



# IQVIA Monitor Semanal

Evolução das vendas no canal Farmácia de  
Medicamentos e Consumer Health

Semana 15 a 21 de março 2026

**IQVIA PORTUGAL**

# Destques da semana 15-21 março vs semana homóloga no canal Farmácia



Semana 11: Dia 15 a 21/3/2026

					
<b>2%</b>	<b>5%</b>	<b>5%</b>	<b>2%</b>	<b>2%</b>	<b>18%</b>
<b>Mercado Total</b> Na última semana, o canal Farmácia cresceu 2% em volume (Un) e 10% em valor (Eur SP)	<b>Total De Prescrição</b> O total de vendas com prescrição cresceu 5% em volume (Un Rx) e 13% em valor (Eur SP Rx)	<b>Regional</b> A região de ALGARVE foi a região que mais cresceu em vendas em volume (5% Un) no mercado farmacêutico	<b>Mercado Farmacêutico</b> O mercado farmacêutico cresceu 2% em volume (Un) e 11% em valor (Eur SP)	<b>Consumer Health</b> O mercado de CH cresceu 2% em volume (Un) e 8% em valor (Eur SP)	<b>Top 10 Moléculas</b> Representam 18% 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.



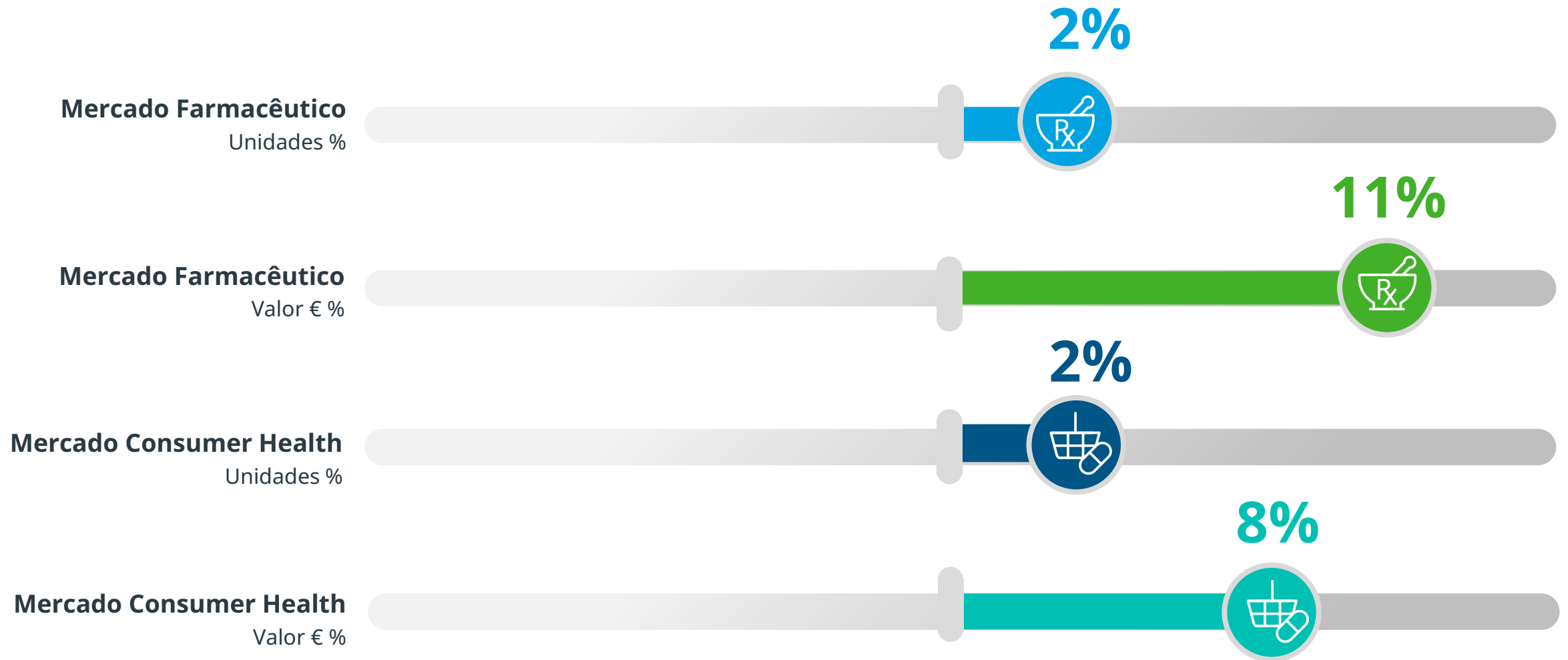
# Índice

- 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 11: Dia 15 a 21/3/2026



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 11: Dia 15 a 21/3/2026



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.

