

Pharmacy Market Watch

Dezembro 2025

No mês de Dezembro de 2025 o mercado farmacêutico registou uma variação de +10,9% no Sell Out em valor e +3,42% em unidades, face ao mesmo mês do ano anterior.

No segmento Pharma registou-se uma variação de +12,4% de Sell Out em valor, correspondendo a um acréscimo de 42 M€, enquanto que no segmento Consumer Healthcare a variação foi de +7,9% correspondendo a um acréscimo de 11 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.

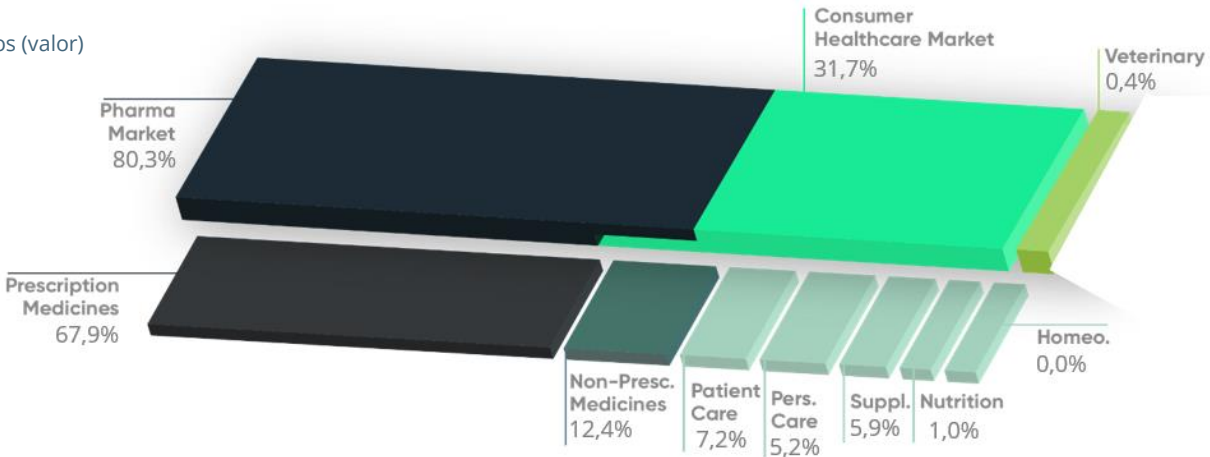
This information is what takes us further and provides greater meaning to the data and numbers that are used to analyse the market in the most efficient manner possible.

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

Mercado Total

Dinâmica do canal Farmácia

Dezembro'25
Peso por segmento e subsegmentos (valor)



Dinâmica do canal Farmácia

Por subsegmentos

	December 2025						YTD December 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	476,0	100,0%	10,9%	34,6	100,0%	3,4%	5.323,3	100,0%	9,7%	386,4	100,0%	1,7%
Pharma Market	382,1	80,3%	12,4%	28,8	83,1%	3,8%	4.224,7	79,4%	10,6%	319,4	82,7%	2,2%
Consumer Healthcare	150,7	31,7%	7,9%	11,4	32,9%	4,9%	1.622,5	30,5%	5,1%	117,5	30,4%	-0,8%
Prescription Medicines	323,2	67,9%	12,6%	23,1	66,8%	2,8%	3.666,1	68,9%	12,0%	267,0	69,1%	3,0%
Branded	240,3	50,5%	17,0%	13,3	38,5%	3,5%	2.694,2	50,6%	15,0%	153,2	39,7%	3,0%
Generic	82,9	17,4%	1,4%	9,8	28,3%	1,9%	972,0	18,3%	4,4%	113,8	29,4%	2,9%
Non Prescription (OTC)	58,9	12,4%	11,3%	5,7	16,4%	8,1%	558,6	10,5%	2,6%	52,4	13,6%	-1,5%
Branded	55,1	11,6%	10,9%	5,2	14,9%	7,5%	520,9	9,8%	2,0%	47,6	12,3%	-2,2%
Generic	3,8	0,8%	18,0%	0,5	1,4%	14,9%	37,7	0,7%	12,3%	4,8	1,2%	6,2%
Homeopathy	0,1	0,0%	-1,6%	0,0	0,0%	-5,9%	1,0	0,0%	-2,4%	0,1	0,0%	-11,3%
Nutrition	4,7	1,0%	14,9%	0,3	0,8%	4,7%	53,2	1,0%	8,3%	3,1	0,8%	1,4%
Patient Care	34,3	7,2%	11,1%	2,6	7,4%	5,0%	398,3	7,5%	9,2%	29,7	7,7%	-1,5%
Personal Care	24,8	5,2%	-5,0%	1,4	4,1%	-8,0%	305,0	5,7%	4,0%	17,1	4,4%	0,4%
Supplements	28,0	5,9%	8,9%	1,5	4,3%	7,2%	306,3	5,8%	5,3%	15,1	3,9%	1,2%
Veterinary	2,0	0,4%	-5,2%	0,1	0,3%	-9,4%	34,7	0,7%	0,7%	1,9	0,5%	-4,5%

