

Pharmacy Market Watch

Julho 2025

No mês de Julho de 2025 o mercado farmacêutico registou uma variação de +10,0% no Sell Out em valor e +1,1% em unidades, face ao mesmo mês do ano anterior.

No segmento Pharma registou-se uma variação de +9,1% de Sell Out em valor, correspondendo a um acréscimo de 27,7 M€, enquanto que no segmento Consumer Healthcare a variação foi de 4,6% correspondendo a um acréscimo de 5,7 M€.

Rui Sebastião
Market Intelligence & Analytics
ruisebastiao@hmr.co.com

We believe in the power of **knowledge.**

Deep knowledge of the market is the first step in delivering unique market insights.

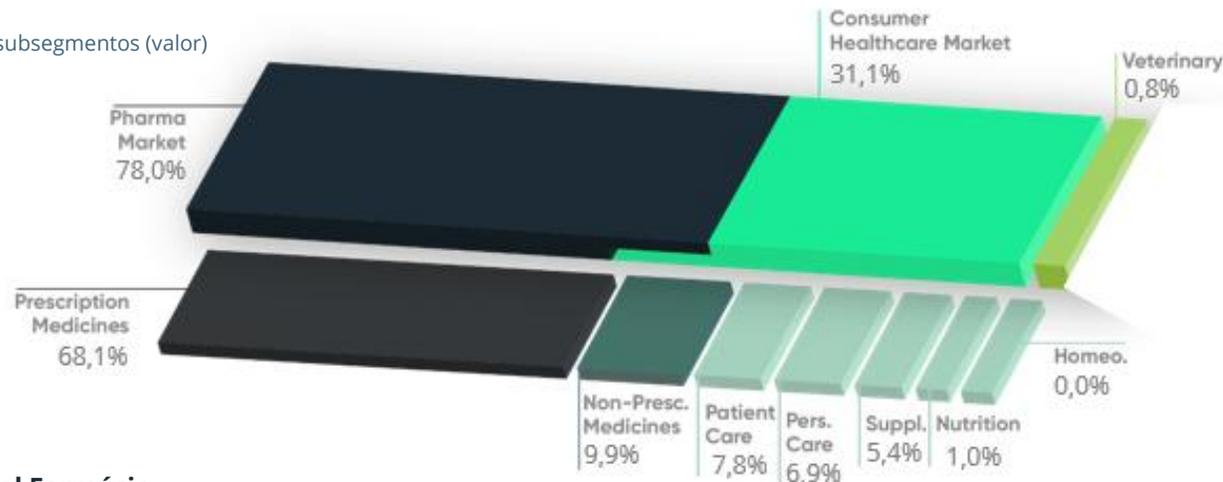
This information is what takes us further and provides greater meaning to the data and numbers that are used to analyse the market in the most efficient manner possible.

**Because we believe in the power of knowledge
and where it can lead us.**

Mercado Total

Dinâmica do canal Farmácia

Julho'25
Peso por segmento e subsegmentos (valor)



No mês de Julho de 2025 o mercado farmacêutico registou uma variação de +10,0% no Sell Out em valor e +0,9% em unidades, face ao mesmo mês do ano anterior.

No segmento **Pharma** registou-se uma variação de +11,3% de Sell Out em valor, correspondendo a um acréscimo de +37,5 M€. Em volume, a variação foi de 1,9%, representando +0,5 M unidades.

O segmento **Consumer Healthcare** apresentou, em valor, uma variação de 4,4% correspondendo a 6,2 M€ e em volume uma variação de -3,1%, representando -0,33M unidades.

Destaques para o subsegmento **Non Prescription (OTC) – Generic** com uma variação de +9,9% em valor e 3,4% em volume.

O comportamento do mercado, no YTD Julho'25, apresenta uma tendência de variação positiva em valor e em volume, com uma variação de +9,2% e +1,8%, respetivamente.

