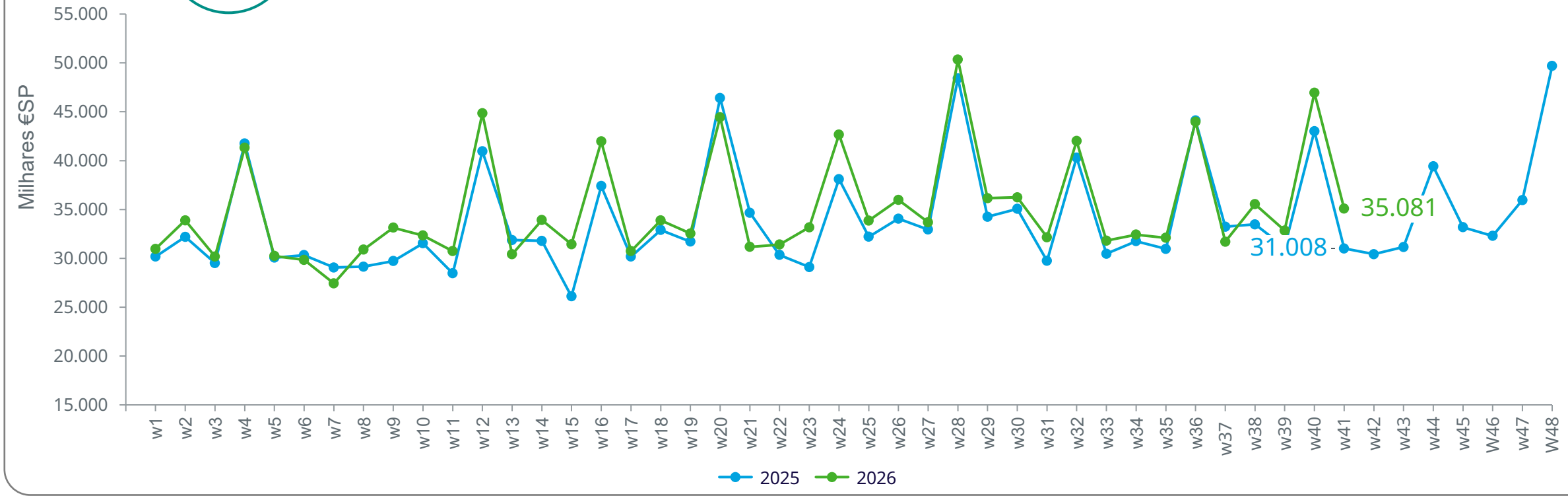
- Evolução semanal dos segmentos de Consumer Health (OTC, PAC, PEC, NUT)
- TOP 30 NEC3

Evolução semanal do mercado Consumer Health (Eur) na Farmácia

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

W41: 1-7 Novembro

KPI	Valor
Última semana % +/- vs Semana anterior	-25,3%
Última semana % +/- vs Semana homóloga	13,1%



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)

