

Pharmacy Market Watch

Outubro 2025

No mês de Outubro de 2025 o mercado farmacêutico registou uma variação de +9,1% no Sell Out em valor e -0,29% em unidades, face ao mesmo mês do ano anterior.

No segmento Pharma registou-se uma variação de +9,6% de Sell Out em valor, correspondendo a um acréscimo de 32,9 M€, enquanto que no segmento Consumer Healthcare a variação foi de +4,6% correspondendo a um acréscimo de 6,1 M€.

Rui Sebastião
Market Intelligence & Analytics
rui.sebastiao@hmr.co.com

Knowledge for better health

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

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

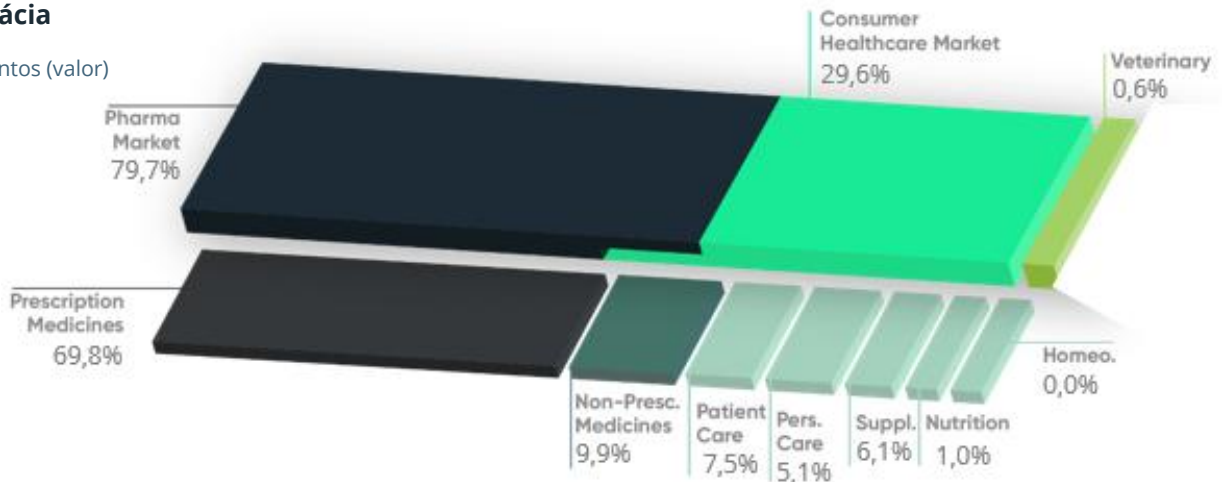
This information is what takes us further and provides greater meaning to the data and numbers that are used to analyse the market in the most efficient manner possible.

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

Mercado Total

Dinâmica do canal Farmácia

Outubro'25
Peso por segmento e subsegmentos (valor)



Dinâmica do canal Farmácia

Por subsegmentos

	October 2025						YTD October 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	469,7	100,0%	9,1%	33,2	100,0%	-0,3%	4 402,1	100,0%	9,7%	320,4	100,0%	1,8%
Pharma Market	374,6	79,7%	9,6%	27,4	82,7%	-0,6%	3 486,1	79,2%	10,5%	264,5	82,5%	2,3%
Consumer Healthcare	139,0	29,6%	4,6%	9,9	29,8%	-1,6%	1 340,7	30,5%	5,0%	96,8	30,2%	-1,3%
Prescription Medicines	328,1	69,8%	11,2%	23,1	69,8%	0,3%	3 030,9	68,9%	12,0%	221,9	69,3%	3,3%
Branded	245,0	52,2%	16,2%	13,4	40,4%	1,3%	2 220,9	50,5%	14,6%	127,2	39,7%	3,2%
Generic	83,1	17,7%	-1,4%	9,7	29,4%	-1,0%	810,0	18,4%	5,3%	94,7	29,6%	3,4%
Non Prescription (OTC)	46,5	9,9%	-0,4%	4,3	12,9%	-5,1%	455,1	10,3%	1,8%	42,6	13,3%	-2,5%
Branded	43,4	9,2%	-0,9%	3,9	11,7%	-5,7%	424,1	9,6%	1,1%	38,7	12,1%	-3,2%
Generic	3,1	0,7%	8,3%	0,4	1,2%	1,8%	31,0	0,7%	12,3%	3,9	1,2%	5,5%
Homeopathy	0,1	0,0%	-6,7%	0,0	0,0%	-18,2%	0,9	0,0%	-1,9%	0,1	0,0%	-11,2%
Nutrition	4,5	1,0%	4,1%	0,3	0,8%	3,4%	44,1	1,0%	7,7%	2,6	0,8%	1,1%
Patient Care	35,3	7,5%	11,6%	2,6	7,7%	1,0%	331,8	7,5%	9,1%	24,9	7,8%	-1,9%
Personal Care	24,1	5,1%	5,4%	1,4	4,1%	2,1%	256,3	5,8%	5,3%	14,4	4,5%	1,5%
Supplements	28,5	6,1%	4,5%	1,4	4,2%	1,0%	252,4	5,7%	5,2%	12,4	3,9%	0,7%
Veterinary	2,6	0,6%	0,3%	0,1	0,4%	-4,9%	30,5	0,7%	1,9%	1,7	0,5%	-3,3%