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

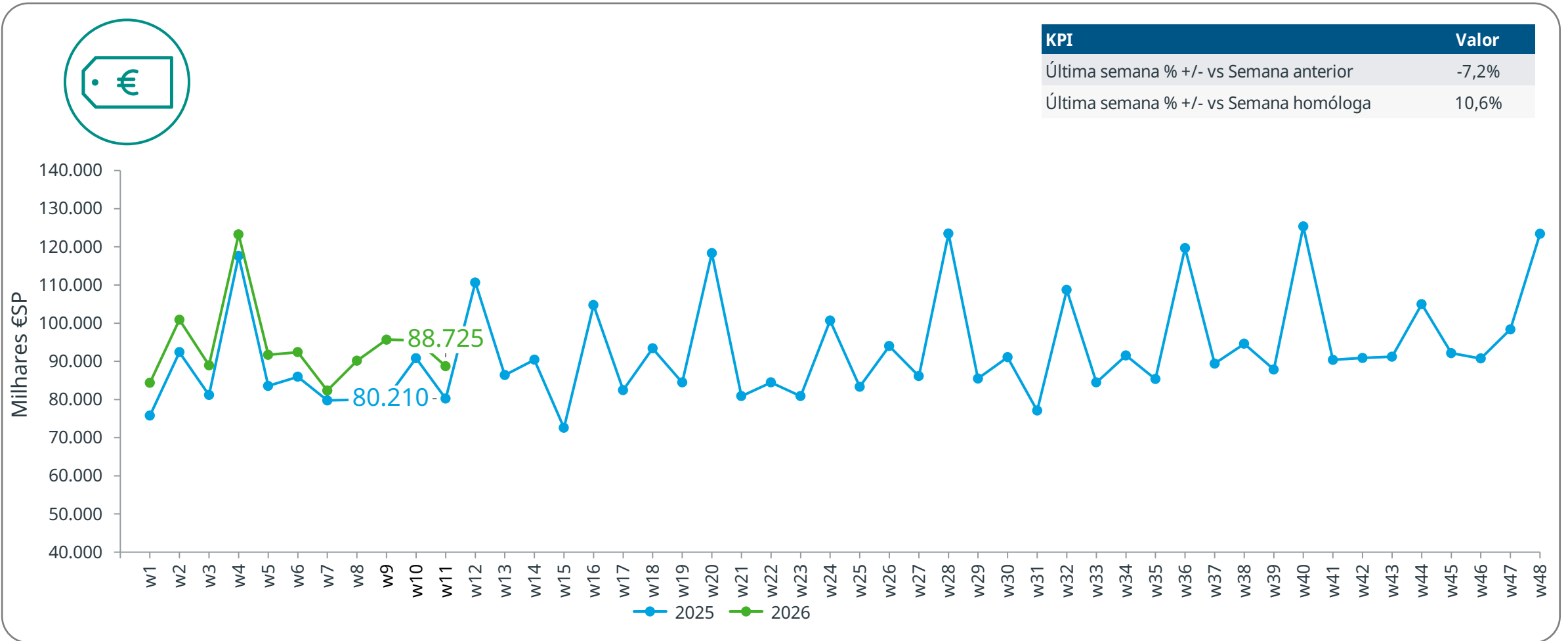
- TOP 30 ATC3
- TOP 30 Moléculas



# Evolução semanal do Mercado Farmacêutico na Farmácia

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

W11: 15-21 março



KPI	Valor
Última semana % +/- vs Semana anterior	-7,2%
Última semana % +/- vs Semana homóloga	10,6%

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.

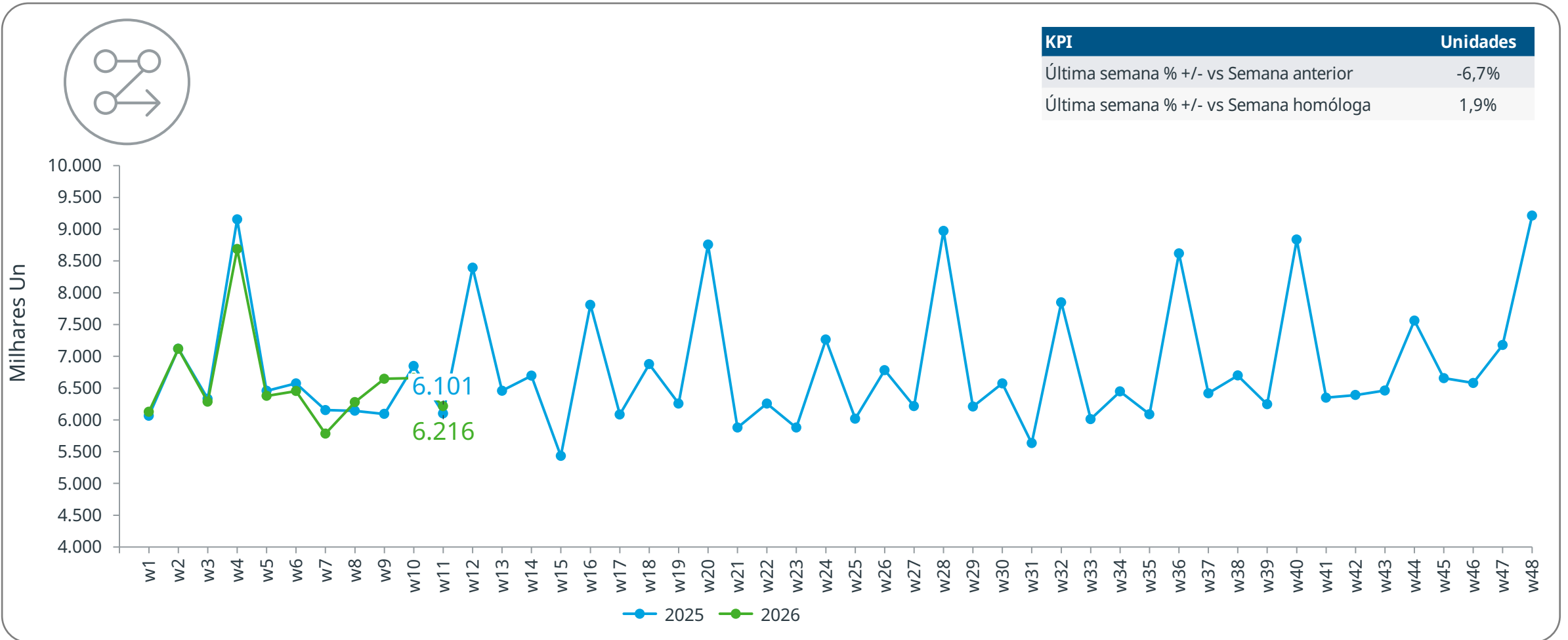


# Evolução semanal do Mercado Farmacêutico na Farmácia

Mercado Farmacêutico (MSRM e MNSRM), vendas Unidades

W11: 15-21 março

KPI	Unidades
Última semana % +/- vs Semana anterior	-6,7%
Última semana % +/- vs Semana homóloga	1,9%



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.