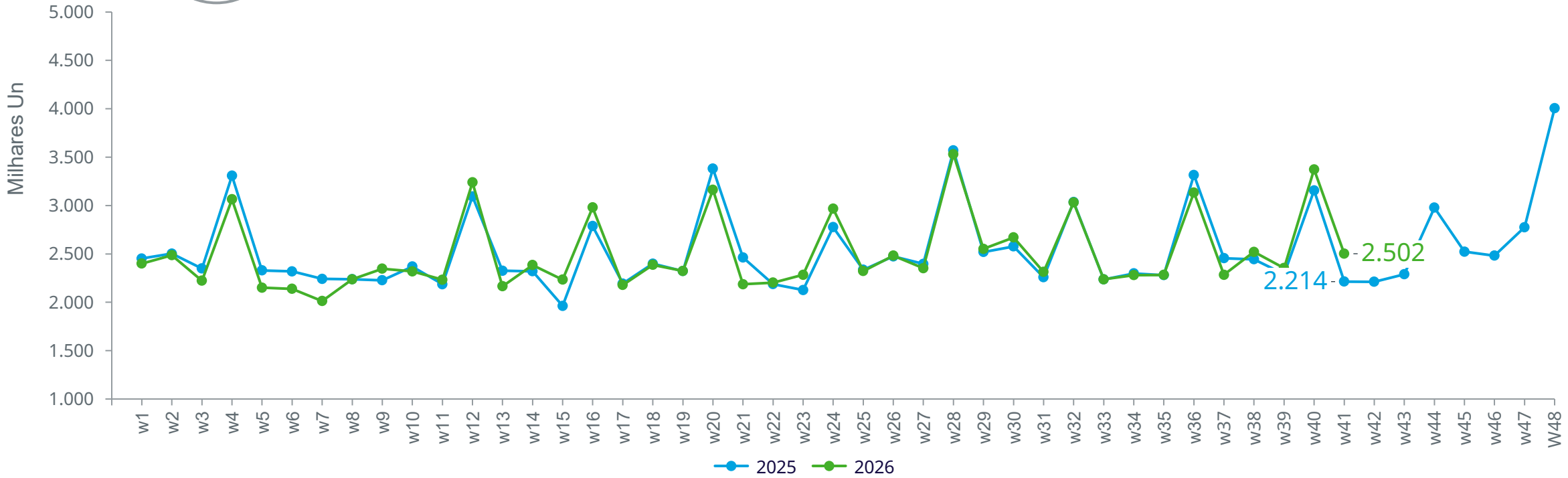
Fonte: IQVIA Portugal, PharmaScope XTrend (Weekly Sell-out, Powered by FlexView). Canal Farmácia. Não distribuir/ reenviar.

Evolução semanal do mercado Consumer Health (Un) na Farmácia

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

W41: 1-7 Novembro

KPI	Unidades
Última semana % +/- vs Semana anterior	-25,8%
Última semana % +/- vs Semana homóloga	13,0%



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.

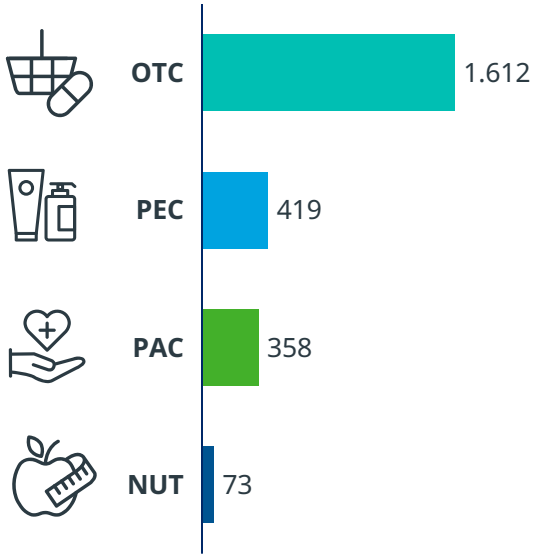
Evolução semanal dos segmentos Consumer Health

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

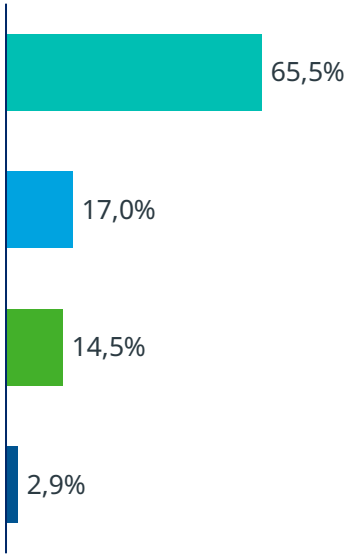
W41: 1-7 Novembro

Mercado de Consumer Health Farmácia (Milhões unidades, Semana 41)