No mês de Outubro de 2025 o mercado farmacêutico registou uma variação de +9,1% no Sell Out em valor e -0,29% em unidades, face ao mesmo mês do ano anterior.

No segmento **Pharma** registou-se uma variação de +9,6% de Sell Out em valor, correspondendo a um acréscimo de +32,9 M€. Em volume, a variação foi de -0,6%, representando -0,2 M unidades.

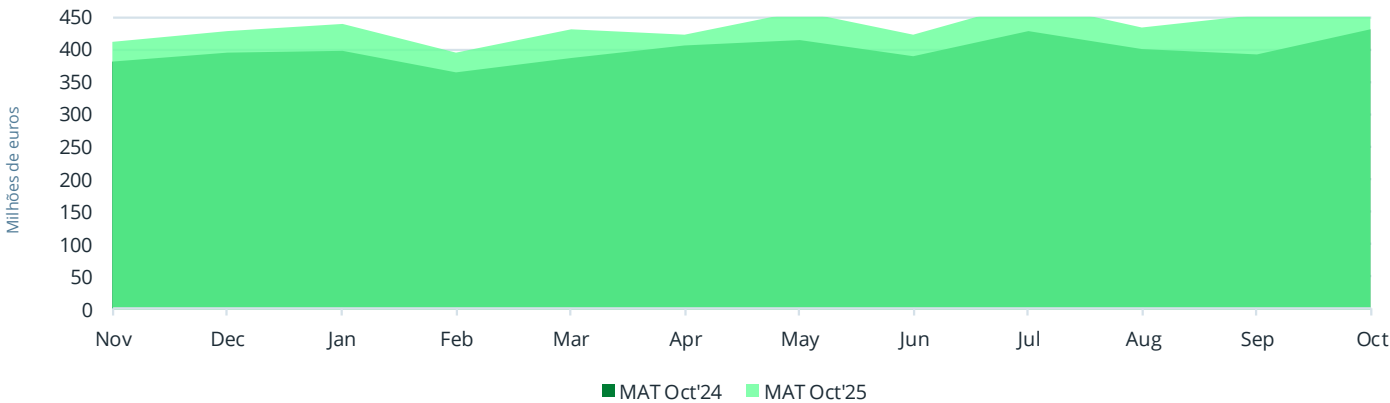
O segmento **Consumer Healthcare** apresentou, em valor, uma variação de 4,6% correspondendo a 6,1 M€ e em volume uma variação de -1,6%, representando -0,16M unidades.

Destaques para o subsegmento **Non Prescription (OTC) – Generic** com uma variação de +8,3% em valor e 1,8% em volume.

