

7ª Edição

# Pesquisa anual

Comportamento do consumidor  
em farmácias no Brasil 2024

Realização:  IFEPEC  Febrifar

Parceria:  UNICAMP  NETT  
Núcleo de Estudos em Tecnologia e Inovação em Saúde





**Edison Tamascia**  
Presidente da Febrafar

“*Estratégias baseadas em dados trazem assertividade para a tomada de decisão e fortalecem o relacionamento entre toda a cadeia farmacêutica.*”



# Metodologia

Para a realização dessa pesquisa quantitativa e qualitativa, **foi adotada a metodologia de entrevista individual semiestruturada**, que permite entender o motivo das escolhas, preferências e objeções dos consumidores das farmácias.

O questionário teve consistência lógica e possibilitou que as respostas fossem passíveis de comparação. As perguntas foram simples, de fácil entendimento, e não foram utilizados enunciados complexos.

Todas as perguntas e registros das respostas foram feitos com a utilização de smartphones e um aplicativo próprio.

# Principais temas abordados na pesquisa



Evolução do ticket médio;



Origem da demanda;



Critérios de escolha da farmácia;



Motivo das trocas;



Autosserviço;



Serviços farmacêuticos;



Canal digital.

# Divisão dos entrevistados por categoria de farmácia

4 mil consumidores

45,0%

**Grandes redes**

Redes corporativas de abrangência nacional

11,8%

**Redes corporativas regionais**

Agrupamentos com 6 ou mais lojas no CPNJ raiz

14,9%

**Febrifar**

Federação Brasileira das Redes Associativistas e Independentes de Farmácias

7,8%

**Demais agrupamentos**

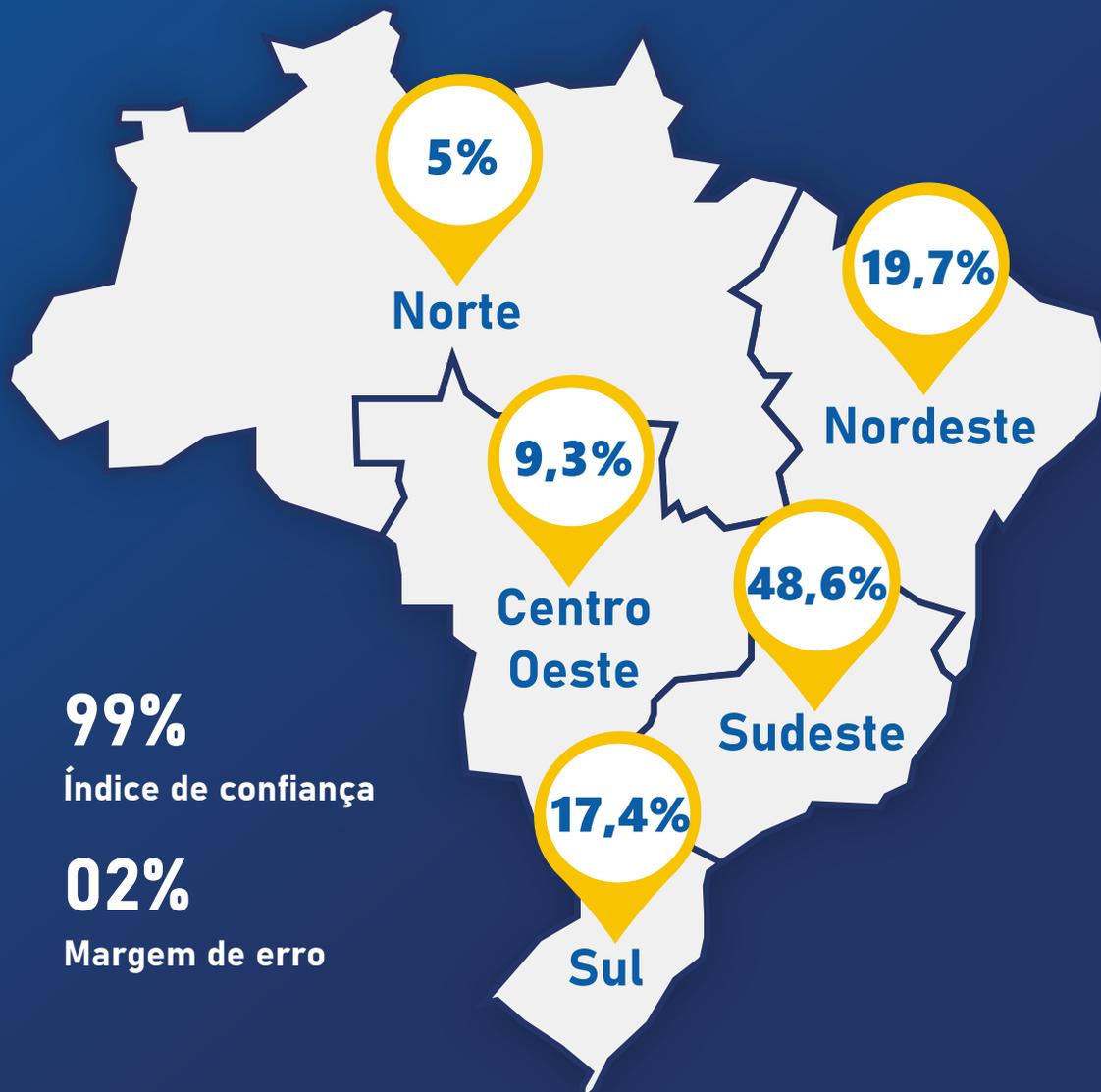
Associações + franquias (Excluindo Febrifar)

