



IQVIA Monitor Semanal

Evolução das vendas no canal Farmácia de
Medicamentos e Consumer Health

Semana 1 a 7 de Março 2026

IQVIA PORTUGAL

Destques da semana 1-7 Março vs semana homóloga no canal Farmácia



Semana 9: Dia 1 a 7/3/2026

					
9%	14%	13%	9%	5%	19%
Mercado Total Na última semana, o canal Farmácia cresceu 9% em volume (Un) e 18% em valor (Eur SP)	Total De Prescrição O total de vendas com prescrição cresceu 14% em volume (Un Rx) e 23% em valor (Eur SP Rx)	Regional A região de Maderia foi a região que mais cresceu em vendas em volume (13% Un) no mercado farmacêutico	Mercado Farmacêutico O mercado farmacêutico cresceu 9% em volume (Un) e 19% em valor (Eur SP)	Consumer Health O mercado de CH cresceu 5% em volume (Un) e 12% em valor (Eur SP)	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.



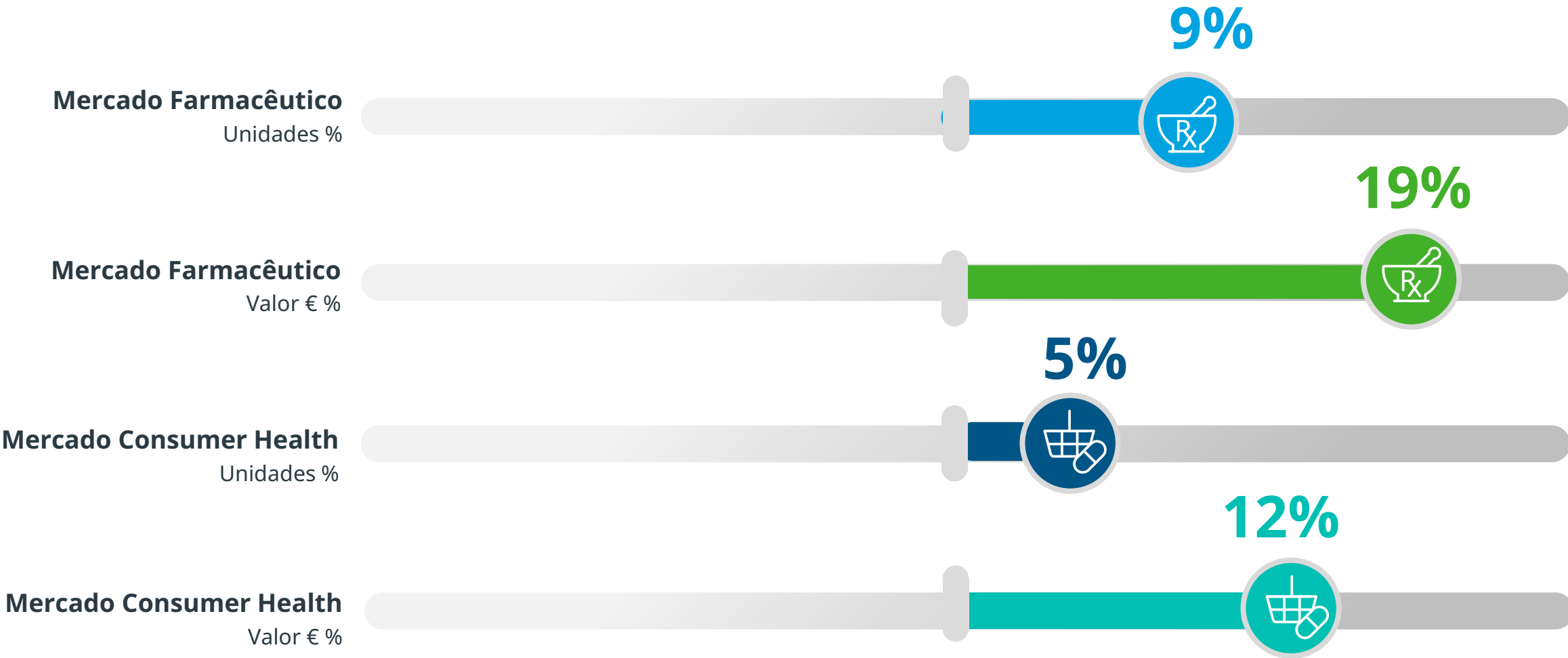
Índice

- 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 9: Dia 1 a 7/3/2026



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 9: Dia 1 a 7/3/2026



26%

**Mercado
Consumer Health**



74%

**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):

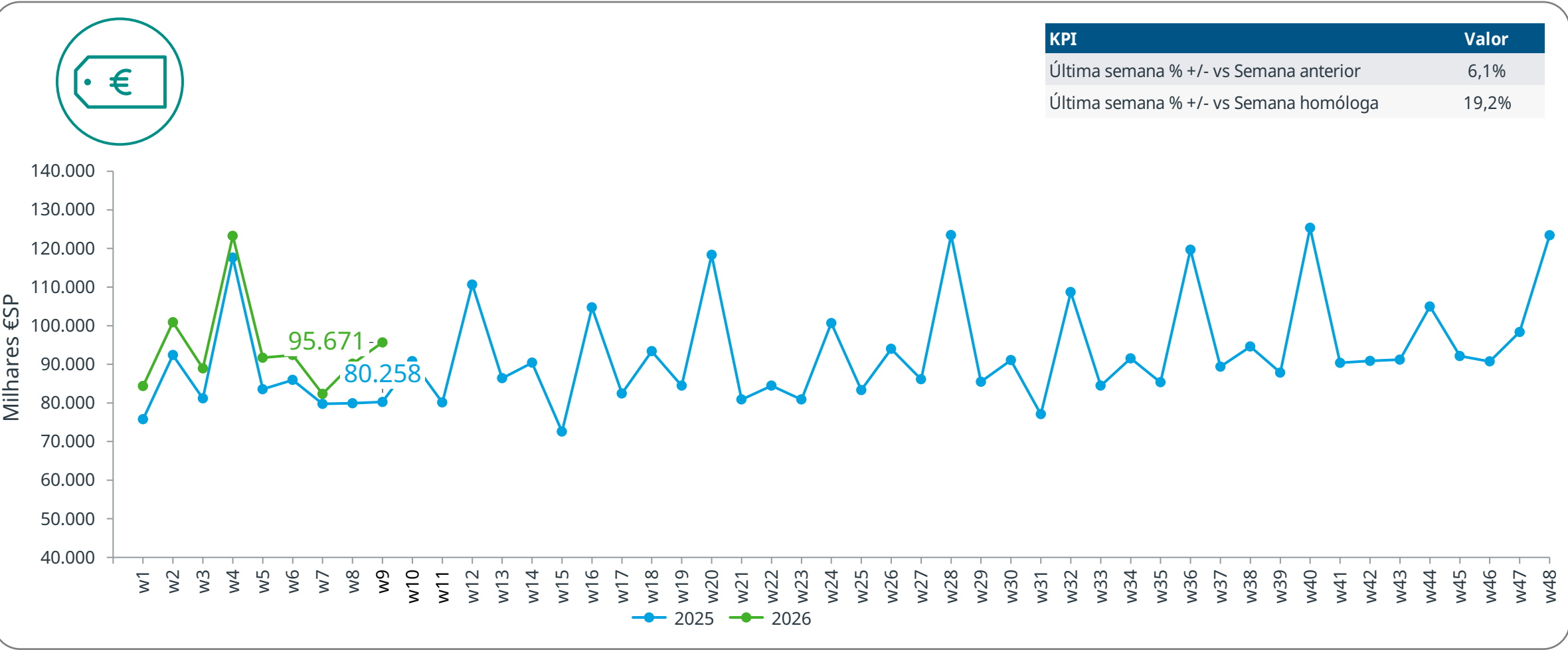
- TOP 30 ATC3
- TOP 30 Moléculas



Evolução semanal do Mercado Farmacêutico na Farmácia

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

W9: 1-7 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)

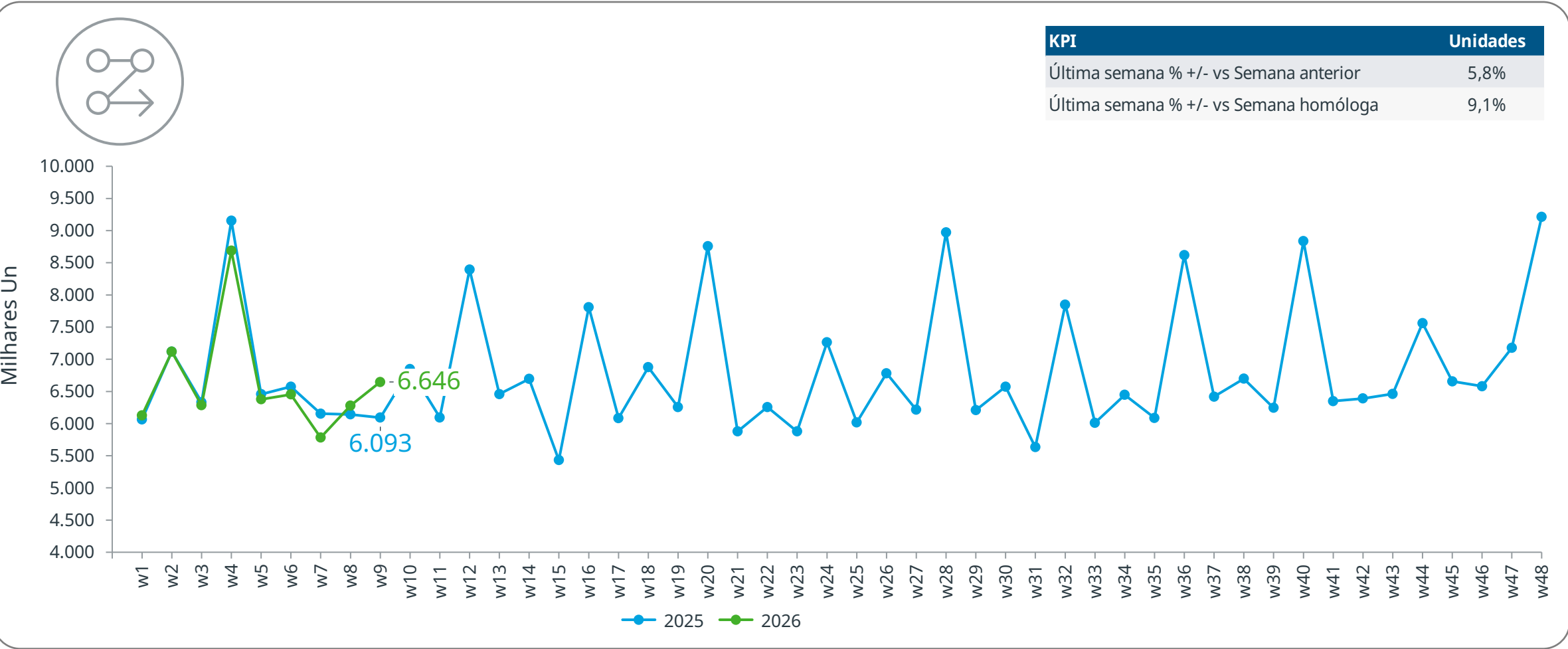
Fonte: IQVIA Portugal, PharmaScope XTrend (Weekly Sell-out, Powered by FlexView). Canal Farmácia. Não distribuir/ reenviar.