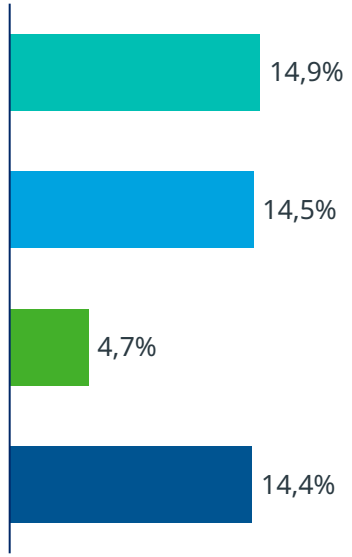
Vendas (Milhões unidades)



% 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

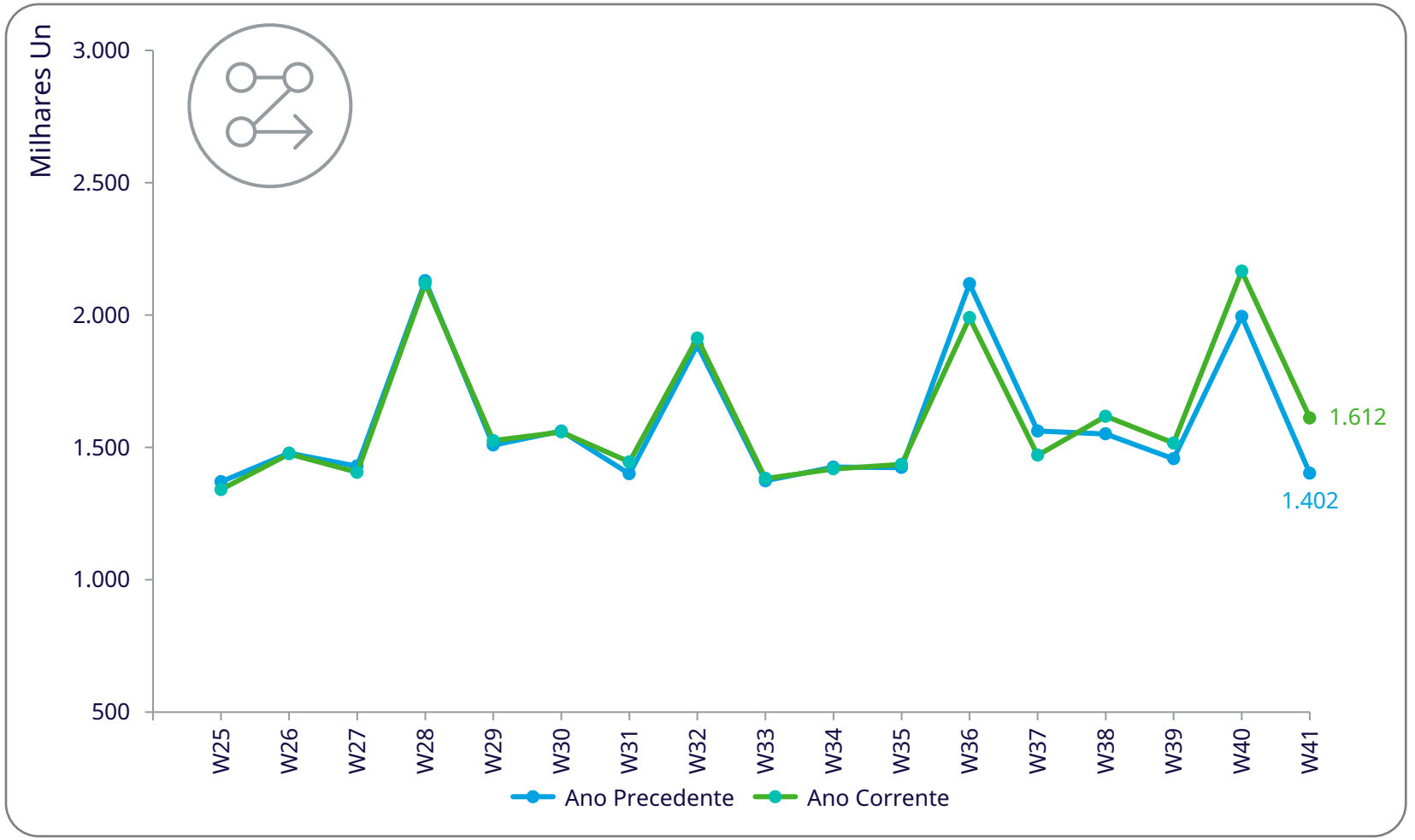
W41: 1-7 Novembro

KPI	Unidades
Última semana % +/- vs Semana anterior	-25,6%
Última semana % +/- vs Semana homóloga	14,9%

Em análise estão representadas:

- w25 (1/7/2026) - w41 (1/11/2026)