20,5%

**Independentes**

Farmácias individuais

## Distribuição da pesquisa



**99%**

Índice de confiança

**02%**

Margem de erro

## Perfil dos entrevistados

### Gênero



### Faixa etária





Para a posição de entrevistadores, foram selecionados 110 estudantes de mestrado ou doutorado com experiência em questionários de pesquisas qualitativas, das instituições listadas abaixo:

### Norte

Belém – UFPA  
Boa Vista – UFRR  
Macapá – UEAP  
Manaus – UFAM  
Palmas – UFT  
Porto Velho – UNIR  
Rio Branco – UFAC

### Nordeste

Salvador – UFBA  
Aracaju – UFS  
Maceió – UFAL  
Recife – UFPE  
João Pessoa – UFP  
Natal – UFRN  
Fortaleza – UFC  
Teresina – UFPI  
São Luís – UFMA

### Centro-Oeste

Goiânia – UFG  
Campo Grande – UFMS  
Cuiabá – UFMT

### Sul

Curitiba – UFPR  
Florianópolis – UFSC  
Porto Alegre – UFRS

### Sudeste

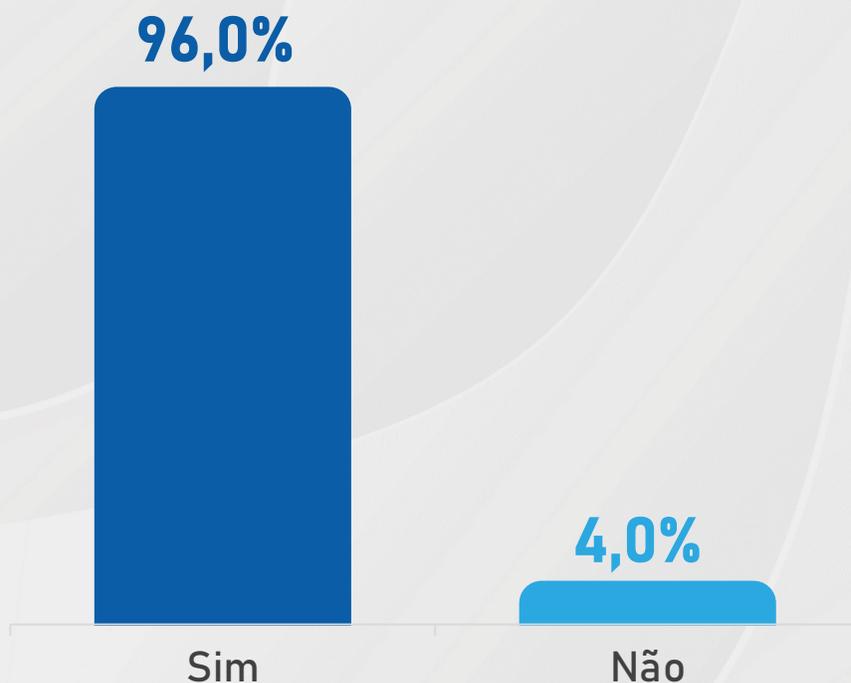
B. Horizonte – UFMG  
Rio de Janeiro – UFRJ  
São Paulo, Campinas,  
Ribeirão Preto – UNICAMP – USP  
Vitória – UFES

Os entrevistadores foram treinados por meio de apresentação prévia do questionário e simulações de entrevistas, além de serem preparados para explorar informações, investigar os comportamentos, interpretar e registrar os fatos.



# 01 Cesta de compras

Foi à farmácia com o objetivo de comprar medicamentos?



## Medicamento como categoria destino

96,0% dos entrevistados revelaram que o objetivo de ir à farmácia foi comprar medicamentos.