Dinâmica do canal Farmácia

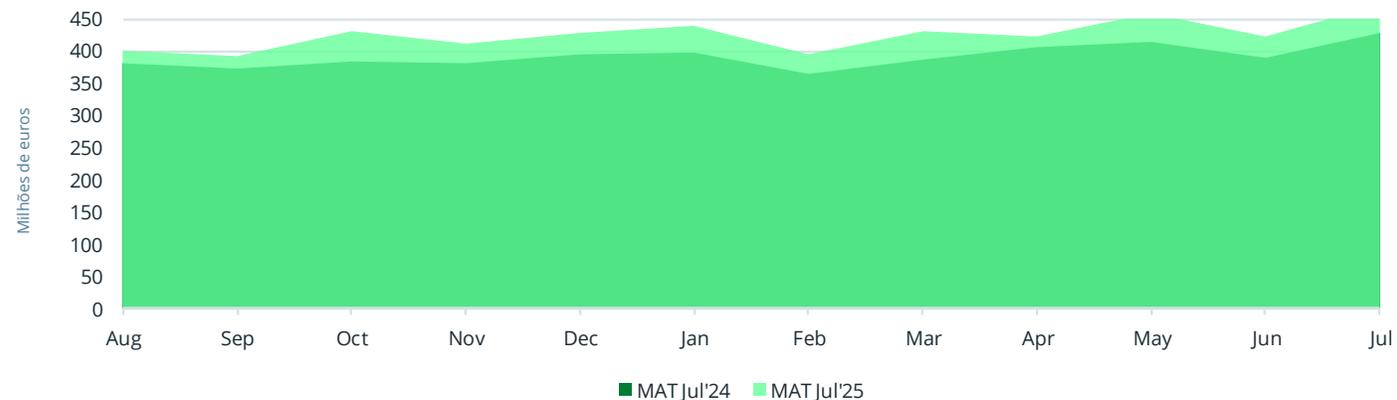
Por subsegmentos

	July 2025						YTD July 2025					
	VALOR			VOLUME			VALOR			VOLUME		
	M€	Q.M.	VARIAÇÃO	M UNID.	Q.M.	VARIAÇÃO	M€	Q.M.	VARIAÇÃO	M UNID.	Q.M.	VARIAÇÃO
Mercado Total	472,3	100,0%	10,0%	33,7	100,0%	0,9%	3 044,7	100,0%	9,2%	223,8	100,0%	1,8%
Pharma Market	368,3	78,0%	11,3%	27,4	81,3%	1,9%	2 410,4	79,2%	9,9%	185,2	82,7%	2,4%
Consumer Healthcare	147,0	31,1%	4,4%	10,4	30,8%	-3,1%	928,7	30,5%	4,5%	67,2	30,0%	-2,0%
Prescription Medicines	321,5	68,1%	12,9%	23,1	68,6%	2,8%	2 094,0	68,8%	11,4%	155,4	69,4%	3,6%
Branded	237,3	50,3%	17,5%	13,2	39,3%	3,4%	1 524,8	50,1%	13,1%	89,0	39,7%	3,0%
Generic	84,1	17,8%	1,5%	9,9	29,3%	2,1%	569,2	18,7%	7,3%	66,4	29,7%	4,3%
Non Prescription (OTC)	46,9	9,9%	1,9%	4,3	12,7%	-3,0%	316,4	10,4%	1,0%	29,8	13,3%	-3,2%
Branded	43,8	9,3%	1,4%	3,9	11,5%	-3,6%	294,7	9,7%	0,2%	27,0	12,1%	-4,0%
Generic	3,1	0,7%	9,9%	0,4	1,2%	3,4%	21,7	0,7%	12,5%	2,7	1,2%	5,6%
Homeopathy	0,1	0,0%	-2,2%	0,0	0,0%	-8,3%	0,6	0,0%	-1,2%	0,1	0,0%	-9,3%
Nutrition	4,8	1,0%	8,8%	0,3	0,8%	3,3%	30,7	1,0%	7,6%	1,8	0,8%	0,3%
Patient Care	36,7	7,8%	7,0%	2,8	8,3%	-7,9%	226,1	7,4%	8,3%	17,0	7,6%	-3,2%
Personal Care	32,7	6,9%	3,4%	1,8	5,3%	0,9%	181,7	6,0%	6,0%	10,1	4,5%	1,8%
Supplements	25,7	5,4%	5,9%	1,2	3,6%	1,6%	173,2	5,7%	4,5%	8,5	3,8%	-0,4%
Veterinary	3,8	0,8%	2,1%	0,2	0,6%	-3,4%	21,9	0,7%	3,6%	1,2	0,5%	-1,6%