Evolução semanal do Mercado Farmacêutico na Farmácia

Mercado Farmacêutico (MSRM e MNSRM), vendas Unidades

W9: 1-7 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.

Ranking das Top Classes do Mercado Farmacêutico na Farmácia



W9: 1-7 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	24,4%
A10S AGONISTAS DA GLP-1	2	112,7%
B01F INIB DIRECTOS FACTOR XA	3	46,8%
N06A A-DEPRES/ESTABILIZ HUMOR	4	18,3%
C09D ANTAGON ANGIOTENS II ASS	5	17,8%
C10A PROD REGULADOR LIPIDICOS	6	13,4%
T02D TESTES DE DIABETES	7	8,4%
C10C REG.LIPIDOS ASSOCIACOES	8	28,7%
N02B ANALG N/NARCOTIC/A-PIRET	9	2,7%
A02B ANTIULCEROSOS	10	12,3%
N05A ANTIPSICOTICOS	11	12,1%
A10C INSULINAS HUMANAS/ANALOG	12	9,3%
A10N INIBIDORES DA DPP-IV	13	11,7%
M01A A-REUMATICOS N/ESTEROID	14	5,2%
R03L A-COLINERG+AGON B2 ASSOC	15	17,7%

Classes Terapêuticas ATC3	Ranking Vendas Eur	Cres. %PY Eur
R03F AGON B2+CORTICOIDES ASS	16	3,7%
N03A ANTIEPILEPTICOS	17	15,2%
C09B INIBIDORES ECA ASSOC	18	11,3%
G04C PRODUTOS USADOS NA HBP	19	12,8%
R01A PREP PARA USO NASAL TOP	20	0,2%
N05C TRANQUILIZANTES	21	8,4%
G03A CONTRACEPTIV HORMON SIST	22	6,6%
M02A ANTIREUMATICOS/ANALG TOP	23	9,0%
R06A A-HISTAMINICOS USO SIST	24	12,4%
B01C INIB AGREGACAO PLAQUETAR	25	-0,2%
C09C ANTAGON ANGIOTENS II SIM	26	13,7%
N07D MED DOENCA DE ALZHEIMER	27	9,7%
C07A BETABLOQUEANTES SIMPLES	28	9,4%
N06B PSYCOESTIMULANTES	29	52,5%
V07A TOD REST PROD N/TERAPEUT	30	27,4%

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.

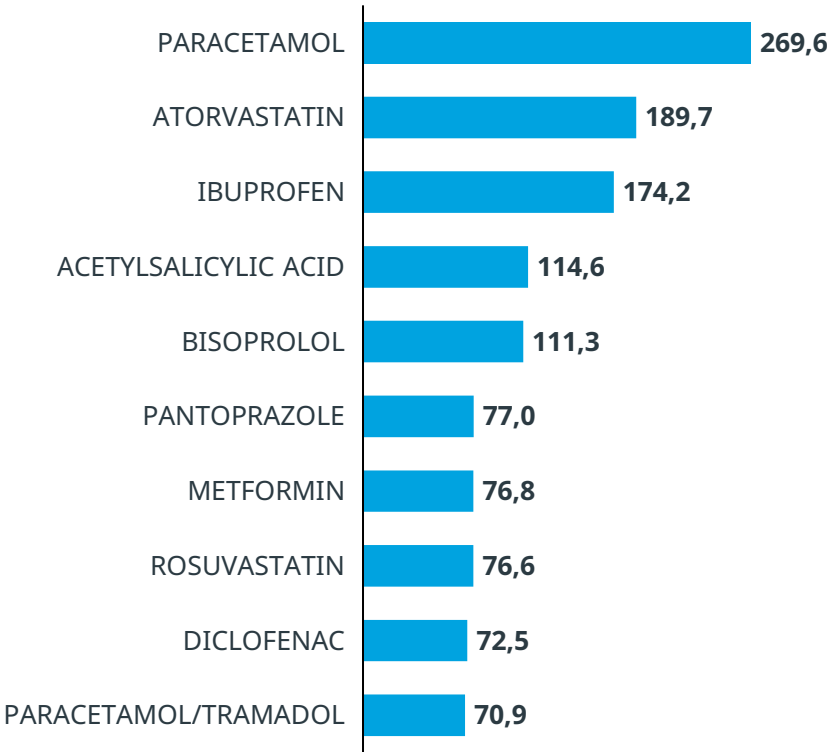
Ranking das Top Moléculas do Mercado Farmacêutico na Farmácia