## Quantos itens você comprou e quanto gastou?

	2021	2022	2023	2024
Quantidade de unidades	3,0	2,6	2,4	2,5
Ticket médio	R\$54,01	R\$43,71	R\$41,99	R\$47,68
Valor médio por item	R\$18,00	R\$16,81	R\$17,49	R\$19,07

### **Ticket médio em recuperação**

Ainda não foi alcançado o ticket médio de compras de 2021.

Dos itens comprados, quantos eram medicamentos e quantos eram não medicamentos?

69,8%

Medicamentos



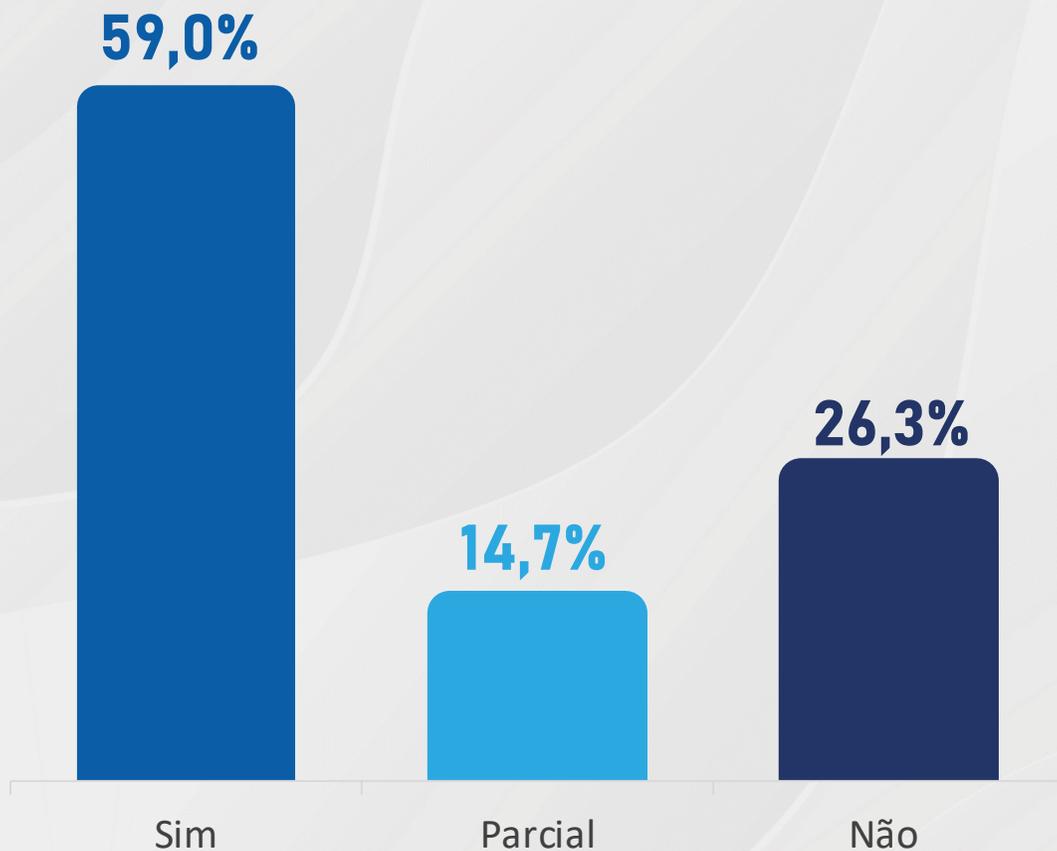
30,2%

Não Medicamentos

**Medicamentos  
se destacam**

A maior parte dos itens  
comprados é medicamento.

Os medicamentos comprados tiveram origem em uma prescrição médica?



## Origem da demanda

Mais de 73,7% das compras de medicamentos tiveram origem em prescrição médica, embora nem todos portassem a receita no momento da compra.