# Ranking das Top Classes do Mercado Farmacêutico na Farmácia



W11: 15-21 março

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

Classes Terapêuticas ATC3	Ranking Vendas Eur	Cres. %PY Eur
A10P A-DIABETIC OR-INIB SGLT2	1	14,9%
A10S AGONISTAS DA GLP-1	2	82,3%
B01F INIB DIRECTOS FACTOR XA	3	25,5%
N06A A-DEPRES/ESTABILIZ HUMOR	4	9,4%
C09D ANTAGON ANGIOTENS II ASS	5	7,7%
C10A PROD REGULADOR LIPIDICOS	6	2,5%
C10C REG.LIPIDOS ASSOCIACOES	7	17,7%
N02B ANALG N/NARCOTIC/A-PIRET	8	0,0%
T02D TESTES DE DIABETES	9	26,4%
A02B ANTIULCEROSOS	10	-0,2%
N05A ANTIPSICOTICOS	11	1,6%
A10N INIBIDORES DA DPP-IV	12	4,2%
M01A A-REUMATICOS N/ESTEROID	13	-2,0%
R03L A-COLINERG+AGON B2 ASSOC	14	8,7%
A10C INSULINAS HUMANAS/ANALOG	15	0,7%

Classes Terapêuticas ATC3	Ranking Vendas Eur	Cres. %PY Eur
R03F AGON B2+CORTICOIDES ASS	16	0,8%
C09B INIBIDORES ECA ASSOC	17	3,8%
N03A ANTIEPILEPTICOS	18	5,2%
G04C PRODUTOS USADOS NA HBP	19	5,1%
R01A PREP PARA USO NASAL TOP	20	-0,2%
R06A A-HISTAMINICOS USO SIST	21	14,9%
N05C TRANQUILIZANTES	22	-2,3%
M02A ANTIREUMATICOS/ANALG TOP	23	6,3%
G03A CONTRACEPTIV HORMON SIST	24	5,0%
C09C ANTAGON ANGIOTENS II SIM	25	6,0%
B01C INIB AGREGACAO PLAQUETAR	26	-7,7%
N07D MED DOENCA DE ALZHEIMER	27	0,9%
C07A BETABLOQUEANTES SIMPLES	28	0,7%
N06B PSYCOESTIMULANTES	29	27,7%
V07A TOD REST PROD N/TERAPEUT	30	1,0%

**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.

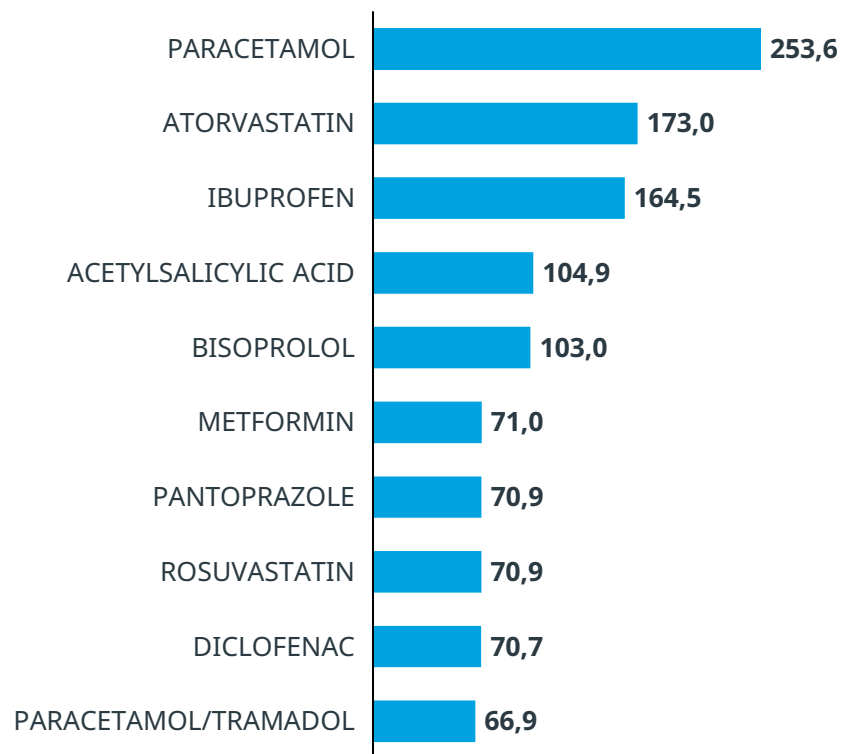
# Ranking das Top Moléculas do Mercado Farmacêutico na Farmácia