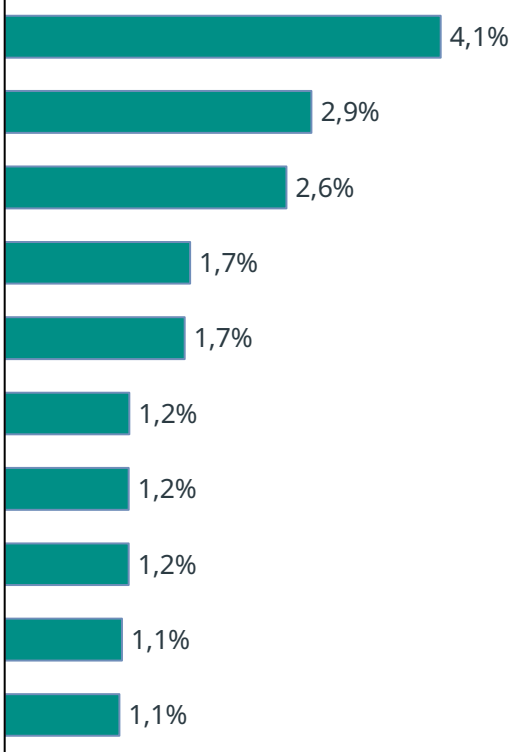
W9: 1-7 Março

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

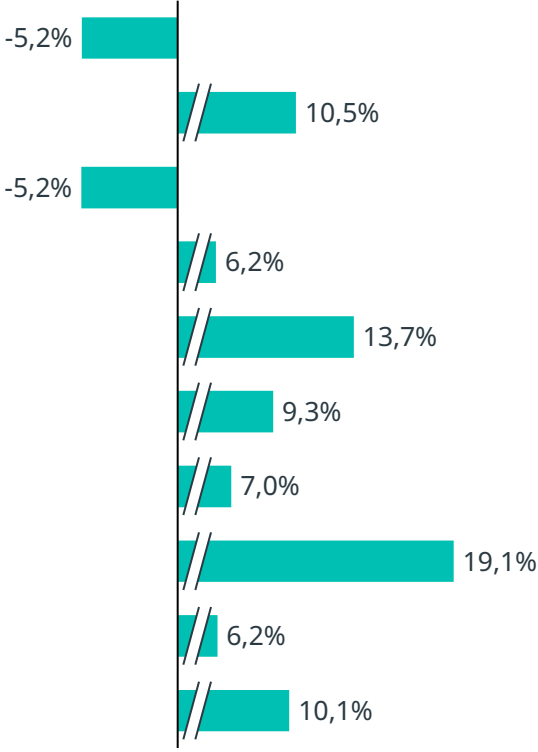
Top 10 Moléculas no canal Farmácia (Mil de Unidades)



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

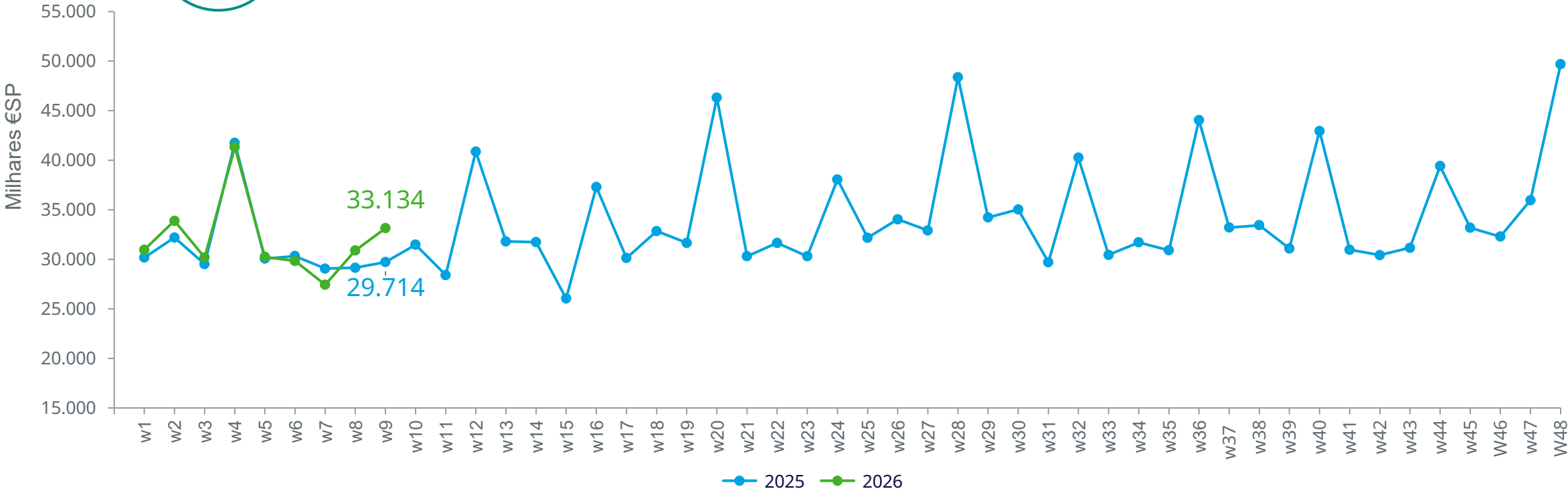


Mercado CH (MNSRM e outros produtos de saúde), vendas Valor (Eur SP)