**02**

# Preferências do consumidor

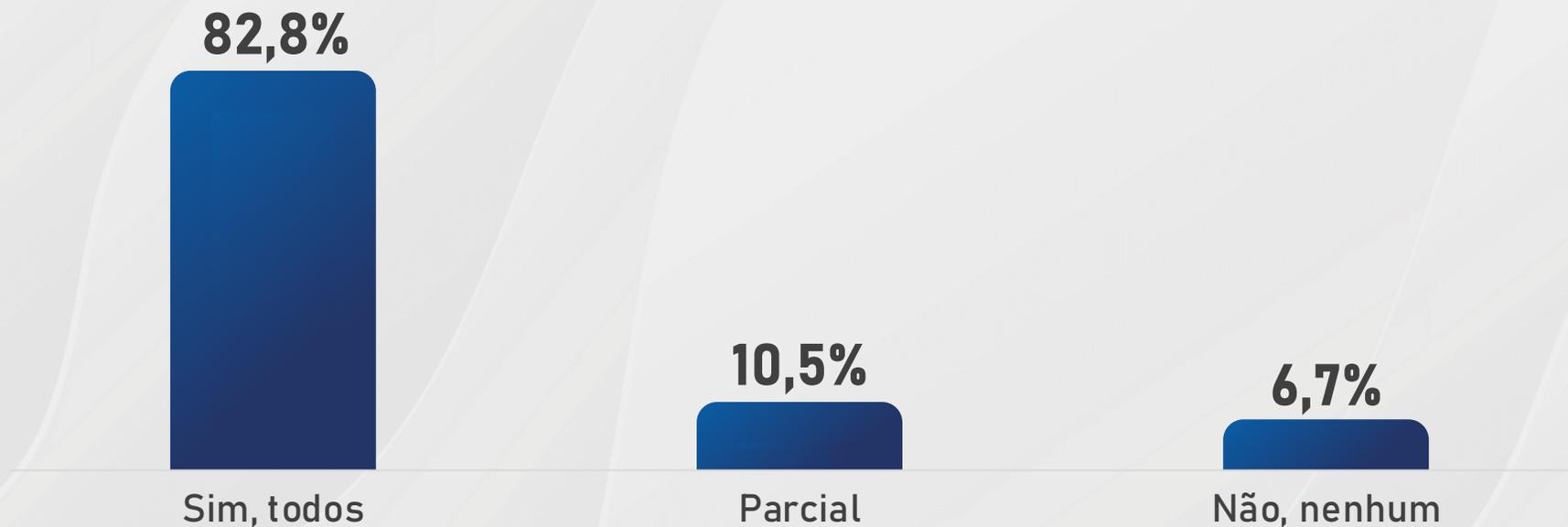
## Qual o principal fator para a escolha da farmácia?

	2022	2023	2024
Preço	79,9%	82,2%	88,9%
Localização	11,4%	10,3%	5,8%
Estoque	4,0%	3,4%	2,6%
Farmácia Popular	2,4%	2,1%	1,2%
Outros	2,3%	2,0%	1,5%

### Imagem de preço

A percepção de preços competitivos continua sendo o principal fator para a escolha de uma farmácia.

## Comprou todos os itens que pretendia comprar?



### Compras efetivadas

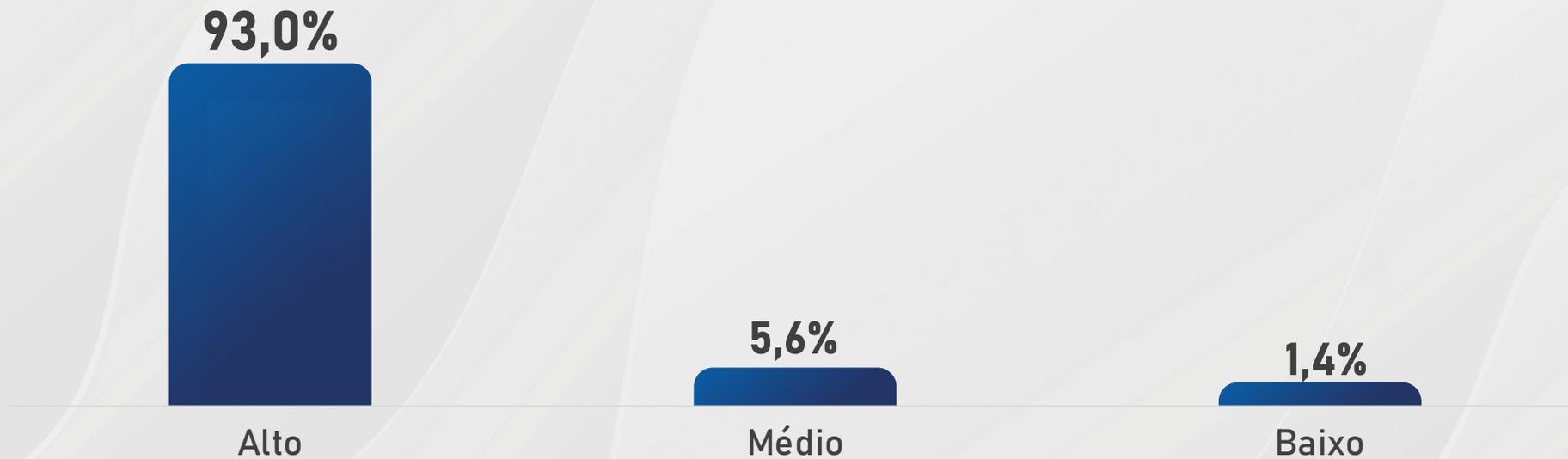
82,8% dos consumidores encontraram todos os produtos que desejavam.

