

# Pharmacy Market Watch

Dezembro 2024

No mês de Dezembro de 2024 o mercado farmacêutico registou uma variação de +8,9% no Sell Out em valor e +2,5% em unidades, face ao mesmo mês do ano anterior.

No segmento Pharma registou-se uma variação de +9,0% de Sell Out em valor, correspondendo a um acréscimo de 28,0 M€, enquanto que no segmento Consumer Healthcare a variação foi de +3,9% correspondendo a um acréscimo de +5,2 M€.

Rui Sebastião  
Market Intelligence & Analytics  
[ruisebastiao@hmr.co.com](mailto: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.

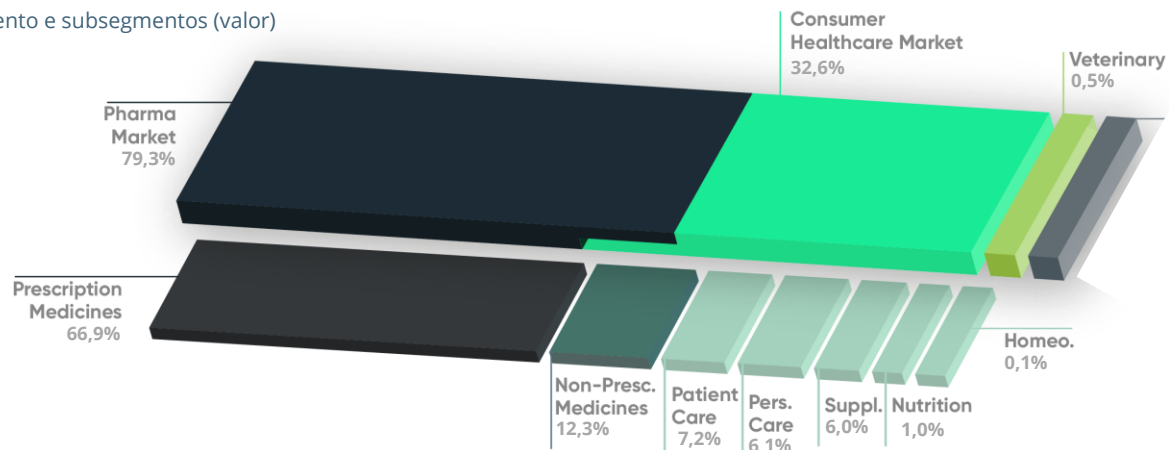
This information is what takes us further and provides greater meaning to the data and numbers that are used to analyse the market in the most efficient manner possible.

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

# Mercado Total

## Dinâmica do canal Farmácia

Dezembro'24  
Peso por segmento e subsegmentos (valor)