No mês de Dezembro de 2025 o mercado farmacêutico registou uma variação de +10,9% no Sell Out em valor e -3,42% em unidades, face ao mesmo mês do ano anterior.

No segmento **Pharma** registou-se uma variação de +12,4% de Sell Out em valor, correspondendo a um acréscimo de +42,0 M€. Em volume, a variação foi de +3,8%, representando +1,0 M unidades.

O segmento **Consumer Healthcare** apresentou, em valor, uma variação de 7,9% correspondendo a 11,0 M€ e em volume uma variação de +4,9%, representando +0,53M unidades.

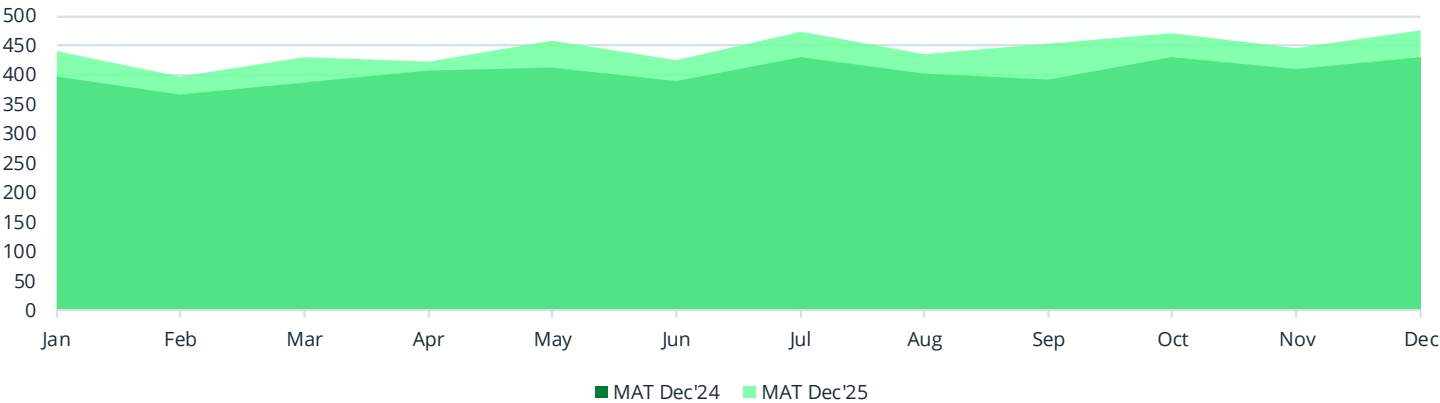
Destaques para o subsegmento **Non Prescription (OTC) – Generic** com uma variação de +18,0% em valor e 14,9% em volume.