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

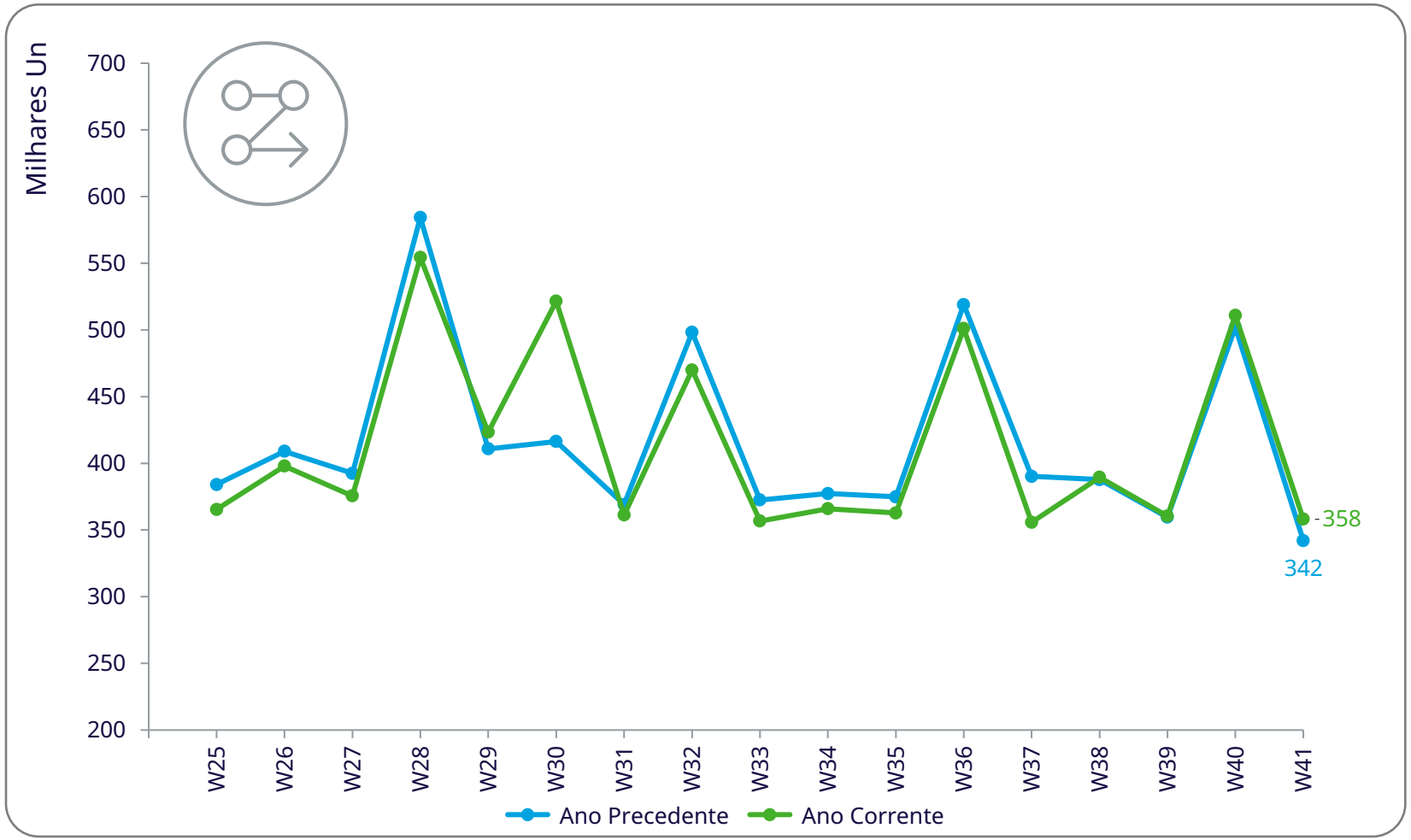
W41: 1-7 Novembro

KPI	Unidades
Última semana % +/- vs Semana anterior	-29,9%
Última semana % +/- vs Semana homóloga	4,7%

Em análise estão representadas:

- w25 (1/7/2026) - w41 (1/11/2026)