Mercado Total

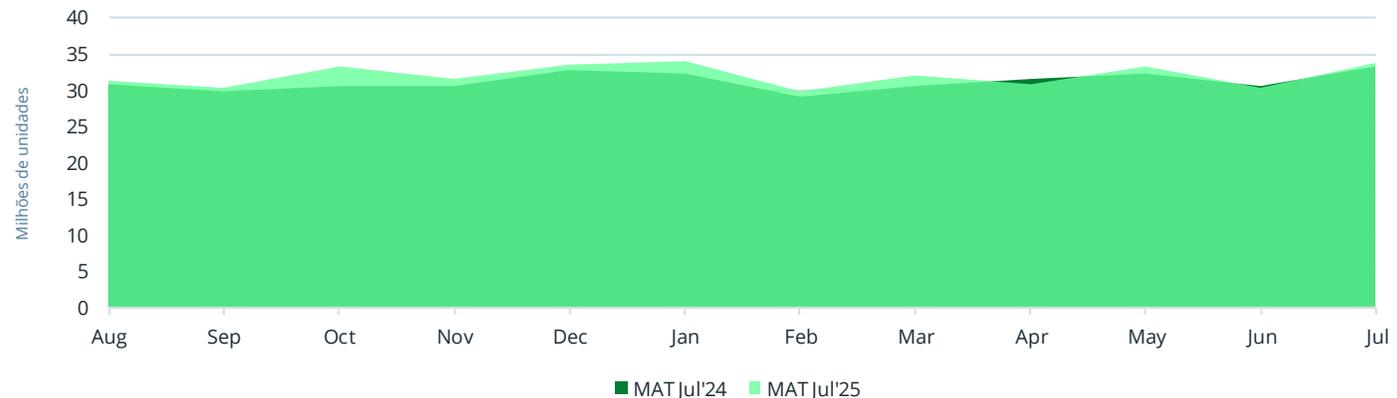
Evolução mensal em valor

Agosto'23 – Julho'25



Evolução mensal em volume

Agosto'23 – Julho'25



Regista-se uma variação face ao mês anterior de 11,5% e de 11,4% em valor e volume, respetivamente.

Nos últimos 12 meses o mercado, quer em valor, quer em volume (nesta última métrica com exceção Abril'25), tem sido sempre superior aos meses do período homólogo.

Em acumulado nos últimos 12 meses (MAT Julho'25) o mercado apresenta uma variação em valor de +405,8 M€ (+8,6%) comparativamente com o período homólogo, e em volume de +9,24 M unidades (+2,5%).

Pharma Market



Maiores variações absolutas em valor | YTD Julho'25

Classes ATC3

rank var abs	rank valor	ATC3	Var. Abs. M€	Var.
1	2	A10S - Agonista do GLP-1	55,03	86,1%
2	1	A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	36,53	22,5%
3	4	N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor	10,23	11,0%
4	6	C10A - Produtos reguladores de lípidos	8,16	10,0%
5	8	C10C - Associações entre reguladores de lípidos	7,79	14,0%

Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	2	Mounjaro	48,85	-
2	4	Eliquis	26,36	269,2%
3	21	Apixabano Mylan	9,90	328,4%
4	1	Forxiga	9,02	217%
5	22	Prevenar	7,45	164,0%

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Julho'25

Classes ATC3

rank var abs	rank volume	ATC3	Var. Abs. M Unid	Var.
1	9	A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	0,79	22,1%
2	3	N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor	0,68	8,3%
3	2	C10A - Produtos reguladores de lípidos	0,68	6,8%
4	16	C10C - Associações entre reguladores de lípidos	0,60	27,0%
5	35	A11C - Vitamina A Vitamina D e associação das duas	0,30	22,4%

Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	32	Eliquis	0,38	270,4%
2	77	Apixabano Mylan	0,28	330,6%
3	3	Eutirox	0,21	14,4%
4	8	Forxiga	0,21	217%
5	136	Propranolol Generis	0,20	383,4%

Em YTD Julho'25 a classe terapêutica "A10S - Agonista do GLP-1" obtém o maior crescimento absoluto em valor, com uma variação de +55,03 M€ (+86,1%) face ao período homólogo. As marcas **Mounjaro**[®] e **Eliquis**[®] revelam-se importantes alavancas de crescimento, com variações em valor de +48,85 M€ e +26,36 M€ correspondendo a uma variação positiva de +269,2% face ao período homólogo para a segunda marca.

No que respeita às dispensas em volume desde o início do ano, a classe ATC3, "A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)" apresenta um crescimento absoluto de +0,79 M Unid face ao período homólogo (+22,1% em termos relativos).