W9: 1-7 Março



KPI	Valor
Última semana % +/- vs Semana anterior	7,3%
Última semana % +/- vs Semana homóloga	11,5%



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)

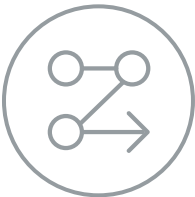
Fonte: IQVIA Portugal, PharmaScope XTrend (Weekly Sell-out, Powered by FlexView). Canal Farmácia. Não distribuir/ reenviar.

Evolução semanal do mercado Consumer Health (Un) na Farmácia

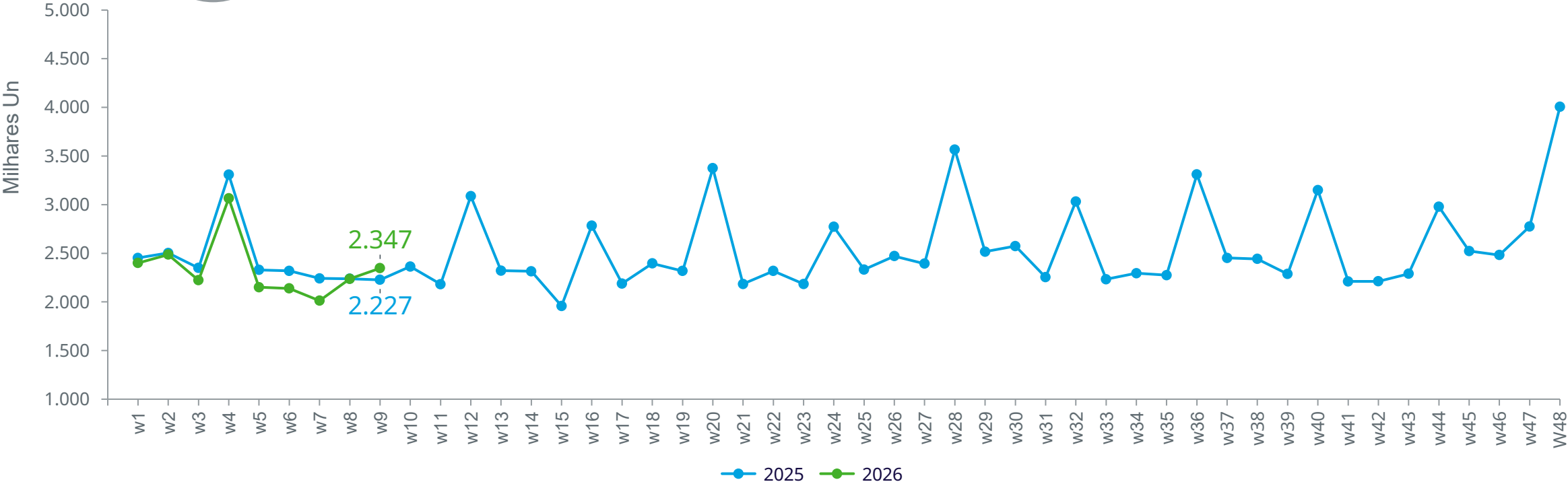


Mercado CH (MNSRM e outros produtos de saúde), vendas Un

W9: 1-7 Março



KPI	Unidades
Última semana % +/- vs Semana anterior	4,9%
Última semana % +/- vs Semana homóloga	5,4%



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 dos segmentos Consumer Health

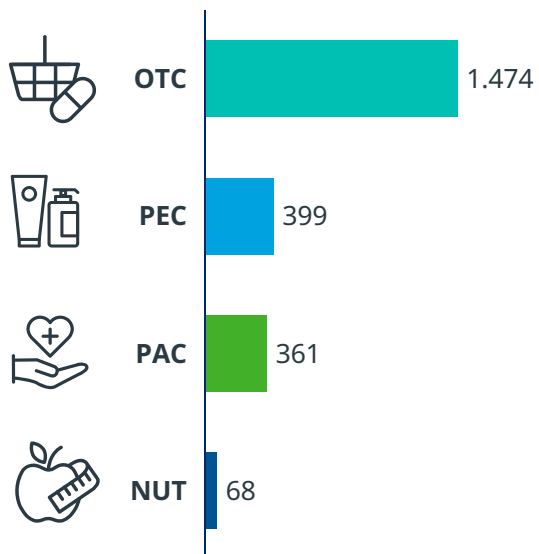
Segmentos CH Vendas em Valor, quota de mercado e crescimento vs semana homóloga



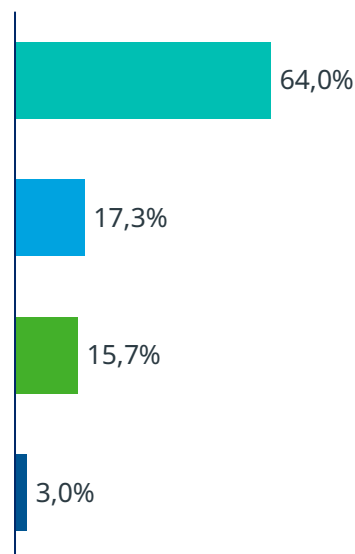
W9: 1-7 Março

Mercado de Consumer Health Farmácia (Milhões unidades, Semana 9)