## Dinâmica do canal Farmácia

Por subsegmentos

	December 2024						YTD December 2024					
	VALOR			VOLUME			VALOR			VOLUME		
	M€	Q.M.	VARIAÇÃO	M UNID.	Q.M.	VARIAÇÃO	M€	Q.M.	VARIAÇÃO	M UNID.	Q.M.	VARIAÇÃO
<b>Mercado Total</b>	<b>429,0</b>	<b>100,0%</b>	<b>8,9%</b>	<b>33,5</b>	<b>100,0%</b>	<b>2,5%</b>	<b>4 852,6</b>	<b>100,0%</b>	<b>7,4%</b>	<b>379,7</b>	<b>100,0%</b>	<b>3,9%</b>
<b>Pharma Market</b>	<b>340,0</b>	<b>79,3%</b>	<b>9,0%</b>	<b>27,8</b>	<b>82,8%</b>	<b>2,9%</b>	<b>3 819,0</b>	<b>78,7%</b>	<b>7,0%</b>	<b>312,4</b>	<b>82,3%</b>	<b>4,1%</b>
<b>Consumer Healthcare</b>	<b>139,7</b>	<b>32,6%</b>	<b>3,9%</b>	<b>10,9</b>	<b>32,4%</b>	<b>-3,6%</b>	<b>1 543,2</b>	<b>31,8%</b>	<b>8,8%</b>	<b>118,5</b>	<b>31,2%</b>	<b>3,1%</b>
<b>Prescription Medicines</b>	287,2	66,9%	11,4%	22,5	67,2%	5,8%	3 274,9	67,5%	6,7%	259,3	68,3%	4,2%
Branded	205,4	47,9%	10,1%	12,9	38,5%	3,9%	2 344,0	48,3%	3,5%	148,8	39,2%	2,5%
Generic	81,8	19,1%	15,0%	9,6	28,7%	8,3%	930,9	19,2%	15,9%	110,5	29,1%	6,7%
<b>Non Prescription (OTC)</b>	52,8	12,3%	-2,7%	5,2	15,6%	-7,6%	544,1	11,2%	8,5%	53,2	14,0%	3,7%
Branded	49,6	11,6%	-3,4%	4,8	14,4%	-8,2%	510,5	10,5%	7,9%	48,7	12,8%	3,0%
Generic	3,2	0,7%	9,1%	0,4	1,3%	-0,4%	33,6	0,7%	18,6%	4,5	1,2%	12,8%
<b>Homeopathy</b>	0,1	0,0%	5,3%	0,0	0,0%	-0,4%	1,1	0,0%	9,4%	0,1	0,0%	7,8%
<b>Nutrition</b>	4,1	1,0%	9,2%	0,2	0,7%	3,4%	49,1	1,0%	8,5%	3,0	0,8%	3,9%
<b>Patient Care</b>	30,9	7,2%	6,4%	2,4	7,3%	-4,4%	364,5	7,5%	6,8%	30,1	7,9%	-0,2%
<b>Personal Care</b>	26,1	6,1%	11,3%	1,6	4,6%	7,5%	293,5	6,0%	7,6%	17,1	4,5%	1,9%
<b>Supplements</b>	25,7	6,0%	7,9%	1,4	4,1%	1,2%	291,0	6,0%	13,3%	14,9	3,9%	9,7%
<b>Others</b>												
<b>Veterinary</b>	2,1	0,5%	13,9%	0,1	0,4%	4,8%	34,5	0,7%	9,0%	2,0	0,5%	4,3%

No mês de Dezembro de 2024 o mercado farmacêutico registou uma variação de +8,9% no Sell Out em valor e +2,5% em unidades, face ao mesmo mês do ano anterior.

No segmento **Pharma** registou-se uma variação de +9,0% de Sell Out em valor, correspondendo a um acréscimo de +28,0 M€. Em volume, a variação foi de +2,9%, representando +0,8 M unidades.

O segmento **Consumer Healthcare** apresentou, em valor, uma variação de +3,9% correspondendo a +5,2 M€ e em volume uma variação de -3,6%, representando -0,4 M unidades.

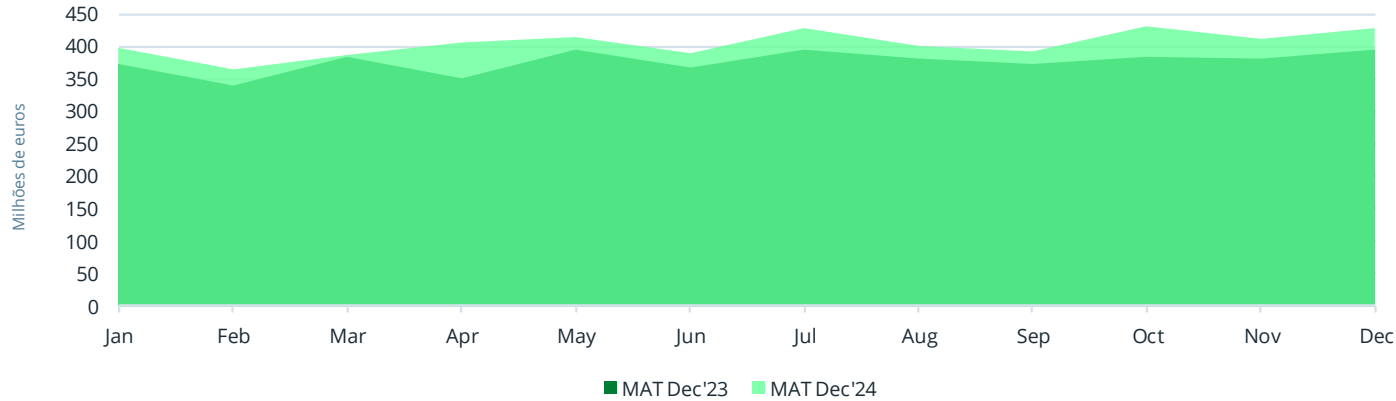
Destaques para o subsegmento **Non Prescription (OTC) - Generic** com uma variação de +9,1% em valor e -0,4% em volume.