O segundo lugar de variação absoluta em volume é ocupado pela classe "N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor", com um crescimento absoluto de +0,68 M Unid face ao período homólogo (+8,3% em termos relativos).

No TOP 5 de marcas com maiores variações positivas nas dispensas, em volume, encontra-se na primeira posição o **Eliquis**[®] com uma variação de +0,38 M Unid.

Pharma Market | Generic

Maiores variações absolutas em valor | YTD Julho'25

DCIs

rank var abs	rank valor	DCI	Var. Abs. M€	Var.
1	3	Rivaroxabano	10,60	210,9%
2	1	Atorvastatina	3,86	12,8%
3	2	Rosuvastatina	2,58	15,5%
4	72	Atorvastatina + Ezetimiba	2,52	-
5	6	Pantoprazol	1,57	14,2%

Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	1	Apixabano Mylan	9,90	328,4%
2	4	Rivaroxabano Generis	3,45	516,2%
3	6	Rivaroxabano Zentiva	2,12	114,9%
4	15	Rivaroxabano Ratiopharm	2,08	434,4%
5	8	Rivaroxabano Viatrix	1,60	87,8%

No TOP 5 de DCIs de medicamentos genéricos com crescimento absoluto em valor mais acentuado em YTD Julho'25 encontram-se o Rivaroxabano e o Atorvastatina, que neste período cresceram respetivamente +10,60 M€ e +3,86 M€ face ao período homólogo.

Destaque para o **Apixabano Mylan®** que apresenta crescimento absoluto no mercado de +9,90 M€.

No TOP 5 de DCIs com maiores variações absolutas em volume encontra-se na primeira posição o **Rivaroxabano**, com uma variação de +0,45 M Unid. Em segundo lugar no ranking de moléculas com maior variação absoluta em volume encontra-se o **Atorvastatina** com +0,36 M Unid.

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Julho'25

DCIs

rank var abs	rank volume	DCI	Var. Abs. M Unid	Var.
1	28	Rivaroxabano	0,45	241,7%
2	1	Atorvastatina	0,36	7,4%
3	4	Rosuvastatina	0,25	15,5%
4	5	Bisoprolol	0,21	14,1%
5	73	Propranolol	0,20	353,8%

Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	18	Apixabano Mylan	0,28	330,6%
2	32	Propranolol Generis	0,20	383,4%
3	40	Alopurinol Generis	0,16	339,2%
4	14	Atorvastatina Aurobindo	0,15	64,5%
5	76	Rivaroxabano Generis	0,13	535,6%

Consumer Health Market



Maiores variações absolutas em valor | YTD Julho'25

Classes HMR

rank var abs	rank valor	HMR3	Var. Abs. M€	Var.
1	31	H26.4.10. - Bombas de insulina e acessórios	7,21	-
2	1	H26.4.12. - Medição de glicose contínua	5,24	14,8%
3	7	H16.4.1 - Anti envelhecimento e anti rugas mulher	2,56	12,2%
4	11	H07.1.1 - Lubrificantes e lágrimas artificiais	1,91	10,6%
5	3	H02.1.1 - Analgésicos e Antipiréticos	1,91	6,4%

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Julho'25

Classes HMR

rank var abs	rank volume	HMR3	Var. Abs. M Unid	Var.
1	1	H02.1.1 - Analgésicos e Antipiréticos	0,10	2,1%
2	65	H26.4.9. - Canetas e agulhas	0,07	31,3%
3	20	H26.4.12. - Medição de glicose contínua	0,06	9,0%
4	9	H07.1.1 - Lubrificantes e lágrimas artificiais	0,06	4,6%
5	33	H17.7.1 - Regenerador de pele	0,06	12,1%

Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	13	Medtronic	6,71	-
2	69	Tandem	2,75	-
3	1	Freestyle	2,03	5,3%
4	126	Xistab	1,59	642,6%
5	28	Dioflav	1,52	43,9%

Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	130	Rhinomer	0,08	157,5%
2	287	Zenayr	0,05	-
3	227	Dafarmácia	0,05	334,8%
4	71	Dioflav	0,04	25,6%
5	3	Alvita	0,04	3,6%

No TOP 5 de classes HMR3 do segmento Consumer Health com maior crescimento em valor em YTD Julho'25 salientam-se as classes "H26.4.10. - Bombas de insulina e acessórios" e "H26.4.12. - Medição de glicose contínua" com um crescimento face ao período homólogo de +7,21M€ e +5,24 M€, respectivamente.