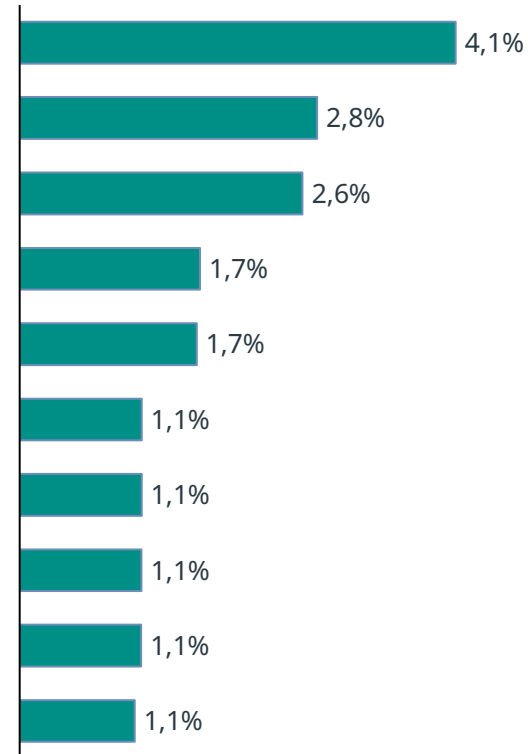
W11: 15-21 março

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

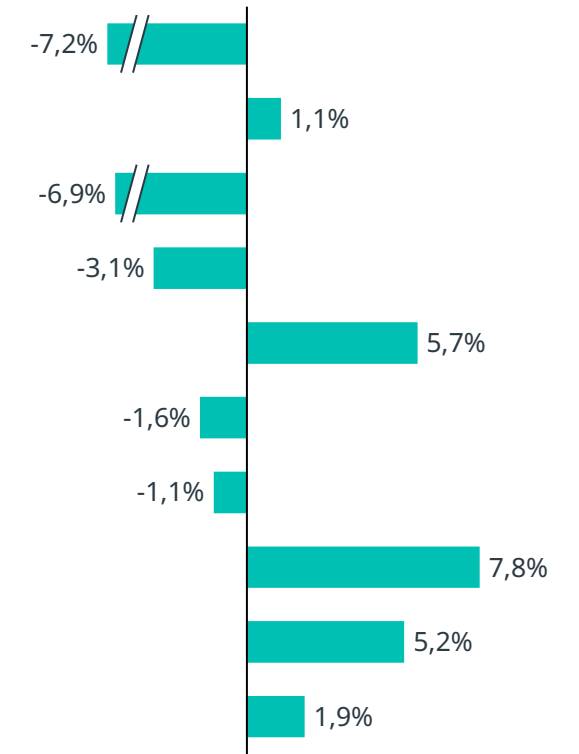
## Top 10 Moléculas no canal Farmácia (Mil de Unidades)



## 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)

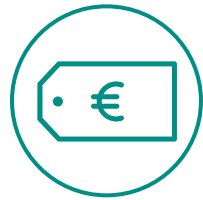
- Evolução semanal dos segmentos de Consumer Health (OTC, PAC, PEC, NUT)
- TOP 30 NEC3

# Evolução semanal do mercado Consumer Health (Eur) na Farmácia

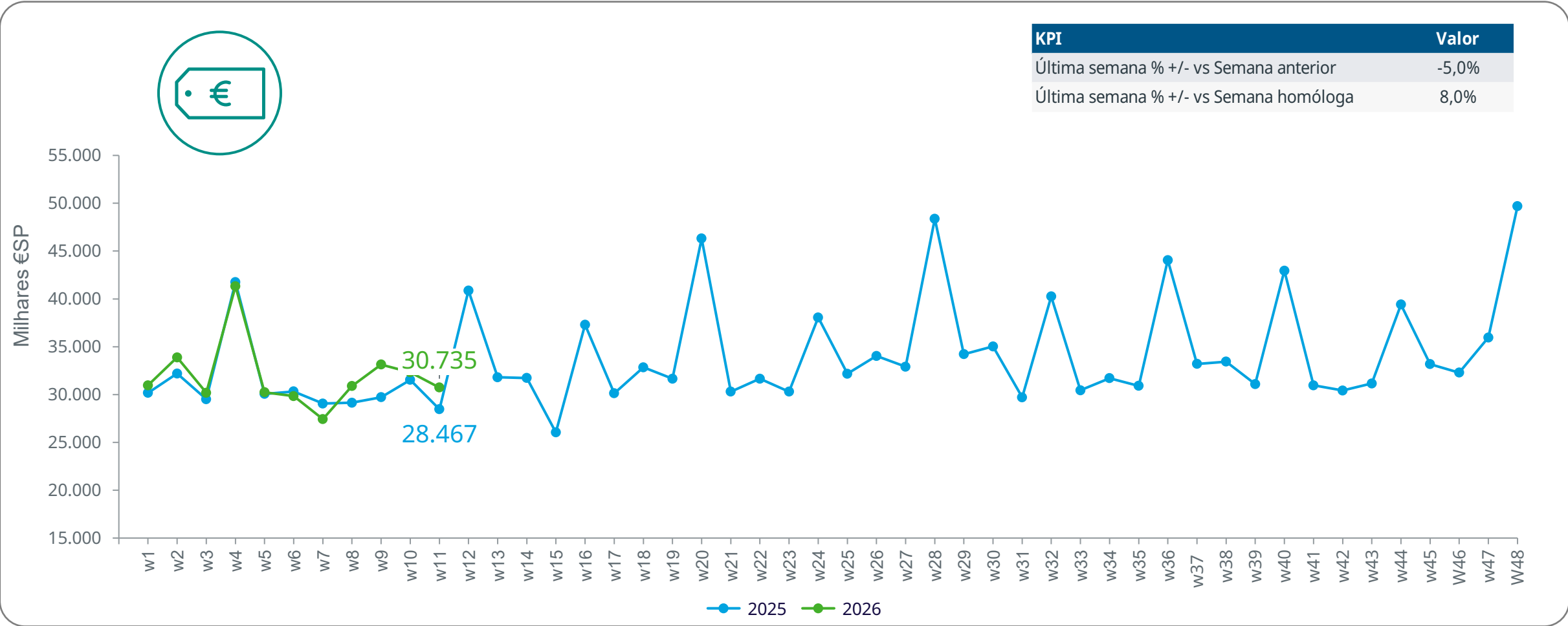


Mercado CH (MNSRM e outros produtos de saúde), vendas Valor (Eur SP)

W11: 15-21 março



KPI	Valor
Última semana % +/- vs Semana anterior	-5,0%
Última semana % +/- vs Semana homóloga	8,0%



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)