## Você trocou algum produto que pretendia comprar por outro?



A grande maioria dos consumidores comprou exatamente o produto que procurava; apenas 5,2% dos consumidores realizaram a troca.

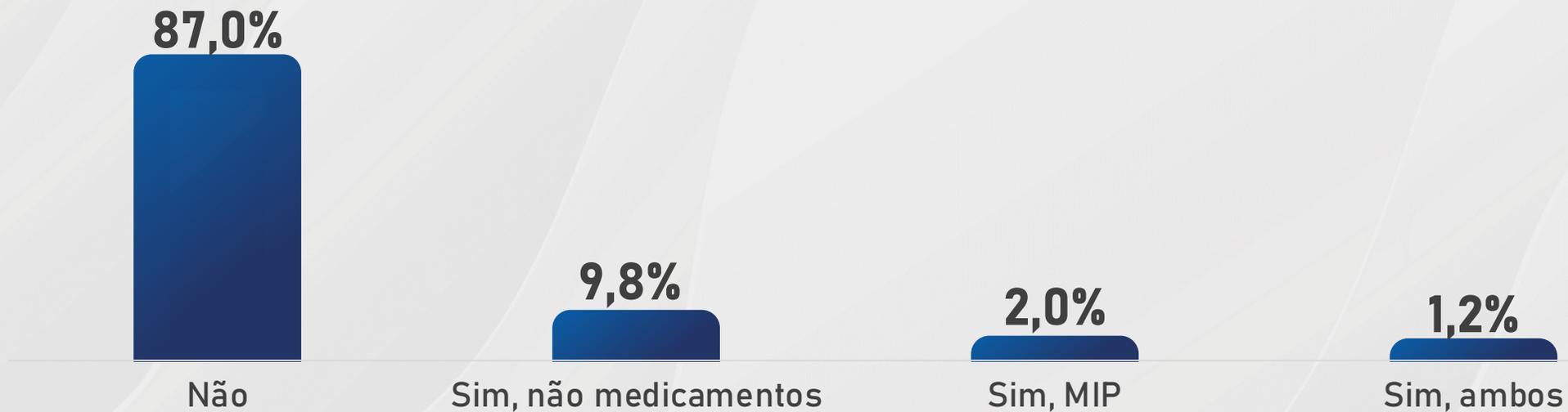
## Qual é o seu grau de confiança em produtos genéricos?



### Genéricos em alta

93,0% dos consumidores entrevistados têm alto grau de confiança nos genéricos.

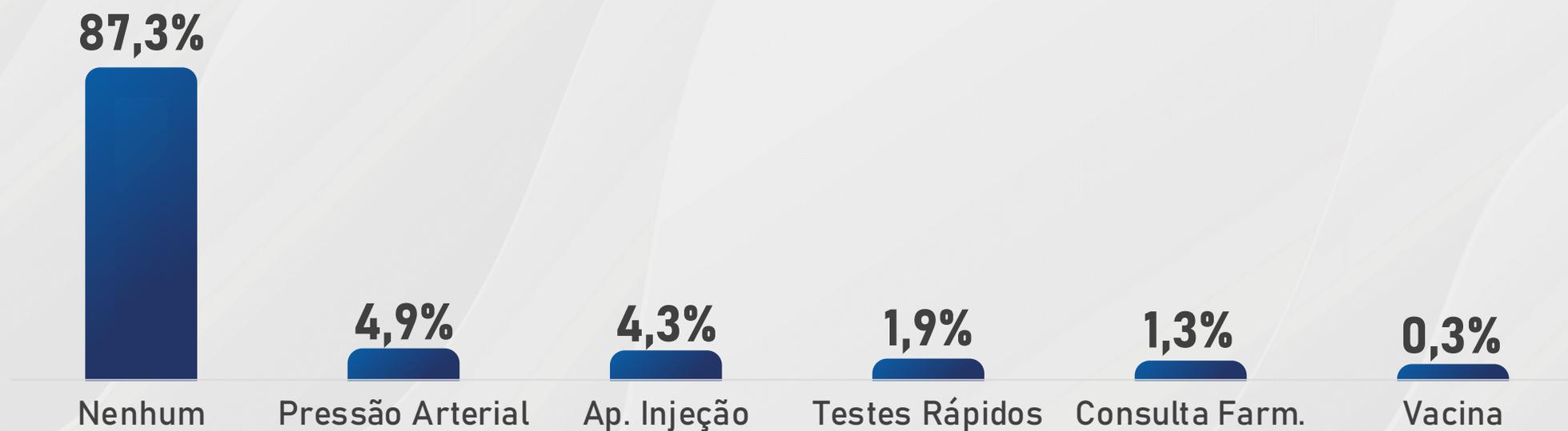
Você pegou algum produto no autosserviço sem ajuda do atendente?