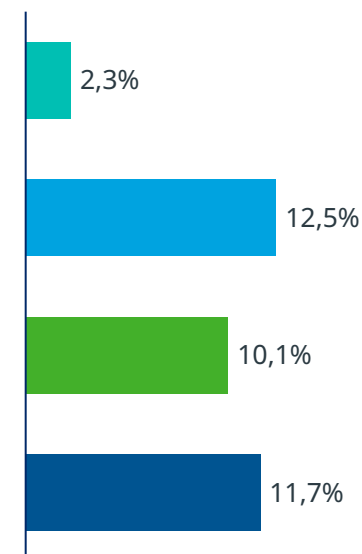
Vendas (Milhões unidades)



% 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

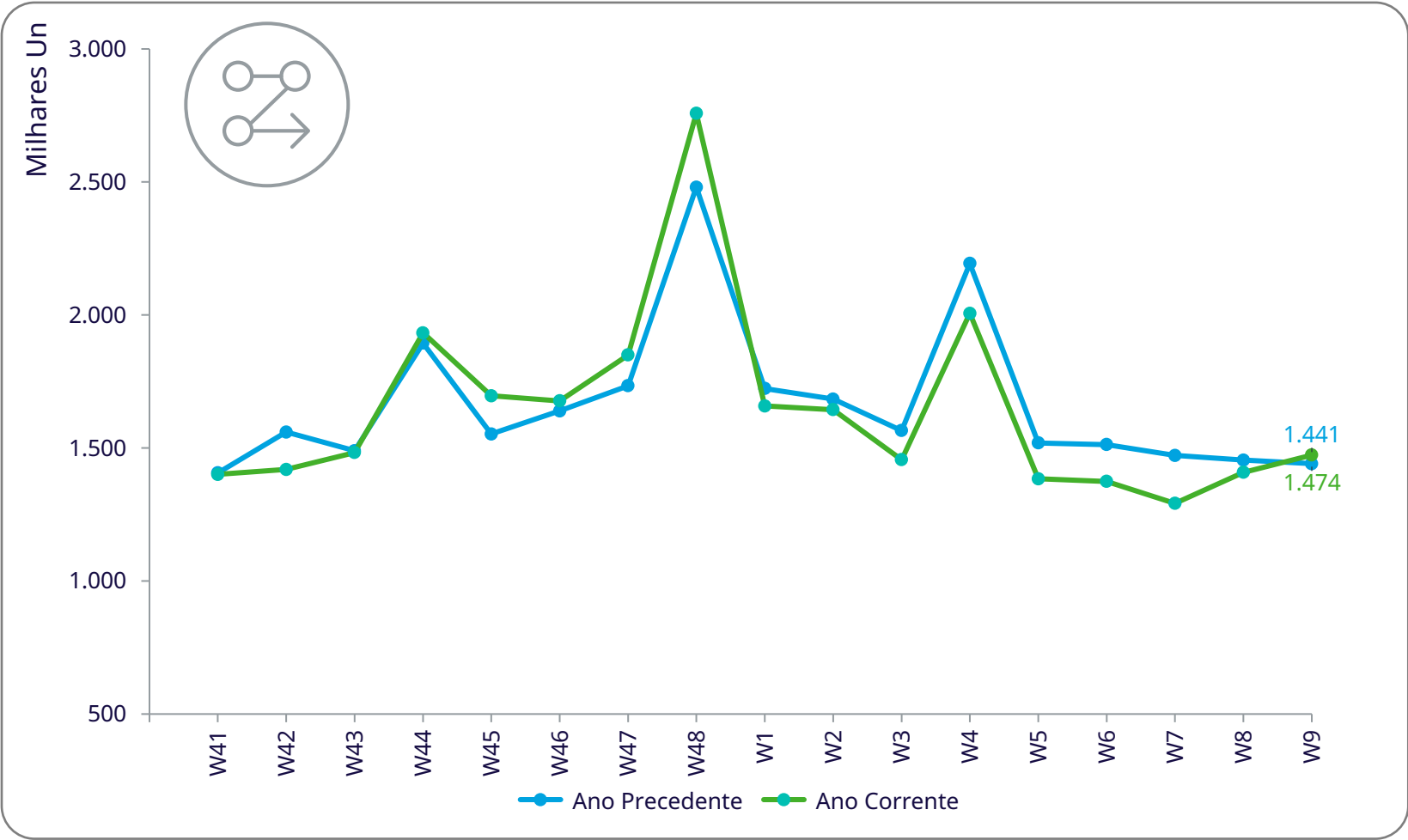


W9: 1-7 Março

KPI	Unidades
Última semana % +/- vs Semana anterior	4,7%
Última semana % +/- vs Semana homóloga	2,3%

Em análise estão representadas:

- w41 (01/11/2025) - w9 (01/03/2026)
- 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