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

Mercado Total

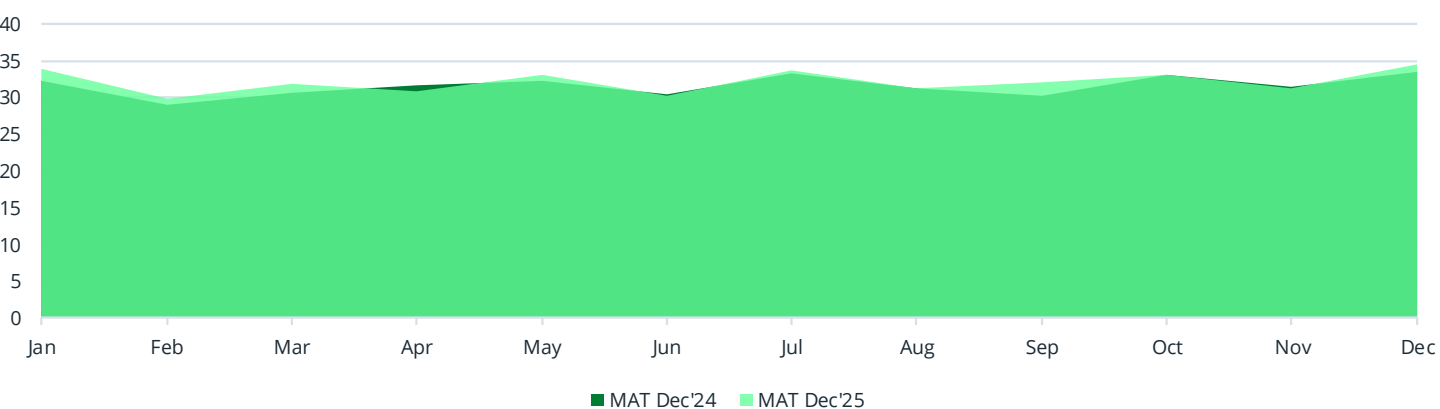
Evolução mensal em valor

Janeiro'24 – Dezembro'25



Evolução mensal em volume

Janeiro'24 – Dezembro'25



Regista-se uma variação face ao mês anterior de +6,9% e de +10,7% em valor e volume, respetivamente.

Nos últimos 12 meses o mercado em valor tem sido sempre superior aos meses do período homólogo.

Em acumulado nos últimos 12 meses (MAT Dezembro'25) o mercado apresenta uma variação em valor de +470,7 M€ (+9,7%) comparativamente com o período homólogo, e em volume de +6,64 M unidades (+1,7%).

Pharma Market



Maiores variações absolutas em valor | YTD Dezembro'25

Classes ATC3

rank var abs	rank valor	ATC3	Var. Abs. M€	Var.
1	2	A10S - Agonista do GLP-1	119,93	104,2%
2	1	A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	56,58	19,4%
3	3	B01F - Inibidores directos do Factor Xa	24,82	14,8%
4	4	N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor	16,01	9,8%
5	8	C10C - Associações entre reguladores de lípidos	12,91	13,1%

Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	1	Mounjaro	112,41	>1000%
2	3	Eliquis	65,29	413,5%
3	2	Forxiga	13,42	17,9%
4	36	Wegovy	12,13	-
5	21	Prevenar	9,46	73,3%

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Dezembro'25

Classes ATC3

rank var abs	rank volume	ATC3	Var. Abs. M Unid	Var.
1	8	A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	1,21	18,7%
2	3	N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor	1,07	7,4%
3	15	C10C - Associações entre reguladores de lípidos	1,01	25,4%
4	2	C10A - Produtos reguladores de lípidos	0,93	5,3%
5	43	A10S - Agonista do GLP-1	0,54	36,2%

Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	17	Eliquis	0,95	413,5%
2	138	Mounjaro	0,42	>1000%
3	7	Forxiga	0,31	17,9%
4	3	Eutirox	0,30	11,7%
5	61	Atorvastatina Aurobindo	0,23	48,2%

Em YTD Dezembro'25 a classe terapêutica "A10S - Agonista do GLP-1" obtém o maior crescimento absoluto em valor, com uma variação de +119,93 M€ (+104,2%) face ao período homólogo. As marcas **Mounjaro®** e **Eliquis®** revelam-se importantes alavancas de crescimento, com variações em valor de +112,41 M€ e +65,29 M€ correspondendo a uma variação positiva de +1000% face ao período homólogo para a primeira 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 +1,21 M Unid face ao período homólogo (+18,7% 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 +1,07 M Unid face ao período homólogo (+7,4% 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 +0,95 M Unid.

Pharma Market | Generic

Maiores variações absolutas em valor | YTD Dezembro'25

DCIs

rank var abs	rank valor	DCI	Var. Abs. M€	Var.
1	3	Rivaroxabano	11,53	74,3%
2	1	Atorvastatina	5,78	10,9%
3	2	Rosuvastatina	4,28	14,5%
4	66	Atorvastatina + Ezetimiba	3,95	576,8%
5	5	Pantoprazol	2,52	13,0%

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Dezembro'25

DCIs

rank var abs	rank volume	DCI	Var. Abs. M Unid	Var.
1	26	Rivaroxabano	0,50	82,5%
2	1	Atorvastatina	0,49	5,7%
3	4	Rosuvastatina	0,41	14,0%
4	5	Bisoprolol	0,32	12,3%
5	17	Bilastina	0,21	15,9%

Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	6	Rivaroxabano Generis	3,86	127,4%
2	15	Rivaroxabano Ratiopharm	2,94	177,0%
3	34	Xistab	2,46	288,7%
4	1	Apixabano Mylan	2,15	19,5%
5	2	Atorvastatina Teva	1,90	19,3%

Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	15	Atorvastatina Aurobindo	0,23	48,2%
2	36	Alopurinol Generis	0,19	99,5%
3	55	Metamizol Magnésico Tolife	0,17	113,9%
4	1	Atorvastatina Teva	0,17	8,5%
5	16	Vitodê	0,16	33,2%



No TOP 5 de DCIs de medicamentos genéricos com crescimento absoluto em valor mais acentuado em YTD Dezembro'25 encontram-se o Rivaroxabano e o Atorvastatina, que neste período cresceram respetivamente +11,53 M€ e +5,78 M€ face ao período homólogo.

Destaque para o **Rivaroxabano Generis®** que apresenta crescimento absoluto no mercado de +3,86 M€.

No TOP 5 de DCIs com maiores variações absolutas em volume encontra-se na primeira posição o **Rivaroxabano**, com uma variação de +0,50 M Unid. Em segundo lugar no ranking de moléculas com maior variação absoluta em volume encontra-se o **Atorvastatina** com +0,49 M Unid.

Consumer Health Market



Maiores variações absolutas em valor | YTD Dezembro'25

Classes HMR

rank var abs	rank valor	HMR3	Var. Abs. M€	Var.
1	28	H26.4.10. - Bombas de insulina e acessórios	14,15	-
2	1	H26.4.12. - Medição de glicose contínua	12,71	20,6%
3	3	H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos	4,41	8,3%
4	7	H01.4.1. - Antigripais	3,02	7,9%
5	6	H16.4.1. - Anti envelhecimento e anti rugas mulher	3,00	7,8%

Maiores variações absolutas em unidades | YTD Dezembro'25

Classes HMR

rank var abs	rank volume	HMR3	Var. Abs. M Unid	Var.
1	1	H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos	0,36	4,3%
2	3	H01.4.1. - Antigripais	0,18	4,7%
3	19	H26.4.12. - Medição de glicose contínua	0,13	11,0%
4	65	H26.4.9. - Canetas e agulhas	0,10	26,5%
5	62	H26.4.8. - Seringas de insulina e agulhas	0,09	21,5%

Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	10	Medtronic	13,41	-
2	45	Tandem	6,59	-
3	114	Dexcom	3,43	-
4	1	Freestyle	2,65	4,0%
5	27	Dioflav	2,47	38,8%

Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	142	Ben-u-gripe	0,20	-
2	262	Zenayr	0,10	-
3	76	Fluorecare	0,10	39,4%
4	15	Vicks	0,10	13,1%
5	129	Rhinomer	0,09	69,4%

No TOP 5 de classes HMR3 do segmento Consumer Health com maior crescimento em valor em YTD Dezembro'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 +14,15M€ e +12,71 M€ , respectivamente.

Entre as marcas com maior variação absoluta em YTD Dezembro'25 destaque para o **Medtronic®** com um crescimento absoluto de 13,41M€ face ao período homólogo.

No TOP 5 de classes HMR3 do segmento Consumer Health com maior crescimento em volume em YTD Dezembro'25 salientam-se as classes “H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos” e “H01.4.1. - Antigripais” com um crescimento face ao período homólogo de +0,36 M Unid (+4,3%) e +0,18M Unid (+4,7%), respectivamente.

Entre as marcas com maior variação absoluta em YTD Dezembro'25 destaque para o **Ben-u-gripe®** com um crescimento absoluto de 0,2M unid face ao período homólogo.

Consumer Health Market | TOP3 Marcas (1/2)



OTCs em valor

YTD Dezembro'25

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	8	Dioflav	2.471.717	38,8%
2	44	Xistab	2.455.162	288,7%
3	71	Ben-u-gripe	2.052.715	-

Supplements em valor

YTD Dezembro'25

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	45	Pure Encapsulations	834.317	129,0%
2	15	Fisiogen	740.121	21,4%
3	16	Symbiosys	718.193	22,4%

Personal Care em valor

YTD Dezembro'25

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	6	Caudalie	1.288.574	10,8%
2	1	Avène	1.212.909	6,0%
3	7	Filorga	1.107.042	9,8%