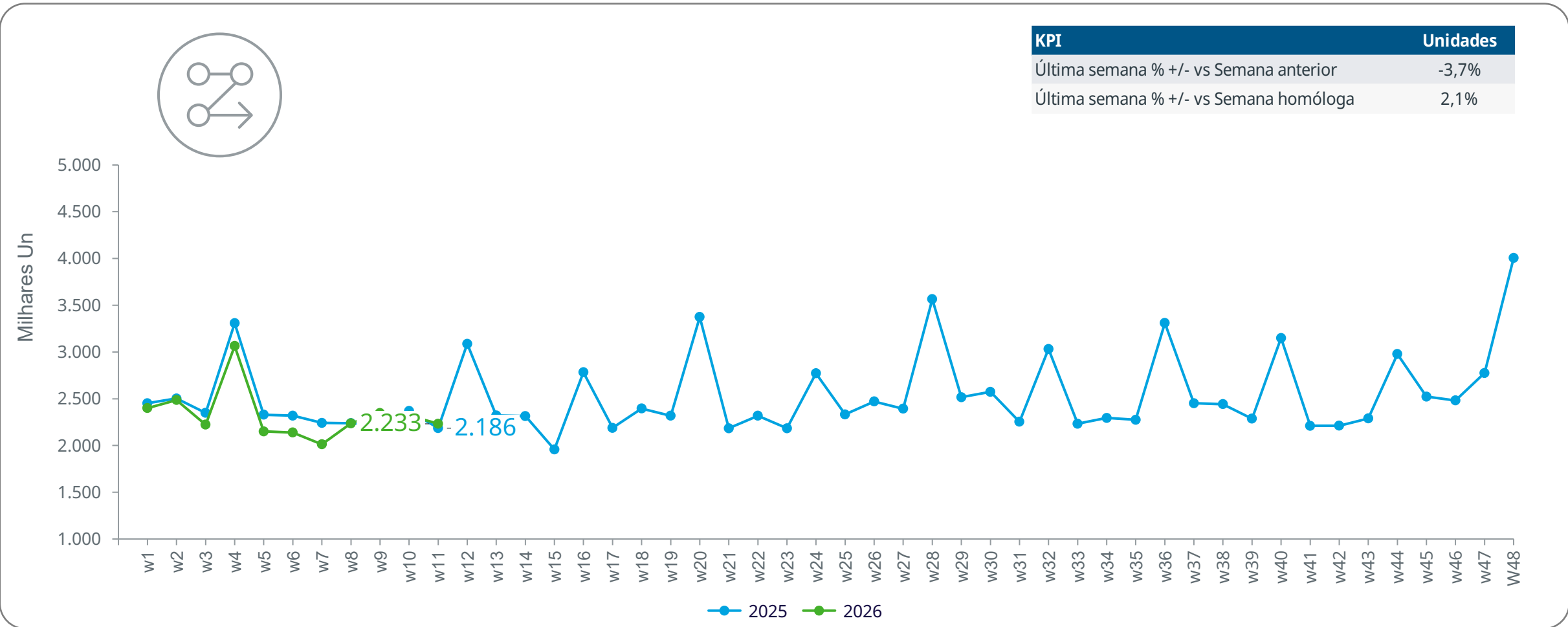
Fonte: IQVIA Portugal, PharmaScope XTrend (Weekly Sell-out, Powered by FlexView). Canal Farmácia. Não distribuir/ reenviar.

# Evolução semanal do mercado Consumer Health (Un) na Farmácia



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

W11: 15-21 março



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

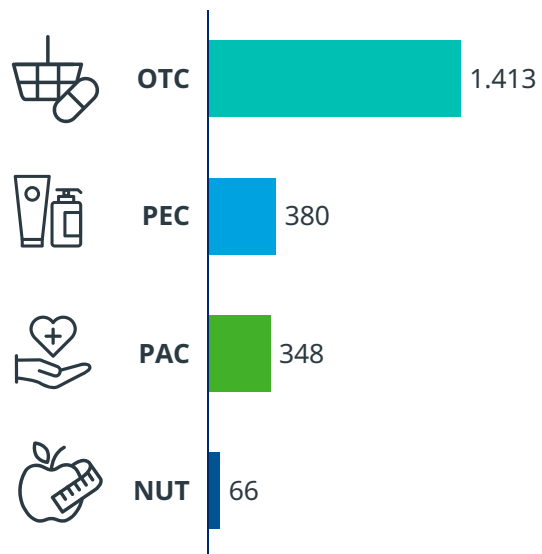
Segmentos CH Vendas em Valor, quota de mercado e crescimento vs semana homóloga



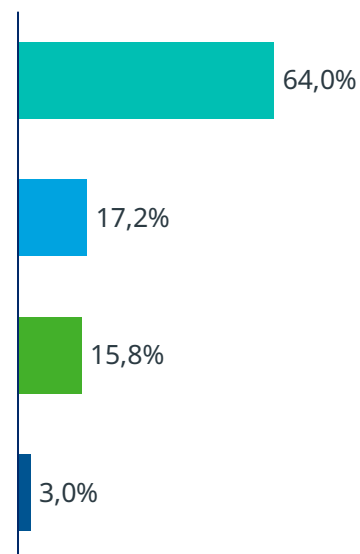
W11: 15-21 março

## Mercado de Consumer Health Farmácia (Milhões unidades, Semana 11)

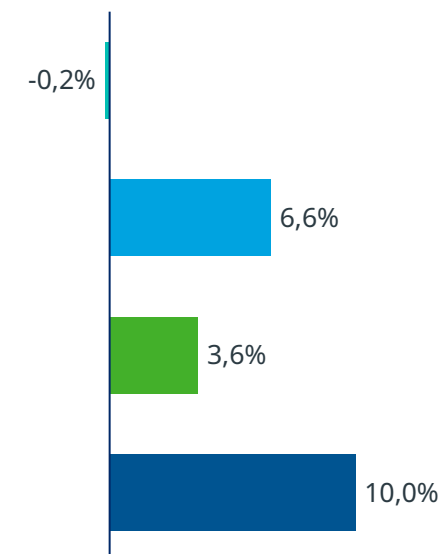
### Vendas (Milhões unidades)