O comportamento do mercado, no YTD Dezembro'24, apresenta uma tendência de variação positiva em valor e em volume, com uma variação de +7,4% e +3,9%, respetivamente.

# Mercado Total

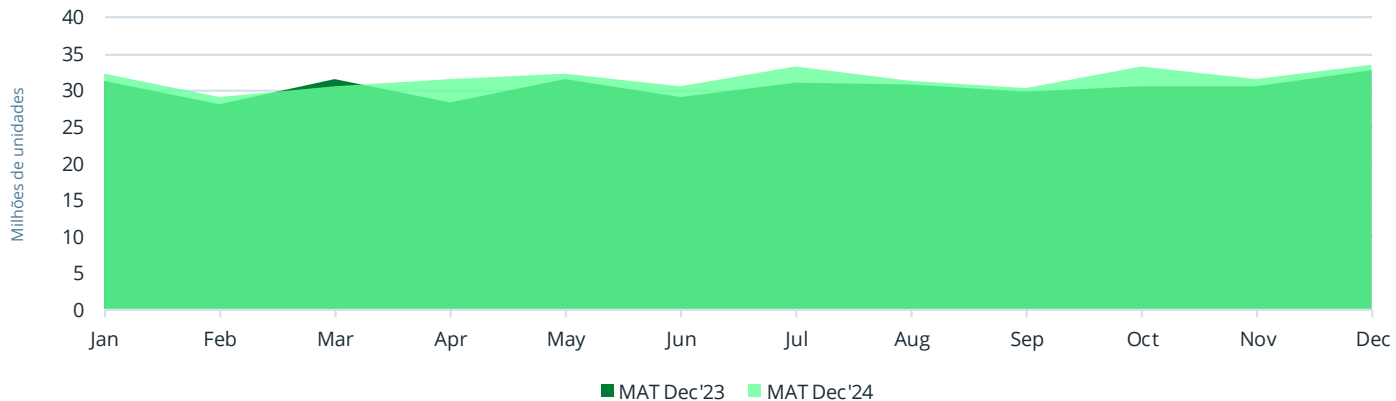
## Evolução mensal em valor

Janeiro'23 - Dezembro'24



## Evolução mensal em volume

Janeiro'23 - Dezembro'24



Regista-se uma variação face ao mês anterior de +4,5% e de +6,3% em valor e volume, respetivamente.

Nos últimos 12 meses o mercado, em valor, tem sido sempre superior aos meses do período homólogo. Em volume, nos últimos 12 meses, apenas Março apresentou uma quebra face ao período homólogo.

Em acumulado nos últimos 12 meses (MAT Dezembro'24) o mercado apresenta uma variação em valor de +333,0 M€ (+7,4%) comparativamente com o período homólogo, e em volume de +14,19 M unidades (+3,9%).



# Pharma Market



## Maiores variações absolutas em valor | YTD Dezembro'24

### Classes ATC3

rank var abs	rank valor	ATC3	Var. Abs. M€	Var.
1	1	A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	60,37	26,0%
2	8	C10C - Associações entre reguladores de lípidos	14,91	17,8%
3	3	N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor	14,58	9,8%
4	5	C10A - Reguladores do colesterol e triglicérides	12,59	9,6%
5	4	C09D - Associações de antagonistas da angiotensina-II	12,01	8,7%

### Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	12	Apixabano Teva	23,94	384,0%
2	1	Forxiga	14,18	23,4%
3	39	Apixabano Mylan	11,06	-
4	3	Jardiance	10,26	22,6%
5	4	Lixiana	8,76	20,3%

Em YTD Dezembro'24 a classe terapêutica "A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)" mantém o maior crescimento absoluto em valor, com uma variação de +60,37 M€ (+26,0%) face ao período homólogo. As marcas **Forxiga®** e **Jardiance®** revelam-se importantes alavancas deste crescimento, com variações em valor de +14,18 M€ e +10,26 M€, respetivamente, que corresponde a uma variação positiva de +23,4% e +22,6% face ao período homólogo.