Entre as marcas com maior variação absoluta em YTD Julho'25 destaque para o **Medtronic**® com um crescimento absoluto de 6,71 M€ face ao período homólogo.

No TOP 5 de classes HMR3 do segmento Consumer Health com maior crescimento em volume em YTD Julho'25 salientam-se as classes "H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos" e "H26.4.9. - Canetas e agulhas" com um crescimento face ao período homólogo de +0,10 M Unid (+2,1%) e +0,07 M Unid (+31,3%), respectivamente.

Entre as marcas com maior variação absoluta em YTD Julho'25 destaque para o **Rhinomer**® com um crescimento superior a +157,5% face ao período homólogo.

Consumer Health Market | TOP3 Marcas (1/2)



OTCs em valor

YTD Julho'25

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	48	Xistab	1591639	642,6%
2	8	Dioflav	1521142	43,9%
3	10	Aero-OM	580311	13,8%

OTCs em unidades

YTD Julho'25

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	123	Zenayr	51291	-
2	39	Dioflav	44476	25,6%
3	145	Loperamida Imocalm	35638	600,7%

Supplements em valor

YTD Julho'25

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	15	Fisiogen	521062	28,4%
2	3	BioActivo	505986	13,0%
3	19	Vicks	448948	29,0%

Supplements em unidades

YTD Julho'25

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	14	Vicks	19853	25,3%
2	19	Fisiogen	19364	28,6%
3	129	Kilofitpic	13810	>1000%

Personal Care em valor

YTD Julho'25

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	6	Filorga	1251138	19,4%
2	3	Uriage	1110385	10,6%
3	1	Avène	966970	7,8%

Personal Care em unidades

YTD Julho'25

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	8	Caudalie	30770	13,3%
2	7	SVR	23407	8,2%
3	3	Bioderma	22017	4,6%

OTC

No TOP 3 marcas do segmento OTC com maiores variações absolutas em YTD Julho'25 vs homólogo, o **Xistab**® apresenta uma evolução positiva em valor (crescimento de >+600%, +1,59 M€). Segue-se o **Dioflav**® com crescimento em valor de +43,9%, face ao período homólogo.

Destaca-se ainda o **Aero-OM**® com crescimento em valor de +13,8%, face ao período homólogo.

SUPPLEMENTS

Dentro do TOP 3 de variação absoluta verifica-se o maior crescimento em valor da marca **Fisiogen**® (+28,4%). A segunda posição de variação em valor é ocupada pelo **BioActivo**®.

PERSONAL CARE

No TOP 3 marcas com maiores variações absolutas associadas ao Personal Care, destaque para a marca **Filorga**® que apresenta uma evolução de vendas em valor de +1,25 M€ (+19,4%) face ao período homólogo, seguindo-se a marca **Uriage**® com um crescimento de cerca de 1,11 M€ (+10,0%).

A marca **Caudalie**® ocupa a primeira posição no TOP3 marcas com maiores variações absolutas em unidades, com um crescimento de +13,3%.

Consumer Health Market | TOP3 Marcas (2/2)



Patient Care em valor

YTD Julho'25

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	2	Medtronic	6 705 216	-
2	11	Tandem	2 753 028	-
3	1	Freestyle	2 026 425	5,3%

Nutrition em valor

YTD Julho'25

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	3	Fortimel	419 624	16,2%
2	7	Vitaflo	348 221	20,8%
3	9	Meritene	304 675	42,2%

Homeopathy em valor

YTD Julho'25

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	3	Spascupreel	3 722	68,9%
2	5	Vertigoheel	1887	64,1%
3	6	Oculoheel	493	14,4%

Patient Care em unidades

YTD Julho'25

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	26	Rhinomer	77 109	157,5%
2	55	Dafarmácia	49 588	325,4%
3	12	Microfine	39 410	23,2%

Nutrition em unidades

YTD Julho'25

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	15	Monchique	25 576	-
2	2	Fortimel	24 950	15,9%
3	11	Meritene	13 312	36,5%

Homeopathy em unidades

YTD Julho'25

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	2	Spascupreel	246	67,8%
2	5	Vertigoheel	109	59,6%
3	11	Luffeel	24	57,1%

PATIENT CARE

A marca **Medtronic**® regista a primeira posição em valor com uma variação de +6,71 M€.