### % 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



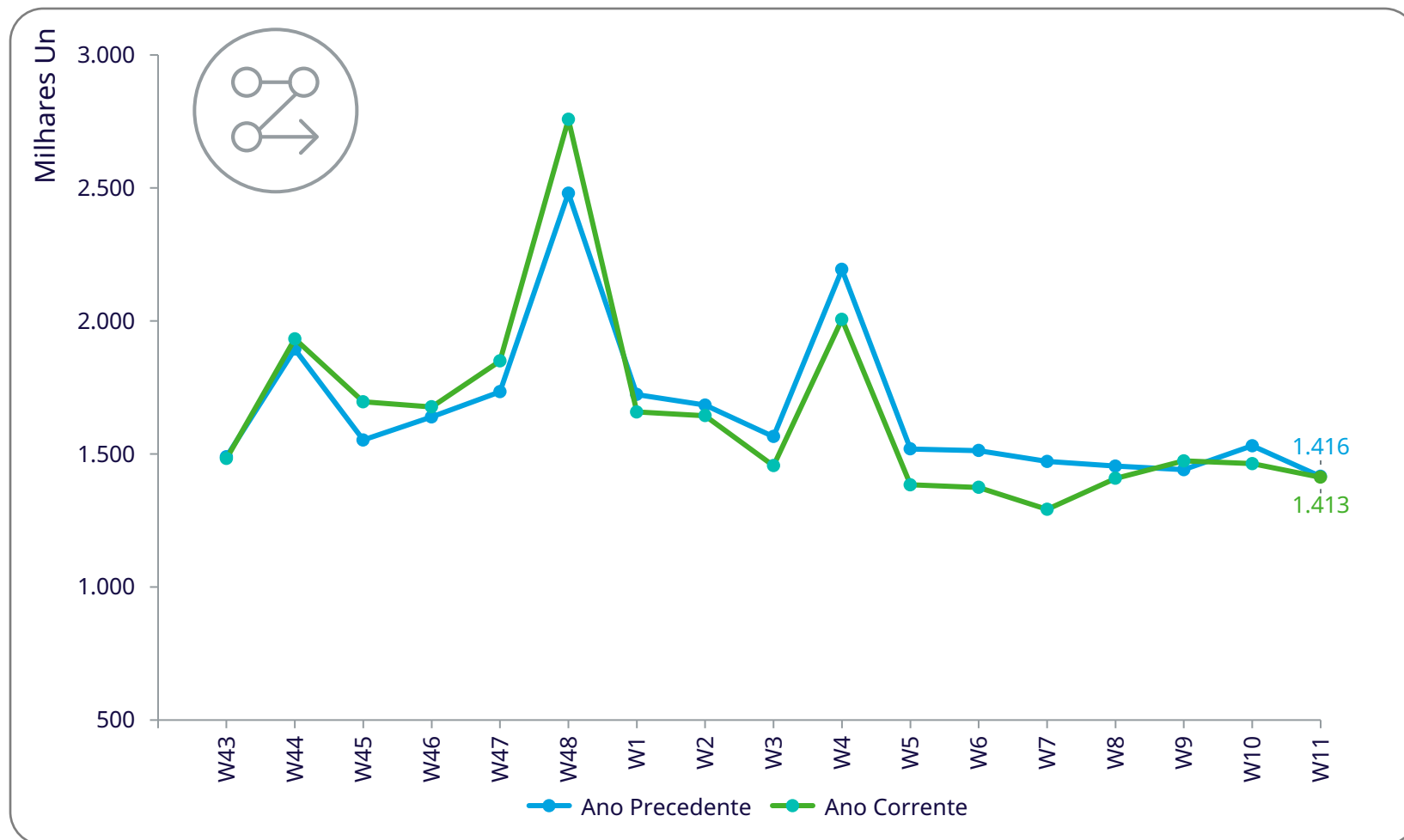
W11: 15-21 março

KPI	Unidades
Última semana % +/- vs Semana anterior	-3,5%
Última semana % +/- vs Semana homóloga	-0,2%

## Em análise estão representadas:

- w43 (15/11/2025) - w11 (15/03/2026)