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

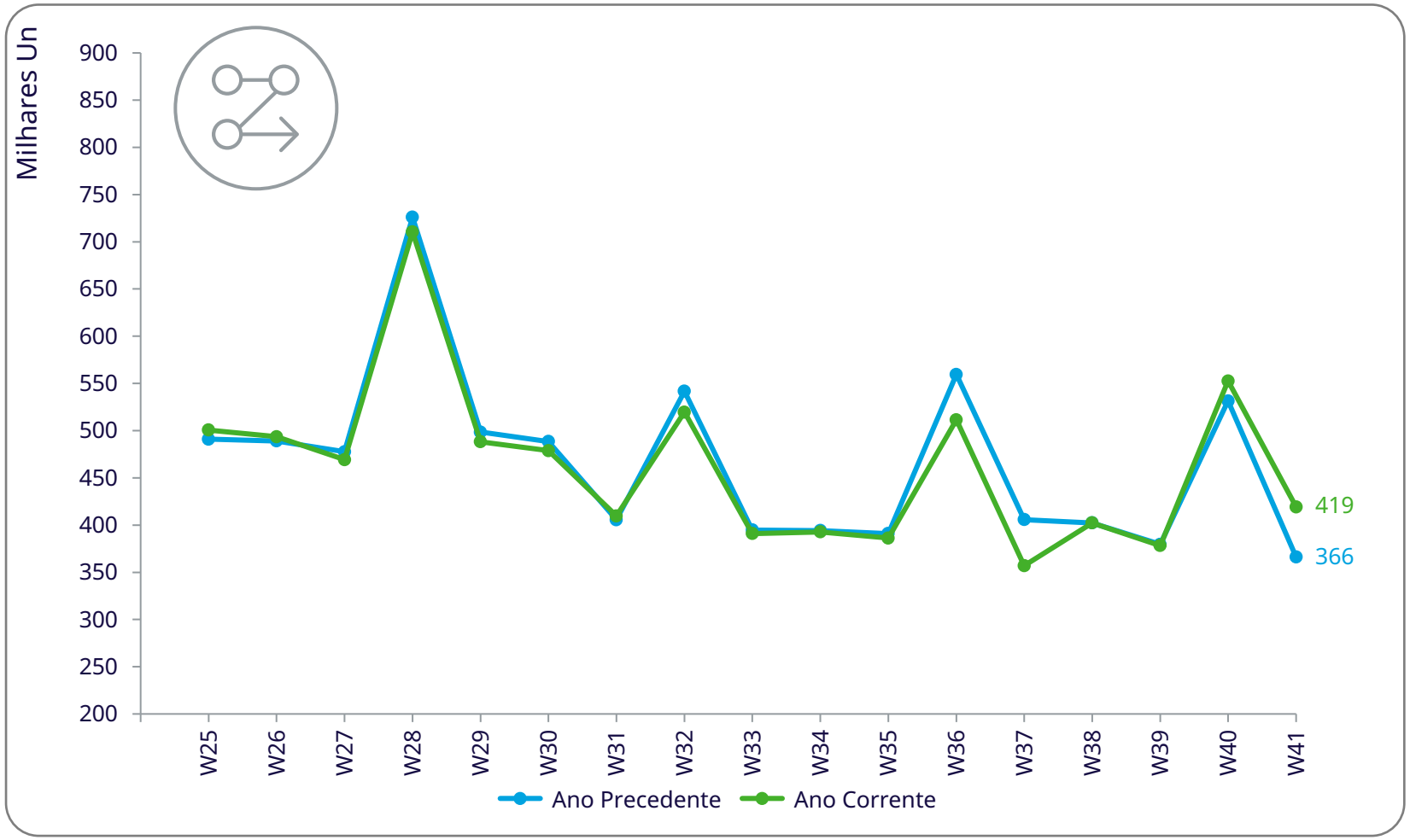
W41: 1-7 Novembro

KPI	Unidades
Última semana % +/- vs Semana anterior	-24,1%
Última semana % +/- vs Semana homóloga	14,5%