OTCs em unidades

YTD Dezembro'25

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	63	Ben-u-gripe	198.196	-
2	120	Zenayr	102.143	-
3	37	Dioflav	63.656	20,4%

Supplements em unidades

YTD Dezembro'25

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	14	Vicks	37.367	25,5%
2	18	Fisiogen	27.498	21,5%
3	81	Pure Encapsulations	26.872	123,4%

Personal Care em unidades

YTD Dezembro'25

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	8	Caudalie	59.357	13,9%
2	51	PaperMints	38.901	83,0%
3	10	Curaprox	35.188	9,4%

OTC

No TOP 3 marcas do segmento OTC com maiores variações absolutas em YTD Dezembro'25 vs homólogo, o **Dioflav**® apresenta uma evolução positiva em valor (crescimento de +38,8%, +2,47 M€). Segue-se o **Xistab**® com crescimento em valor de +288,7%, face ao período homólogo.

Destaca-se ainda o **Ben-u-gripe**® com crescimento em valor absoluto de 2,1M€ face ao período homólogo.

SUPPLEMENTS

Dentro do TOP 3 de variação absoluta verifica-se o maior crescimento em valor da marca **Pure Encapsulations**® (+129,0%). A segunda posição de variação em valor é ocupada pelo **Fisiogen**®.

PERSONAL CARE

No TOP 3 marcas com maiores variações absolutas associadas ao Personal Care, destaque para a marca **Caudalie**® que apresenta uma evolução de vendas em valor de +1,29 M€ (+10,8%) face ao período homólogo, seguindo-se a marca **Avène**® com um crescimento de cerca de 1,21 M€ (+6,0%).

A marca Caudalie® ocupa a primeira posição no TOP3 marcas com maiores variações absolutas em unidades, com um crescimento de +13,9%.

Consumer Health Market | TOP3 Marcas (2/2)



Patient Care em valor

YTD Dezembro'25

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	2	Medtronic	13.414.870	-
2	7	Tandem	6.588.676	-
3	19	Dexcom	3.428.309	-

Nutrition em valor

YTD Dezembro'25

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	3	Fortimel	998.221	22,2%
2	8	Meritene	597.563	45,4%
3	6	Vitafo	596.321	21,1%

Homeopathy em valor

YTD Dezembro'25

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	6	Engystol	1.794	106,5%
2	5	Vertigoheel	1.581	57,7%
3	9	Gripp-Heel	769	55,5%

Patient Care em unidades

YTD Dezembro'25

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	13	Fluorecare	101.611	39,4%
2	26	Rhinomer	89.271	69,4%
3	53	Dafarmácia	77.634	158,6%

Nutrition em unidades

YTD Dezembro'25

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	1	Fortimel	57.513	21,1%
2	14	Monchique	47.657	>1000%
3	11	Meritene	29.313	44,6%

Homeopathy em unidades

YTD Dezembro'25

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	6	Engystol	114	102,7%
2	4	Vertigoheel	94	56,0%
3	8	Gripp-Heel	51	53,1%

PATIENT CARE

A marca **Medtronic®** regista a primeira posição em valor com uma variação de +13,41 M€.

A marca **Fluorecare®** encontra-se na primeira posição em variação de volume, apresentando uma variação de +0,10 MUnid.

NUTRITION

No TOP 3 das marcas com maiores variações absolutas em YTD Dezembro'25, em valor, a marca **Fortimel®** apresenta a maior variação positiva em valor (+22,2%).

A marca **Meritene®** ocupa a segunda posição do TOP 3 de marcas com maiores variações em valor em YTD Dezembro'25 com +45,4% face ao homólogo, seguida da marca **Vitafo®** que apresenta uma variação de +21,1%.

HOMEOPATHY

As marcas identificadas com maiores variações positivas em valor em YTD Dezembro'25 são as seguintes: **Engystol®** (+106,5%) seguida da **Vertigoheel®** (+57,7%). A marca **Gripp-Heel®** ocupa a terceira posição no TOP 3 das marcas com maior variação absoluta em valor (+55,5%).

A marca **Engystol®** ocupa a primeira posição no TOP 3 das marcas com maior variação absoluta em unidades (+102,7%).

FICHA TÉCNICA

PHARMACY MARKET WATCH



Âmbito

Evolução mensal do Mercado de Farmácia em Portugal

Periodicidade

Mensal

Períodos Analisados

Meses – Janeiro'24 a Dezembro'25

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

Year to date – YTD Dezembro'24 e YTD Dezembro'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, IVA incluído).

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