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*



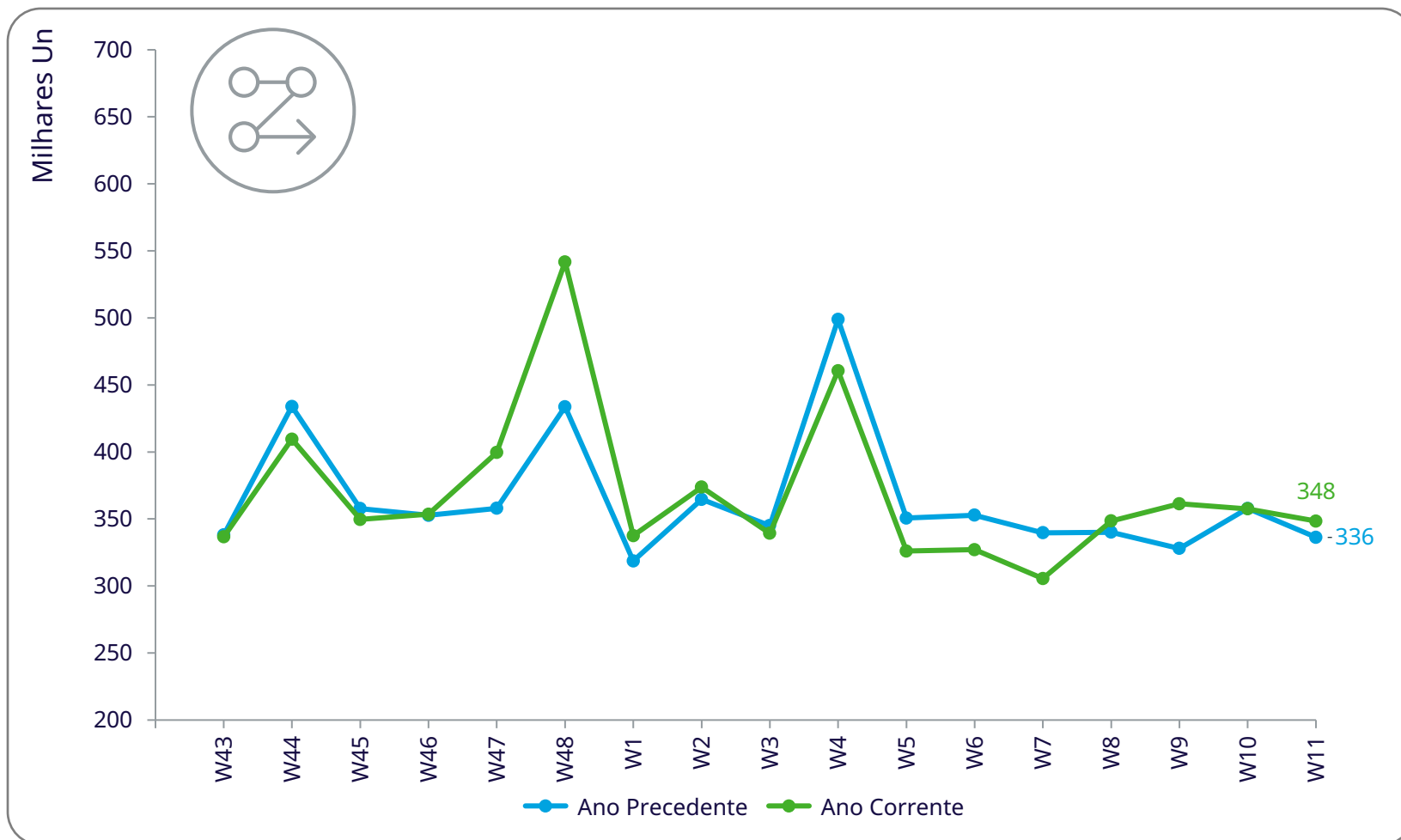
W11: 15-21 março

KPI	Unidades
Última semana % +/- vs Semana anterior	-2,6%
Última semana % +/- vs Semana homóloga	3,6%

## Em análise estão representadas:

- w43 (15/11/2025) - w11 (15/03/2026)

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



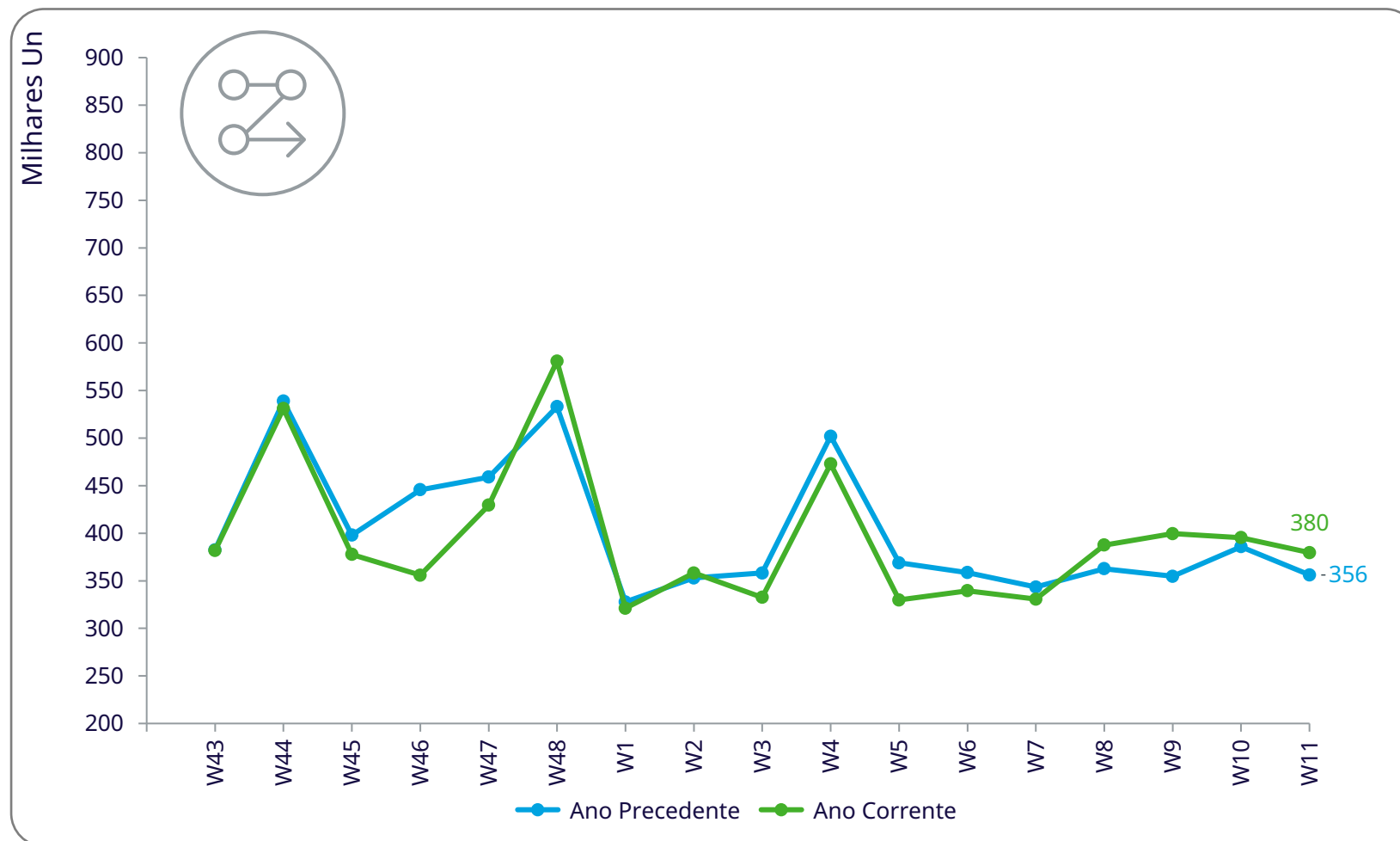
W11: 15-21 março

KPI	Unidades
Última semana % +/- vs Semana anterior	-4,0%
Última semana % +/- vs Semana homóloga	6,6%

## Em análise estão representadas:

- w43 (15/11/2025) - w11 (15/03/2026)