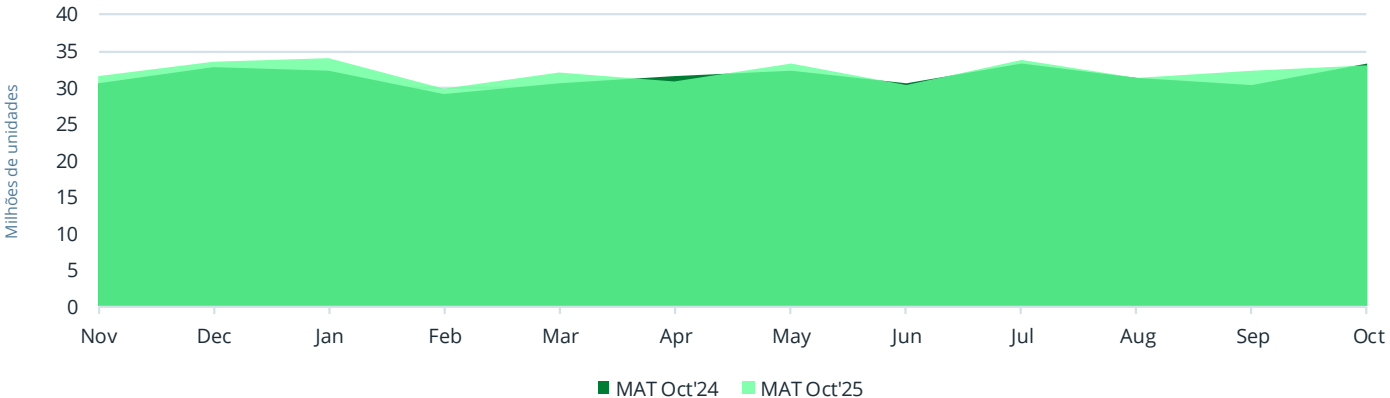
O comportamento do mercado, no YTD Outubro'25, apresenta uma tendência de variação positiva em valor e em volume, com uma variação de +9,7% e +1,8%, respetivamente.

Mercado Total

Evolução mensal em valor
Novembro'23 – Outubro'25



Evolução mensal em volume
Novembro'23 – Outubro'25



Regista-se uma variação face ao mês anterior de +3,5% e de 2,9% em valor e volume, respetivamente.

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

Em acumulado nos últimos 12 meses (MAT Outubro'25) o mercado apresenta uma variação em valor de +454,2 M€ (+9,5%) comparativamente com o período homólogo, e em volume de +7,40 M unidades (+2,0%).

Pharma Market



Maiores variações absolutas em valor | YTD Outubro'25

Classes ATC3

rank var abs	rank valor	ATC3	Var. Abs. M€	Var.
1	2	A10S - Agonista do GLP-1	94,89	102,4%
2	1	A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	49,08	20,5%
3	3	B01F - Inibidores directos do Factor Xa	15,63	11,0%
4	4	N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor	13,73	10,2%
5	6	C10A - Produtos reguladores de lípidos	10,81	9,1%

Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	1	Mounjaro	86,97	-
2	3	Eliquis	49,66	373,9%
3	2	Forxiga	11,84	19,3%
4	21	Prevenar	9,29	108,2%
5	47	Wegovy	8,29	-

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Outubro'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)	1,05	19,9%
2	3	N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor	0,93	7,8%
3	15	C10C - Associações entre reguladores de lípidos	0,85	26,1%
4	2	C10A - Produtos reguladores de lípidos	0,84	5,8%
5	44	A10S - Agonista do GLP-1	0,46	37,9%

Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	18	Eliquis	0,72	374,3%
2	150	Mounjaro	0,33	-
3	8	Forxiga	0,28	19,3%
4	3	Eutirox	0,27	12,7%
5	162	Propranolol Generis	0,22	224,5%

Em YTD Outubro'25 a classe terapêutica "A10S - Agonista do GLP-1" obtém o maior crescimento absoluto em valor, com uma variação de +94,89 M€ (+102,4%) face ao período homólogo. As marcas **Mounjaro®** e **Eliquis®** revelam-se importantes alavancas de crescimento, com variações em valor de +86,97 M€ e +49,66 M€ correspondendo a uma variação positiva de +373,9% 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 +1,05 M Unid face ao período homólogo (+19,9% 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, 93 M Unid face ao período homólogo (+7,8% 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 +0,72 M Unid.

Pharma Market | Generic

Maiores variações absolutas em valor | YTD Outubro'25

DCIs

rank var abs	rank valor	DCI	Var. Abs. M€	Var.
1	3	Rivaroxabano	11,17	98,4%
2	1	Atorvastatina	5,01	11,4%
3	2	Rosuvastatina	3,62	14,9%
4	73	Atorvastatina + Ezetimiba	3,41	>1000%
5	5	Pantoprazol	2,13	13,3%

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Outubro'25

DCIs

rank var abs	rank volume	DCI	Var. Abs. M Unid	Var.
1	27	Rivaroxabano	0,48	110,7%
2	1	Atorvastatina	0,44	6,3%
3	4	Rosuvastatina	0,35	14,5%
4	5	Bisoprolol	0,28	13,2%
5	82	Propranolol	0,22	210,7%

Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	1	Apixabano Mylan	6,72	104,5%
2	5	Rivaroxabano Generis	3,82	194,5%
3	15	Rivaroxabano Ratiopharm	2,77	276,3%
4	32	Xistab	2,28	483,2%
5	7	Rivaroxabano Zentiva	2,00	55,3%

Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	37	Propranolol Generis	0,22	224,5%
2	14	Atorvastatina Aurobindo	0,19	52,6%
3	30	Apixabano Mylan	0,19	105,4%
4	38	Alopurinol Generis	0,18	135,5%
5	60	Metamizol Magnésico Tolife	0,15	146,5%



No TOP 5 de DCIs de medicamentos genéricos com crescimento absoluto em valor mais acentuado em YTD Outubro'25 encontram-se o Rivaroxabano e o Atorvastatina, que neste período cresceram respetivamente +11,17 M€ e +5,01 M€ face ao período homólogo.

Destaque para o **Apixabano Mylan®** que apresenta crescimento absoluto no mercado de +6,72 M€.

No TOP 5 de DCIs com maiores variações absolutas em volume encontra-se na primeira posição o **Rivaroxabano**, com uma variação de +0,48 M Unid. Em segundo lugar no ranking de moléculas com maior variação absoluta em volume encontra-se o **Atorvastatina** com +0,44 M Unid.

Consumer Health Market



Maiores variações absolutas em valor | YTD Outubro'25

Classes HMR

rank var abs	rank valor	HMR3	Var. Abs. M€	Var.
1	28	H26.4.10. - Bombas de insulina e acessórios	11,42	-
2	1	H26.4.12. - Medição de glicose contínua	9,29	18,1%
3	6	H16.4.1. - Anti envelhecimento e anti rugas mulher	3,15	10,4%
4	3	H02.11. - Analgésicos e Antipiréticos	3,14	7,2%
5	10	H07.11. - Lubrificantes e lágrimas artificiais	2,62	10,0%

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Outubro'25

Classes HMR

rank var abs	rank volume	HMR3	Var. Abs. M Unid	Var.
1	1	H02.11. - Analgésicos e Antipiréticos	0,21	3,0%
2	20	H26.4.12. - Medição de glicose contínua	0,10	10,0%
3	66	H26.4.9. - Canetas e agulhas	0,09	29,5%
4	8	H07.11. - Lubrificantes e lágrimas artificiais	0,08	4,0%
5	63	H26.4.8. - Seringas de insulina e agulhas	0,07	19,7%

Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	11	Medtronic	10,63	-
2	48	Tandem	5,10	-
3	1	Freestyle	2,31	4,2%
4	122	Xistab	2,28	483,2%
5	26	Dioflav	2,20	418%

Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	134	Rhinomer	0,09	103,9%
2	282	Zenayr	0,08	-
3	204	Dafarmácia	0,07	212,6%
4	68	Dioflav	0,06	23,1%
5	18	Vicks	0,06	10,3%

No TOP 5 de classes HMR3 do segmento Consumer Health com maior crescimento em valor em YTD Outubro'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 +11,42M€ e +9,29 M€ , respectivamente.

Entre as marcas com maior variação absoluta em YTD Outubro'25 destaque para o **Medtronic®** com um crescimento absoluto de 10,63M€ face ao período homólogo.

No TOP 5 de classes HMR3 do segmento Consumer Health com maior crescimento em volume em YTD Outubro'25 salientam-se as classes “H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos” e “H26.4.12. - Medição de glicose contínua” com um crescimento face ao período homólogo de +0,21 M Unid (+3,0%) e +0,1 M Unid (+10,0%), respectivamente.

Entre as marcas com maior variação absoluta em YTD Outubro'25 destaque para o **Rhinomer®** com um crescimento superior a +103,9% face ao período homólogo.