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 +1,32 M Unid face ao período homólogo (+25,6% em termos relativos).

## Maiores variações absolutas em unidades | YTD Dezembro'24

### Classes ATC3

rank var abs	rank volume	ATC3	Var. Abs. M Unid	Var.
1	12	A10P - Antidiabéticos inibidores do co-transportador de sódio e glucose 2 (SGLT2)	1,32	25,6%
2	2	C10A - Reguladores do colesterol e triglicérides	1,04	6,3%
3	1	N02B - Analgésicos não narcóticos e antipiréticos	0,98	3,3%
4	3	N06A - Antidepressivos e estabilizadores do humor	0,88	6,5%
5	21	C10C - Associações entre reguladores de lípidos	0,77	24,1%

### Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	38	Apixabano Teva	0,67	384,1%
2	9	Forxiga	0,33	23,4%
3	212	Apixabano Mylan	0,31	-
4	8	Atorvastatina Teva	0,23	13,6%
5	15	Jardiance	0,23	23,6%

O segundo lugar de variação absoluta em volume é ocupado pela classe "C10A - Reguladores do colesterol e triglicérides", com um crescimento absoluto de +1,04 M Unid face ao período homólogo (+6,3% em termos relativos).

No TOP 5 de marcas com maiores variações positivas nas dispensas, em volume, encontra-se na primeira posição o **Apixabano Teva®** com uma variação de +0,67 M Unid.

# Pharma Market | Generic



## Maiores variações absolutas em valor | YTD Dezembro'24

### DCIs

rank var abs	rank valor	DCI	Var. Abs. M€	Var.
1	2	Apixabano	37,06	594,5%
2	13	Rivaroxabano	15,52	-
3	23	Tapentadol	8,05	274,7%
4	1	Atorvastatina	6,80	14,7%
5	56	Dabigatrano etexilato	5,25	-

### Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	1	Apixabano Teva	23,94	384,0%
2	2	Apixabano Mylan	11,06	-
3	10	Rivaroxabano Zentiva	4,83	-
4	13	Rivaroxabano Viatrix	4,68	-
5	6	Tapentadol Krka	3,63	142,3%

No TOP 5 de DCIs de medicamentos genéricos com crescimento absoluto em valor mais acentuado em YTD Dezembro'24 encontram-se o Apixabano e o Rivaroxabano, que neste período cresceram respetivamente +37,06 M€ e +15,52 M€ face ao período homólogo.

Destaque para o **Apixabano Teva®** que apresenta crescimento absoluto no mercado de +23,94 M€.

No TOP 5 de DCIs com maiores variações absolutas em volume encontra-se na primeira posição o Apixabano, com uma variação de +1,04 M Unid. Em segundo lugar no ranking de moléculas com maior variação absoluta em volume encontra-se o Atorvastatina com +0,64 M Unid.

## Maiores variações absolutas em unidades | YTD Dezembro'24

### DCIs

rank var abs	rank volume	DCI	Var. Abs. M Unid	Var.
1	23	Apixabano	1,04	600,3%
2	1	Atorvastatina	0,64	8,2%
3	53	Rivaroxabano	0,60	-
4	50	Tapentadol	0,49	255,4%
5	4	Rosuvastatina	0,40	15,7%

### Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	8	Apixabano Teva	0,67	384,1%
2	58	Apixabano Mylan	0,31	-
3	1	Atorvastatina Teva	0,23	13,6%
4	34	Tapentadol Krka	0,21	126,0%
5	10	Bisoprolol Aurobindo	0,19	37,1%

# Consumer Health Market



## Maiores variações absolutas em valor | YTD Dezembro'24

### Classes HMR

rank var abs	rank valor	HMR3	Var. Abs. M€	Var.
1	1	H26.4.12. - Medição de glicose contínua	6,62	12,0%
2	3	H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos	6,57	14,1%
3	15	H05.4.1. - Suplementos Magnésio	4,44	20,0%
4	8	H16.4.1. - Anti envelhecimento e anti rugas mulher	4,11	11,9%
5	9	H01.4.1. - Antigripais	3,22	9,2%