Em análise estão representadas:

- w25 (1/7/2026) - w41 (1/11/2026)

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

W41: 1-7 Novembro

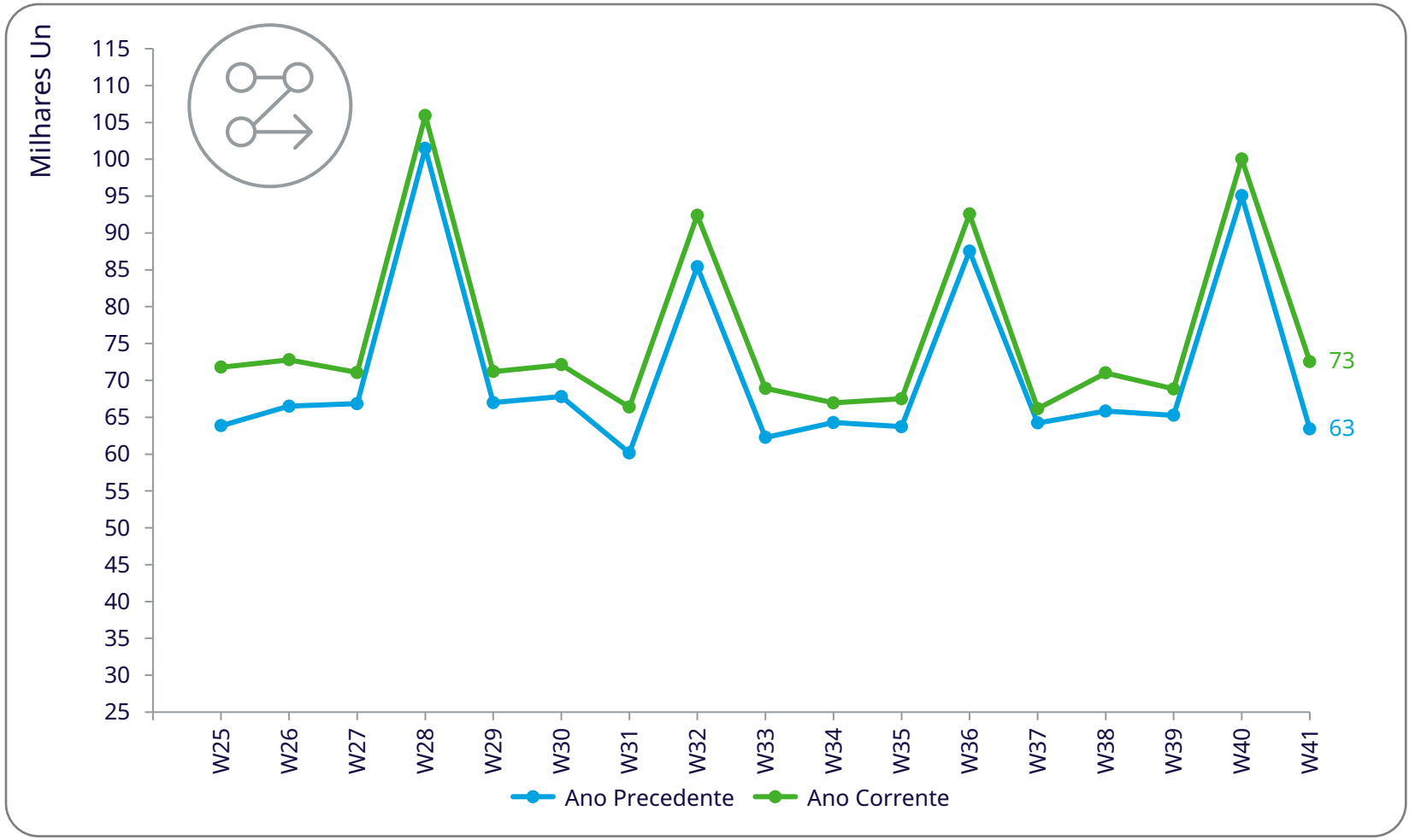
Mercado NTR (leites e outros produtos de saúde), vendas Unidades