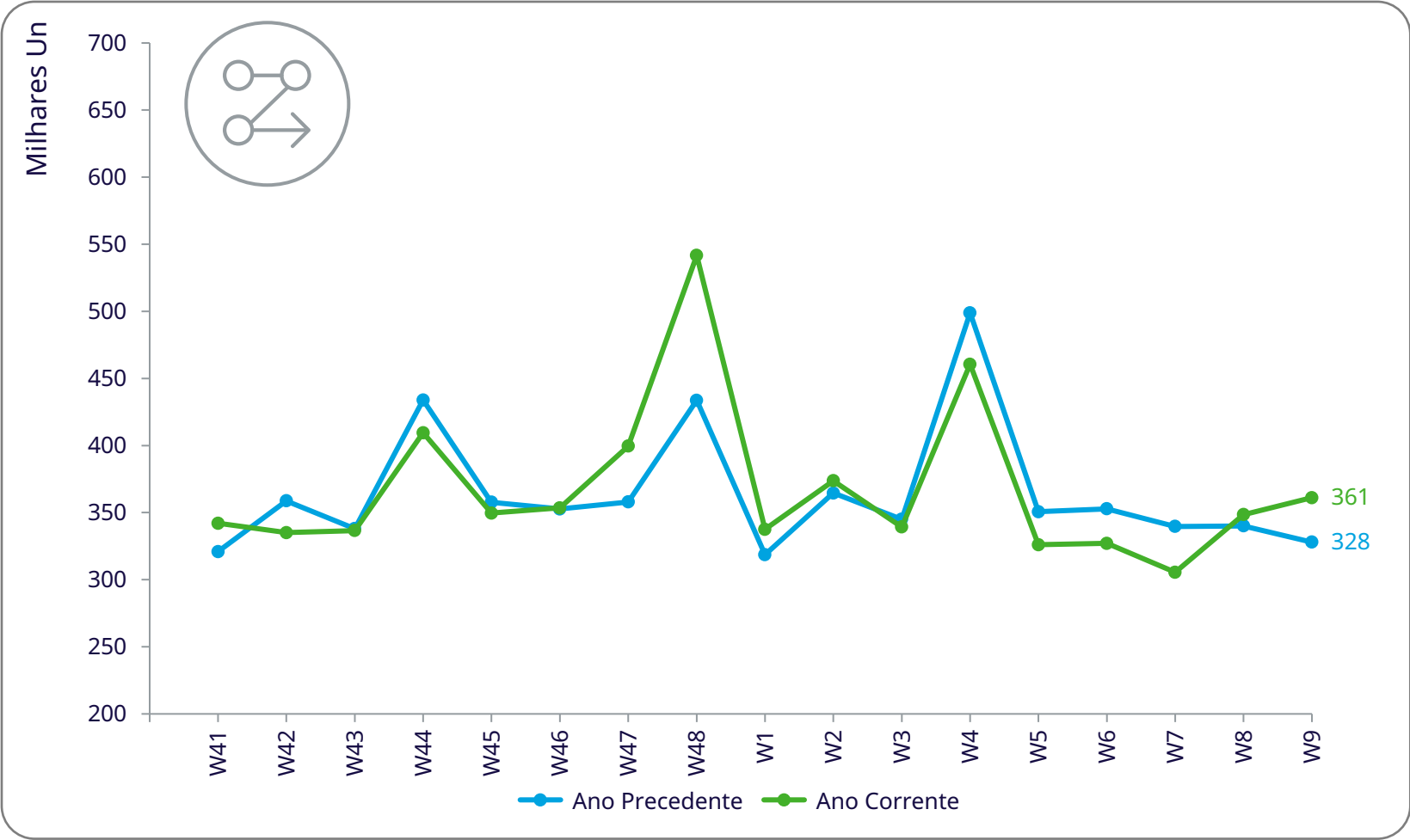


W9: 1-7 Março

KPI	Unidades
Última semana % +/- vs Semana anterior	3,6%
Última semana % +/- vs Semana homóloga	10,1%

Em análise estão representadas:

- w41 (01/11/2025) - w9 (01/03/2026)
- 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