## Oportunidades no autosserviço

A maioria dos entrevistados revelou não ter comprado produtos no autosserviço sem o auxílio de um atendente.

## Quais serviços farmacêuticos você costuma utilizar?



### Procura por serviços farmacêuticos

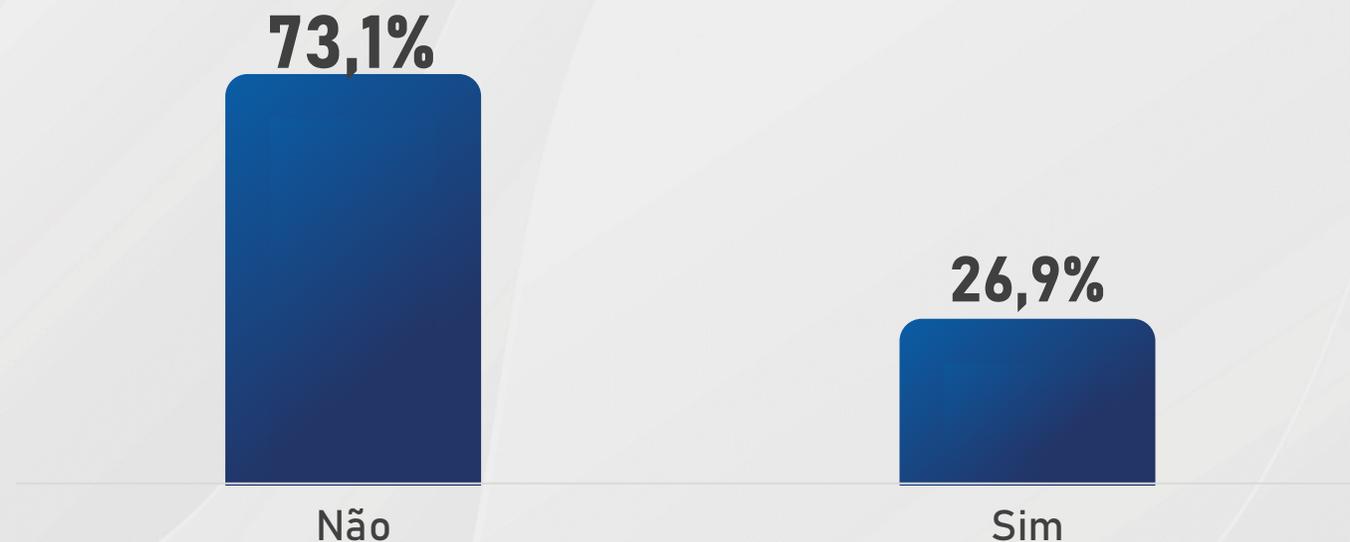
12,6% dos consumidores afirmaram utilizar algum serviço na farmácia; aferição de pressão e aplicação de injeção são os mais procurados.