KPI	Unidades
Última semana % +/- vs Semana anterior	-27,5%
Última semana % +/- vs Semana homóloga	14,4%

Em análise estão representadas:

- w25 (1/7/2026) - w41 (1/11/2026)

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

W41: 1-7 Novembro

Classes Consumer Health NEC3	Ranking Vendas Eur	Cres. %PY Eur
56E4 SIST MONIT CONTIN GLICOSE	1	3,7%
02E1 ANALGESIC DOR MUSCUL TOP	2	7,0%
01B1 PROD CONSTIPACOES/GRIPES	3	66,9%
02A1 ANALGESICOS GER ADULTOS	4	19,2%
01C1 PROD DORES DE GARGANTA	5	42,5%
10B1 ANTI-VARICOSOS	6	2,4%
82B5 PRO A-ENVEL/A-RUG MULHER	7	20,7%
56E2 TESTES DE GLICEMIA	8	-4,7%
07A3 LAGRIM ARTIF/LUBRIF OCUL	9	12,7%
04F3 SUPLEMENTOS DE MAGNESIO	10	10,8%
02G2 PROD ARTICULACOES SIST	11	3,1%
59Z1 OUT VETERINÁRIA	12	-5,1%
01A4 PRODUTOS TOSSE PRODUTIVA	13	38,9%
01B2 DESCONGESTIONANT NASAIS	14	44,0%
86H2 PROD ANTI-QUEDA CABELO	15	15,1%

Classes Consumer Health NEC3	Ranking Vendas Eur	Cres. %PY Eur
01E1 A-ALERGICOS RESPIRAT/GER	16	41,3%
06F3 PROD TRATAMENTO FERIDAS	17	2,4%
01A5 PROD TOSSE SECA/PRODUTIV	18	60,9%
03C2 LAX OSMOT EXC LAX SALIN	19	4,8%
13A3 PRODUTOS PARA DORMIR	20	8,9%
30B1 SUPLEMENTOS NUTRICIONAIS	21	4,4%
01F1 SOLUCOES SALINAS NASAIS	22	41,7%
03F1 PROBIOTICOS P/AP DIGEST	23	-2,5%
03C5 LAXANTES DE CONTACTO	24	10,3%
86B1 CHAMPOS	25	7,9%
83B1 PROD BELEZA USO GERAL	26	11,4%
05G1 ESTIMULANTES COGNITIVOS	27	6,5%
03G1 ANTIACIDOS	28	5,7%
09C1 TRAT INFECCOES BOCA	29	17,3%
05F1 PREP IMUNOESTIMULANTES	30	19,3%

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