Consumer Health Market | TOP3 Marcas (1/2)



OTCs em valor

YTD Outubro'25

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	46	Xistab	2 283 889	483,2%
2	7	Dioflav	2 204 160	41,8%
3	8	Aero-OM	920 268	14,9%

Supplements em valor

YTD Outubro'25

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	15	Fisiogen	661917	23,4%
2	16	Symbiosys	646 219	24,7%
3	49	Pure Encapsulations	639 902	124,5%

Personal Care em valor

YTD Outubro'25

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	3	Uriage	1286 876	8,7%
2	1	Avène	1219 594	7,1%
3	7	Filorga	1216 105	13,4%

OTCs em unidades

YTD Outubro'25

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	122	Zenayr	77 074	-
2	37	Dioflav	60 126	23,1%
3	21	Aero-OM	48 950	12,1%

Supplements em unidades

YTD Outubro'25

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	14	Vicks	29 825	25,7%
2	20	Fisiogen	24 618	23,6%
3	83	Pure Encapsulations	20 626	119,7%

Personal Care em unidades

YTD Outubro'25

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	8	Caudalie	46 195	14,1%
2	11	Curaprox	30 639	9,8%
3	50	PaperMints	28 925	74,6%

OTC

No TOP 3 marcas do segmento OTC com maiores variações absolutas em YTD Outubro'25 vs homólogo, o **Xistab®** apresenta uma evolução positiva em valor (crescimento de >+400%, +2,28 M€). Segue-se o **Dioflav®** com crescimento em valor de +41,8%, face ao período homólogo.

Destaca-se ainda o **Aero-OM®** com crescimento em valor de +14,9%, face ao período homólogo.

SUPPLEMENTS

Dentro do TOP 3 de variação absoluta verifica-se o maior crescimento em valor da marca **Fisiogen®** (+23,4%). 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 **Uriage®** que apresenta uma evolução de vendas em valor de +1,29 M€ (+8,7%) face ao período homólogo, seguindo-se a marca **Avène®** com um crescimento de cerca de 1,22 M€ (+14,8%).

A marca **Caudalie®** ocupa a primeira posição no TOP3 marcas com maiores variações absolutas em unidades, com um crescimento de +14,1%.

Consumer Health Market | TOP3 Marcas (2/2)



Patient Care em valor

YTD Outubro'25

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	2	Medtronic	10 629 526	-
2	9	Tandem	5 098 374	-
3	1	Freestyle	2 311 697	4,2%

Nutrition em valor

YTD Outubro'25

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	3	Fortimel	771 676	20,4%
2	8	Meritene	428 714	39,5%
3	2	Aptamil	397 940	8,5%

Homeopathy em valor

YTD Outubro'25

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	4	Spascupreel	2 165	46,0%
2	3	Dr. Reckeweg	1 181	14,6%
3	5	Vertigoheel	1 026	33,5%

Patient Care em unidades

YTD Outubro'25

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	29	Rhinomer	89 301	103,9%
2	52	Dafarmácia	70 285	205,5%
3	12	Microfine	58 411	23,6%

Nutrition em unidades

YTD Outubro'25

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	1	Fortimel	44 934	19,6%
2	14	Monchique	43 031	430310,0%
3	11	Meritene	19 963	36,7%

Homeopathy em unidades

YTD Outubro'25

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	2	Spascupreel	142	44,9%
2	5	Vertigoheel	57	30,2%
3	4	Dr. Reckeweg	43	14,2%

PATIENT CARE

A marca **Medtronic®** regista a primeira posição em valor com uma variação de +10,63 M€.

A marca **Rhinomer®** encontra-se na primeira posição em variação de volume, apresentando uma variação de +0,09 M Unid.

NUTRITION

No TOP 3 das marcas com maiores variações absolutas em YTD Outubro'25, em valor, a marca **Fortimel®** apresenta a maior variação positiva em valor (+20,4%).

A marca **Meritene®** ocupa a segunda posição do TOP 3 de marcas com maiores variações em valor em YTD Outubro'25 com +39,5% face ao homólogo, seguida da marca **Aptamil®** que apresenta uma variação de +8,5%.

HOMEOPATHY

As marcas identificadas com maiores variações positivas em valor em YTD Outubro'25 são as seguintes: **Spascupreel®** (+46,0%) seguida da **Dr. Reckeweg®** (+14,6%). A marca **Vertigoheel®** ocupa a terceira posição no TOP 3 das marcas com maior variação absoluta em valor (+33,5%).

A marca **Spascupreel®** ocupa a primeira posição no TOP 3 das marcas com maior variação absoluta em unidades (+44,9%).

FICHA TÉCNICA

PHARMACY MARKET WATCH



Âmbito

Evolução mensal do Mercado de Farmácia em Portugal

Periodicidade

Mensal

Períodos Analisados

Meses – Outubro'23 a Outubro'25

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

Year to date – YTD Outubro'24 e YTD Outubro'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 participados 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