A marca **Rhinomer**® encontra-se na primeira posição em variação de volume, apresentando uma variação de +0,08 M Unid.

NUTRITION

No TOP 3 das marcas com maiores variações absolutas em YTD Julho'25, em valor, a marca **Fortimel**® apresenta a maior variação positiva em valor (+16,2%).

A marca **Vitaflo**® ocupa a segunda posição do TOP 3 de marcas com maiores variações em valor em YTD Julho'25 com +20,8% face ao homólogo, seguida da marca **Meritene**® que apresenta uma variação de +42,2%.

HOMEOPATHY

As marcas identificadas com maiores variações positivas em valor em YTD Julho'25 são as seguintes: **Spascupreel**® (+68,9%), seguida da **Vertigoheel**® (+64,1%). A marca **Oculoheel**® ocupa a terceira posição no TOP 3 das marcas com maior variação absoluta em valor (+14,4%).

A marca **Spascupreel**® ocupa a primeira posição no TOP 3 das marcas com maior variação absoluta em unidades (+67,8%).

FICHA TÉCNICA

PHARMACY MARKET WATCH

Âmbito

Evolução mensal do Mercado de Farmácia em Portugal

Periodicidade

Mensal

Períodos Analisados

Meses – Agosto'23 a Julho'25

Ano Móvel – MAT Julho'24 e MAT Julho'25

Year to date – YTD Julho'24 e YTD Julho'25

Variáveis de estudo

Sell Out (SO) – Vendas da farmácia ao consumidor e devoluções do consumidor à farmácia. As vendas em valor são valorizadas a Street Price (PVP praticado para o consumidor).

Segmentos

- **Pharma market** – Inclui todos os medicamentos com AIM (Autorização de Introdução no Mercado) válida em Portugal e que podem ser dispensados em Farmácia Comunitária.
- **Prescription medicines** – Abrange todos os medicamentos sujeitos a receita médica (MSRM) de uso humano com AIM válida em Portugal que podem ser comercializados em farmácia comunitária
 - **Prescription branded medicines** – Inclui MSRM não genéricos com AIM (Autorização de Introdução no Mercado) válida em Portugal, comercializados em Farmácia Comunitária.
 - **Prescription generic medicines** – Inclui MSRM genéricos com AIM (Autorização de Introdução no Mercado) válida em Portugal, comercializados em Farmácia Comunitária.
- **OTC** – Over The Counter (Medicamentos não sujeitos a receita médica- MNSRM).
 - **Non-Prescription branded OTC** – Inclui MNSRM não genéricos com AIM (Autorização de Introdução no Mercado) válida em Portugal, comercializados em Farmácia Comunitária.
 - **Non-Prescription generic OTC** – Inclui MNSRM genéricos com AIM (Autorização de Introdução no Mercado) válida em Portugal, comercializados em Farmácia Comunitária.

Universo farmácias HMR

Farmácias de Portugal (Continente e Ilhas) com venda ao público.

Painel farmácia HMR

Este relatório teve por base um painel de 2.610 farmácias num total de 2.910 pertencentes ao Universo considerado no estudo HMR. Foram consideradas todas as farmácias do continente e ilhas com venda ao público. Cobertura numérica = 89,6% referente ao corrente mês.

- **Consumer health market** – Composto por todos os produtos de cuidado e bem-estar pessoal, incluindo MNSRM e produtos de saúde compartilhados pelo SNS.
- **Nutrition** – Composto por produtos de nutrição, incluindo alimentação para fins medicinais específicos, dietas especiais e dietas para perda de peso. Abrange também fórmulas infantis.
- **Patient Care** – Composto por produtos para o cuidado do utente. Inclui dispositivos médicos destinados a múltiplas indicações e diversos acessórios.
- **Personal Care** – Inclui todos os produtos destinados ao cuidado pessoal, englobando produtos de saúde e bem-estar (dermocosmética e higiene pessoal).
- **Supplements** – Inclui suplementos alimentares usados para complementar um regime alimentar normal.
- **Homeopathic** – Inclui produtos homeopáticos com registo simplificado. Exclui medicamentos homeopáticos com AIM (Autorização de Introdução no Mercado) válida em Portugal.
- **Veterinary** – Inclui medicamentos e produtos de saúde de uso veterinário.
- **Others** – Inclui produtos com baixa expressão mercado como matérias-primas e manipulados.



Knowledge for better health