**03**

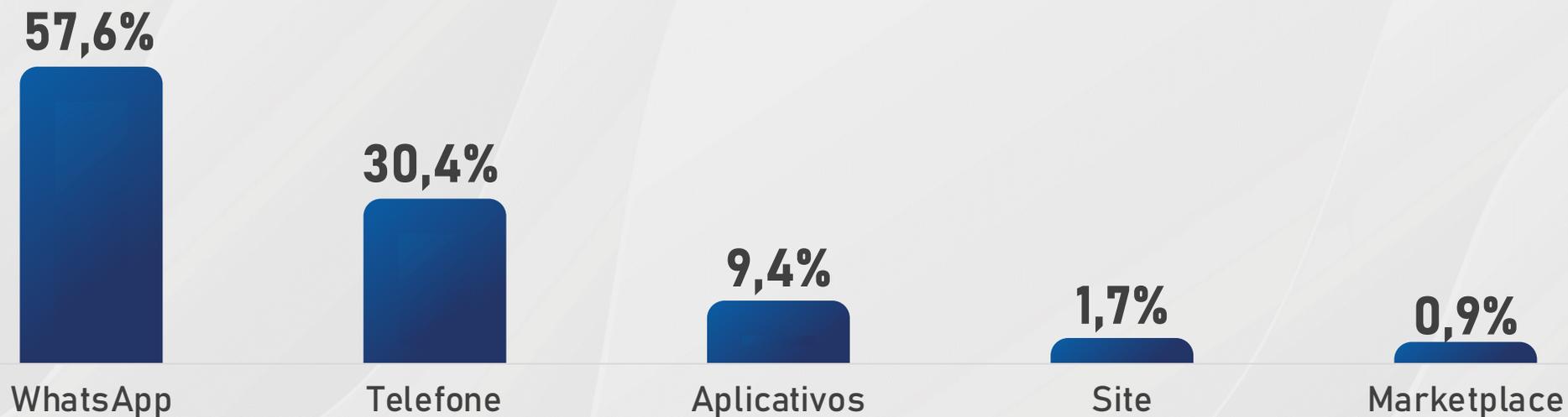
# **Análise do canal digital**

## Você compra medicamentos de forma não presencial?



**26,9% dos consumidores entrevistados declararam realizar a compra de medicamentos de forma não presencial.**

## Se sim, qual é o canal mais usado?

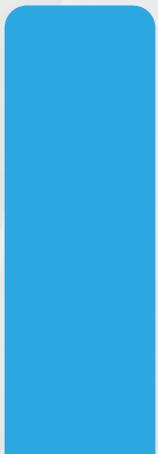


**WhatsApp e telefone lideram**

88,0% dos consumidores que afirmaram comprar medicamentos de forma não presencial têm preferência por WhatsApp ou telefone.

Você usa site/aplicativo para compra e entrega? (Ex:Rappi/Uber/Loggi)

98,5%



1,5%



Não

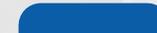
Sim

Você usa site/aplicativo para compra e retirada?

97,1%



2,9%

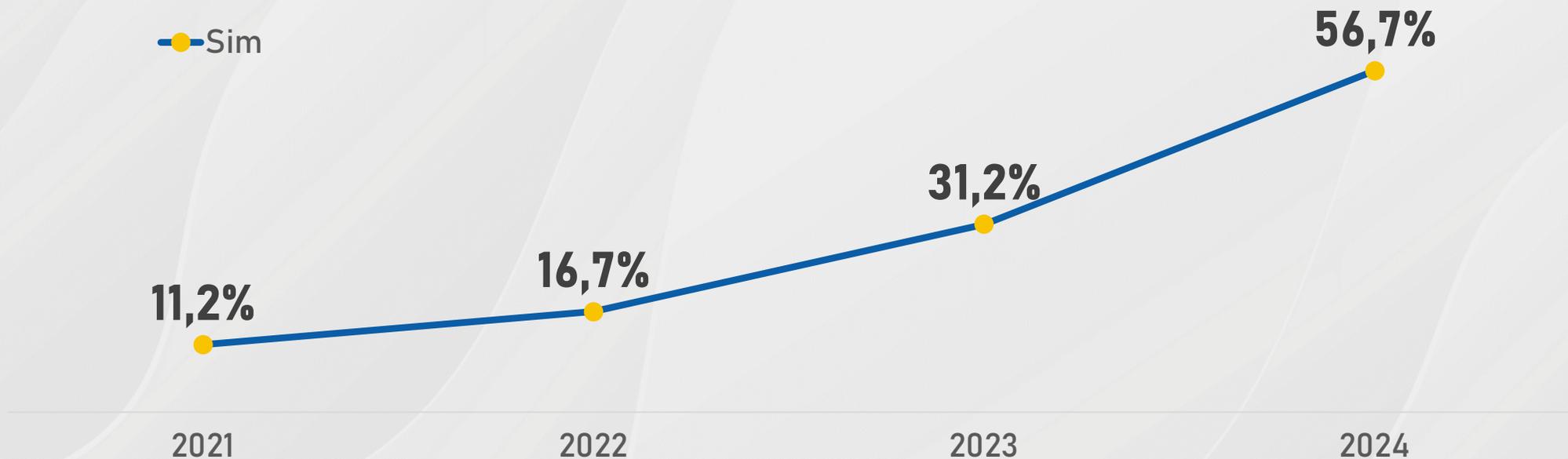


Não

Sim

O uso de sites e aplicativos de entrega para medicamentos não é um hábito da maioria dos consumidores.