### Marcas

rank var abs	rank valor	Marca	Var. Abs. M€	Var.
1	1	FreeStyle	6,08	10,0%
2	41	Dioflav	3,60	129,5%
3	45	Fisiocrem	2,20	55,3%
4	9	La Roche Posay	2,00	14,8%
5	119	Sargenor	2,00	173,8%

No TOP 5 de classes HMR3 do segmento Consumer Health com maior crescimento em valor em YTD Dezembro'24 salientam-se as classes "H26.4.12. - Medição de glicose contínua" e "H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos" com um crescimento face ao período homólogo de +6,62M€ (+12,0%) e +6,57 M€ (+14,1%), respectivamente.

Entre as marcas com maior variação absoluta em YTD Dezembro'24 destaque para o **Freestyle®** com um crescimento de +10,0% face ao período homólogo.

No TOP 5 de classes HMR3 do segmento Consumer Health com maior crescimento em volume em YTD Dezembro'24 salientam-se as classes "H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos" e "H04.2.5. - Antidiarreicos" com um crescimento face ao período homólogo de +0,64 M Unid (+8,1%) e +0,22 M Unid (+13,4%), respectivamente.

Entre as marcas com maior variação absoluta em YTD Dezembro'24 destaque para o **Fluorecare®** com um crescimento superior a +1000% face ao período homólogo.

## Maiores variações absolutas em unidades | YTD Dezembro'24

### Classes HMR

rank var abs	rank volume	HMR3	Var. Abs. M Unid	Var.
1	1	H02.1.1. - Analgésicos e Antipiréticos	0,64	8,1%
2	14	H04.2.5. - Antidiarreicos	0,22	13,4%
3	5	H01.4.1. - Antigripais	0,20	5,5%
4	6	H01.1.1. - Expectorantes	0,19	6,7%
5	16	H05.4.1. - Suplementos Magnésio	0,18	12,5%

### Marcas

rank var abs	rank volume	Marca	Var. Abs. M Unid	Var.
1	118	Fluorecare	0,24	>1000%
2	16	Ilvico	0,18	29,2%
3	4	Alvita	0,18	9,9%
4	89	Dioflav	0,15	97,0%
5	162	Herby	0,13	309,6%

# Consumer Health Market | TOP3 Marcas (1/2)



## OTCs em valor

YTD Dezembro'24

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	15	Dioflav	3 596 357	129,5%
2	48	Sargenor	1 999 244	173,8%
3	4	Streptfen	1 720 623	16,4%

## OTCs em unidades

YTD Dezembro'24

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	9	Ilvico	180 152	29,2%
2	48	Dioflav	153 449	97,0%
3	4	Streptfen	122 591	11,4%

## Supplements em valor

YTD Dezembro'24

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	7	Atyflor	1 211 358	22,6%
2	1	Centrum	1 156 247	10,5%
3	57	Tossil	1 075 918	1267,3%

## Supplements em unidades

YTD Dezembro'24

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	15	Herby	130 148	309,6%
2	55	Tossil	66 047	1220,4%
3	4	Atyflor	61 643	18,0%

## Personal Care em valor

YTD Dezembro'24

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	5	La Roche Posay	1 956 062	14,5%
2	3	Uriage	1 920 740	11,7%
3	9	SVR	1 774 806	22,7%

## Personal Care em unidades

YTD Dezembro'24

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	12	Curaprox	76 417	25,7%
2	7	SVR	74 883	18,0%
3	8	Caudalie	61 760	16,9%

## OTC

No TOP 3 marcas do segmento OTC com maiores variações absolutas em YTD Dezembro'24 vs homólogo, o **Dioflav**<sup>®</sup> apresenta uma evolução positiva em valor (crescimento de +129,5%, +3,60 M€). Segue-se o **Sargenor**<sup>®</sup> com crescimento em valor de +173,8%, face ao período homólogo.

Destaca-se ainda o **Streptfen**<sup>®</sup> com crescimento em valor de +16,4%, face ao período homólogo.