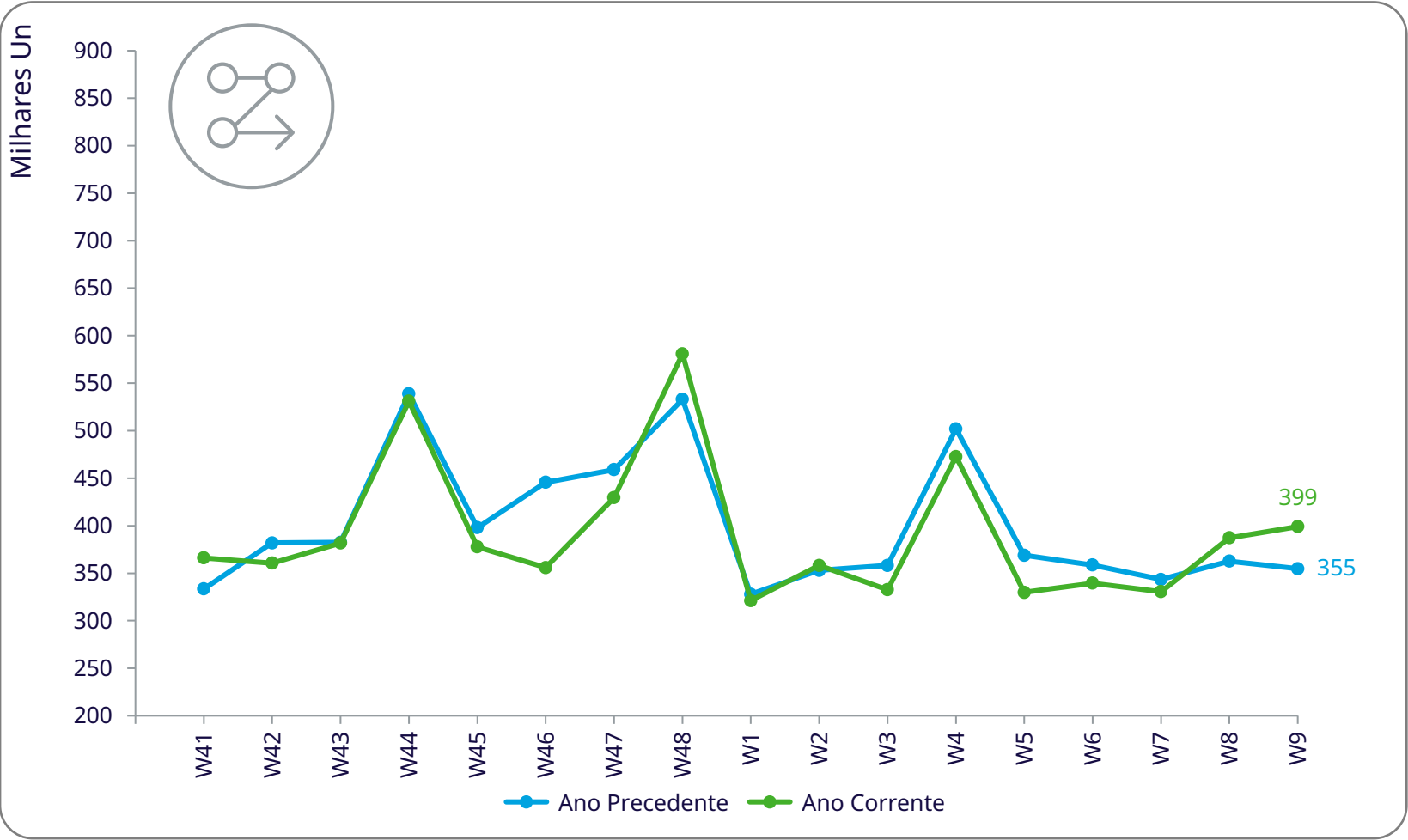


W9: 1-7 Março

KPI	Unidades
Última semana % +/- vs Semana anterior	3,1%
Última semana % +/- vs Semana homóloga	12,5%

Em análise estão representadas:

- w41 (01/11/2025) - w9 (01/03/2026)
- 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



W9: 1-7 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	11,7%

Em análise estão representadas:

- w41 (01/11/2025) - w9 (01/03/2026)

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



W9: 1-7 Março

Classes Consumer Health NEC3	Ranking Vendas Eur	Cres. %PY Eur
56E4 SIST MONIT CONTIN GLICOSE	1	16,3%
02E1 ANALGESIC DOR MUSCUL TOP	2	11,2%
02A1 ANALGESICOS GER ADULTOS	3	3,3%
10B1 ANTI-VARICOSOS	4	11,2%
01B1 PROD CONSTIPACOES/GRIPES	5	-13,9%
56E2 TESTES DE GLICEMIA	6	3,5%
01C1 PROD DORES DE GARGANTA	7	-8,4%
59Z1 OUT VETERINÁRIA	8	27,0%
82B5 PRO A-ENVEL/A-RUG MULHER	9	25,5%
07A3 LAGRIM ARTIF/LUBRIF OCUL	10	17,8%
02G2 PROD ARTICULACOES SIST	11	15,5%
04F3 SUPLEMENTOS DE MAGNESIO	12	26,4%
01A4 PRODUTOS TOSSE PRODUTIVA	13	-22,1%
01B2 DESCONGESTIONANT NASAIS	14	-4,2%
06F3 PROD TRATAMENTO FERIDAS	15	17,5%

Classes Consumer Health NEC3	Ranking Vendas Eur	Cres. %PY Eur
86H2 PROD ANTI-QUEDA CABELO	16	29,1%
01E1 A-ALERGICOS RESPIRAT/GER	17	24,6%
03F1 PROBIOTICOS P/AP DIGEST	18	22,8%
13A3 PRODUTOS PARA DORMIR	19	10,3%
03C2 LAX OSMOT EXC LAX SALIN	20	13,3%
83F2 PROTECT SOLARES ADULTOS	21	39,0%
86B1 CHAMPOS	22	14,1%
01A5 PROD TOSSE SECA/PRODUTIV	23	-14,9%
03C5 LAXANTES DE CONTACTO	24	16,2%
30B1 SUPLEMENTOS NUTRICIONAIS	25	20,8%
83B1 PROD BELEZA USO GERAL	26	0,4%
01F1 SOLUCOES SALINAS NASAIS	27	-2,8%
05G1 ESTIMULANTES COGNITIVOS	28	16,6%
83H1 PROD BELEZA REGENER PELE	29	24,1%
03G1 ANTIACIDOS	30	10,4%

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