## Costuma comprar outros segmentos de produtos pela internet?

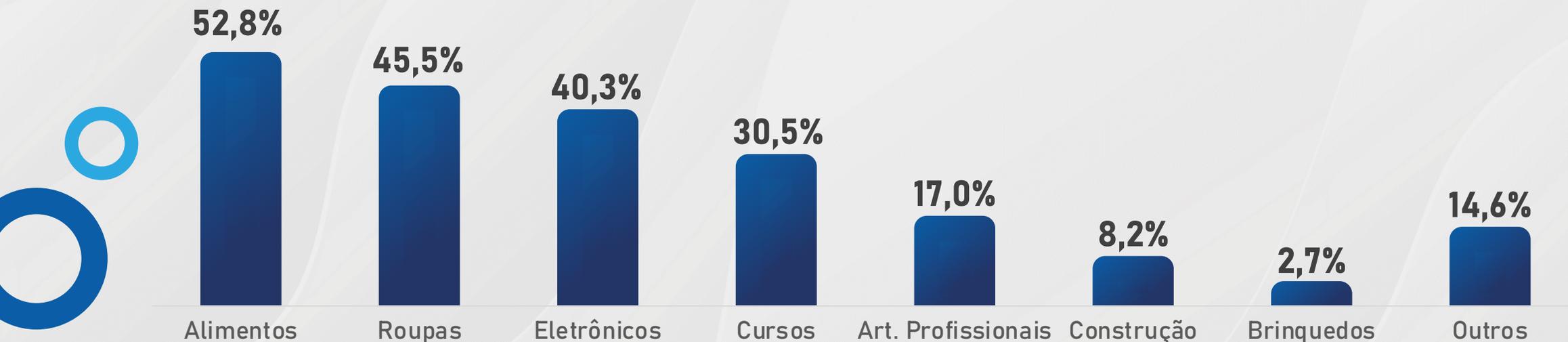


### Consumidores cada vez mais digitalizados

O percentual de consumidores que costuma comprar diferentes produtos pela internet aumentou significativamente, passando de 11,2% em 2021 para 56,7% em 2024.

## Quais outras categorias de produtos você costuma comprar pela internet?\*

\*Foi possível escolher mais de uma opção.

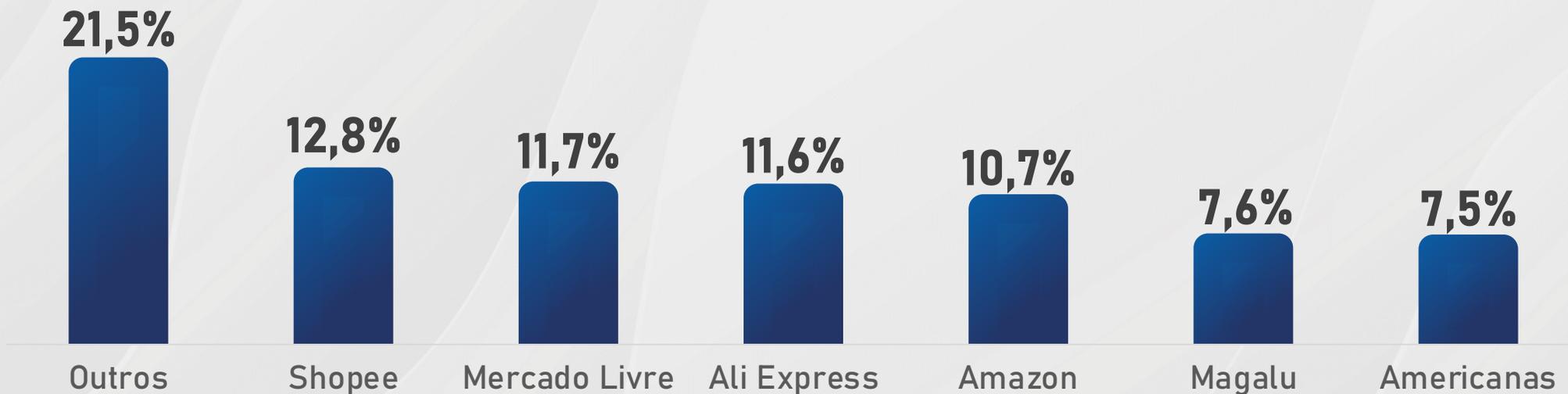


### **Categorias mais compradas**

Entre os produtos que os consumidores entrevistados mais compram on-line estão as categorias de alimentos, roupas e eletrônicos.

## Quais marketplaces estão instalados em seu celular?\*

\*Foi possível escolher mais de uma opção.



### Marketplaces na palma da mão

A grande maioria dos entrevistados tem pelo menos um marketplace instalado no celular.

7ª Edição

# Pesquisa anual

Comportamento do consumidor  
em farmácias no Brasil 2024

Realização:  IFEPEC  Febrifar

Parceria:  UNICAMP  NETT  
Núcleo de Estudos em Tecnologia e Inovação em Saúde