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



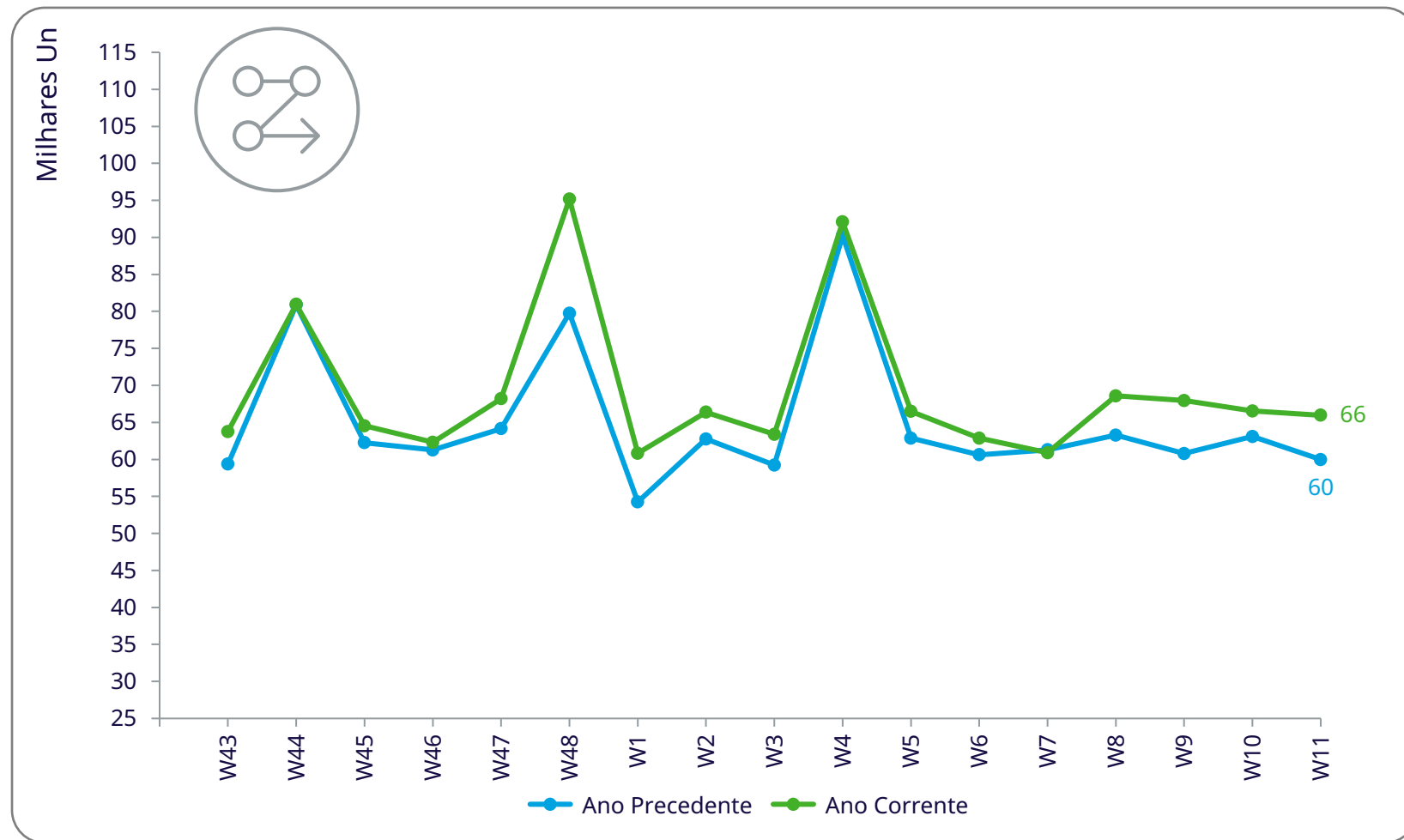
W11: 15-21 março

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

KPI	Unidades
Última semana % +/- vs Semana anterior	-0,9%
Última semana % +/- vs Semana homóloga	10,0%

## Em análise estão representadas:

- w43 (15/11/2025) - w11 (15/03/2026)
- 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



W11: 15-21 março

Classes Consumer Health NEC3	Ranking Vendas Eur	Cres. %PY Eur
56E4 SIST MONIT CONTIN GLICOSE	1	59,0%
02E1 ANALGESIC DOR MUSCUL TOP	2	9,1%
02A1 ANALGESICOS GER ADULTOS	3	4,2%
59Z1 OUT VETERINÁRIA	4	44,8%
10B1 ANTI-VARICOSOS	5	1,4%
01C1 PROD DORES DE GARGANTA	6	-4,8%
01B1 PROD CONSTIPACOES/GRIPES	7	-10,8%
56E2 TESTES DE GLICEMIA	8	-4,3%
82B5 PRO A-ENVEL/A-RUG MULHER	9	6,1%
07A3 LAGRIM ARTIF/LUBRIF OCUL	10	7,4%
04F3 SUPLEMENTOS DE MAGNESIO	11	22,3%
02G2 PROD ARTICULACOES SIST	12	4,4%
01A4 PRODUTOS TOSSE PRODUTIVA	13	-15,8%
01B2 DESCONGESTIONANT NASAIS	14	-1,6%
83F2 PROTECT SOLARES ADULTOS	15	59,7%

Classes Consumer Health NEC3	Ranking Vendas Eur	Cres. %PY Eur
01E1 A-ALERGICOS RESPIRAT/GER	16	29,1%
06F3 PROD TRATAMENTO FERIDAS	17	4,4%
13A3 PRODUTOS PARA DORMIR	18	6,2%
03F1 PROBIOTICOS P/AP DIGEST	19	15,0%
86H2 PROD ANTI-QUEDA CABELO	20	9,9%
03C2 LAX OSMOT EXC LAX SALIN	21	5,1%
01A5 PROD TOSSE SECA/PRODUTIV	22	-6,1%
30B1 SUPLEMENTOS NUTRICIONAIS	23	4,2%
86B1 CHAMPOS	24	5,3%
01F1 SOLUCOES SALINAS NASAIS	25	-0,1%
03C5 LAXANTES DE CONTACTO	26	7,6%
05G1 ESTIMULANTES COGNITIVOS	27	1,7%
83B1 PROD BELEZA USO GERAL	28	-7,3%
83H1 PROD BELEZA REGENER PELE	29	21,9%
03A4 PR COLON IRRIT/ESPAS DIG	30	15,8%

**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](mailto:info.marketing@iqvia.com)

Thank you