## SUPPLEMENTS

Dentro do TOP 3 de variação absoluta verifica-se o maior crescimento em valor da marca **Atyflor**<sup>®</sup> (+22,6%). A segunda posição de variação em valor é ocupada pelo **Centrum**<sup>®</sup>.

## PERSONAL CARE

No TOP 3 marcas com maiores variações absolutas associadas ao Personal Care, destaque para a marca **La Roche Posay**<sup>®</sup> que apresenta uma evolução de vendas em valor de +1,96 M€ (+14,5%) face ao período homólogo, seguindo-se a marca **Uriage**<sup>®</sup> com um crescimento de cerca de 1,92 M€ (+11,7%).

A marca **Curaprox**<sup>®</sup> ocupa a primeira posição no TOP3 marcas com maiores variações absolutas em unidades, com um crescimento de +25,7%.



# Consumer Health Market | TOP3 Marcas (2/2)



## Patient Care em valor

YTD Dezembro'24

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	1	FreeStyle	6 084 143	10,0%
2	6	Fisiocrem	2 198 801	55,3%
3	77	Fluorecare	939 682	>1000%

## Nutrition em valor

YTD Dezembro'24

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	3	Fortimel	1240 030	38,1%
2	4	Resource	687 078	19,1%
3	10	Meritene	478 355	57,2%

## Homeopathy em valor

YTD Dezembro'24

Rank var abs	Rank Valor	Marca	Var. Abs. €	Var.
1	2	Lymphomyosot	3 153	35,0%
2	4	Spascupreel	2 930	136,7%
3	7	Vertigoheel	849	44,9%

## Patient Care em unidades

YTD Dezembro'24

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	23	Fluorecare	240 498	>1000%
2	1	Alvita	162 624	9,8%
3	35	Boiron	106 082	140,3%

## Nutrition em unidades

YTD Dezembro'24

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	5	Fortimel	68 268	33,4%
2	10	Blédina	58 013	188,7%
3	7	Resource	28 535	12,7%

## Homeopathy em unidades

YTD Dezembro'24

Rank var abs	Rank Volume	Marca	Var. Abs. Unid	Var.
1	4	Spascupreel	189	124,3%
2	3	Lymphomyosot	80	30,7%
3	7	Vertigoheel	48	40,0%

## PATIENT CARE

A marca **Freestyle**<sup>®</sup> regista a primeira posição em valor com uma variação de +6,08 M€ (+10,0%).

A marca **Fluorecare**<sup>®</sup> encontra-se na primeira posição em variação de volume, apresentando uma variação de +0,24 M Unid.

## NUTRITION

No TOP 3 das marcas com maiores variações absolutas em YTD Dezembro'24, em valor, a marca **Fortimel**<sup>®</sup> apresenta a maior variação positiva em valor (+38,1%).

A marca **Resource**<sup>®</sup> ocupa a segunda posição do TOP 3 de marcas com maiores variações em valor em YTD Dezembro'24 com +19,1% face ao homólogo, seguida da marca **Meritene**<sup>®</sup> que apresenta uma variação de +57,2%.

## HOMEOPATHY

As marcas identificadas com maiores variações positivas em valor em YTD Dezembro'24 são as seguintes: **Lymphomyosot**<sup>®</sup> (+35,0%), seguida da **Spascupreel**<sup>®</sup> (+136,7%). A marca **Vertigoheel**<sup>®</sup> ocupa a terceira posição no TOP 3 das marcas com maior variação absoluta em valor (+44,9%).

A marca **Spascupreel**<sup>®</sup> ocupa a primeira posição no TOP 3 das marcas com maior variação absoluta em unidades (+124,3%).

# FICHA TÉCNICA

## PHARMACY MARKET WATCH- DEZEMBRO 2024



### Âmbito

Evolução mensal do Mercado de Farmácia em Portugal

### Periodicidade

Mensal

### Períodos Analisados

Meses – Janeiro'23 a Dezembro'24

Ano Móvel – MAT Dezembro'23 e MAT Dezembro'24

Year to date – YTD Dezembro'23 e YTD Dezembro'24

### 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 2.608 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 mês de Dezembro'24.

- **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