

EDIÇÃO 20 22

Pesquisa sobre o
comportamento
do consumidor
em farmácias
no Brasil

REALIZAÇÃO:



IFEPEC



Febrafar

PARCERIA:



UNICAMP



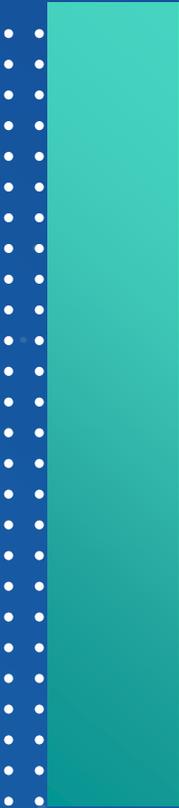
“Fazer uma pesquisa sobre o retrato real do comportamento dos consumidores no varejo farmacêutico nacional é primordial para apoiar as tomadas de decisões. Com dados atuais à disposição, estruturar estratégias assertivas para as nossas empresas é muito mais eficaz.”

Edison Tamascia
Presidente da Febrafar





A PESQUISA TEM COMO OBJETIVO APURAR:



Frequência do consumidor na farmácia

Nível de fidelização do consumidor

Índice de ruptura de estoque

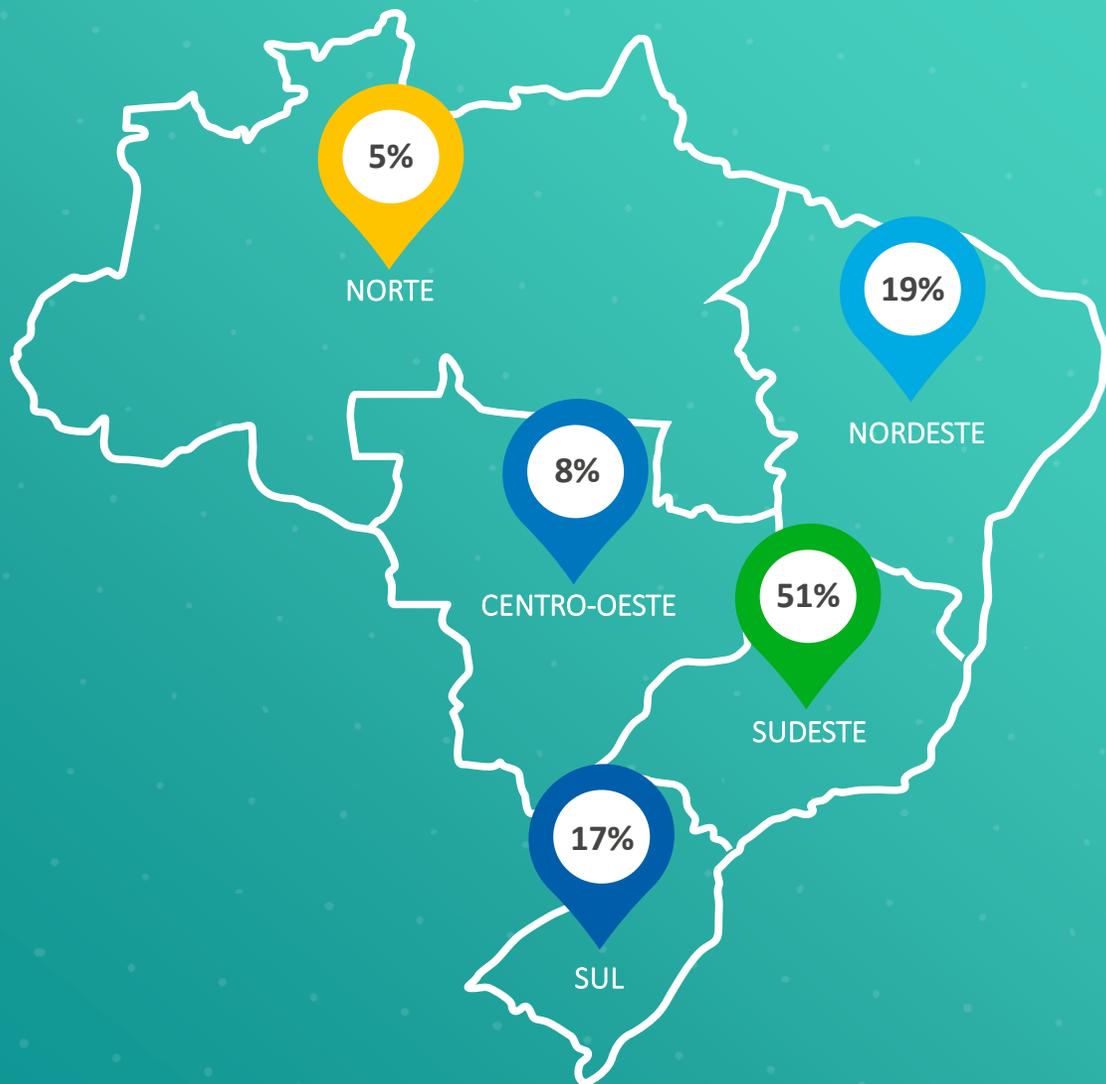
Categoria do medicamento adquirido

Percentual de consumidores que portavam receita médica

Índice de troca de medicamentos e os motivos que levaram a essa troca

Outros hábitos e costumes

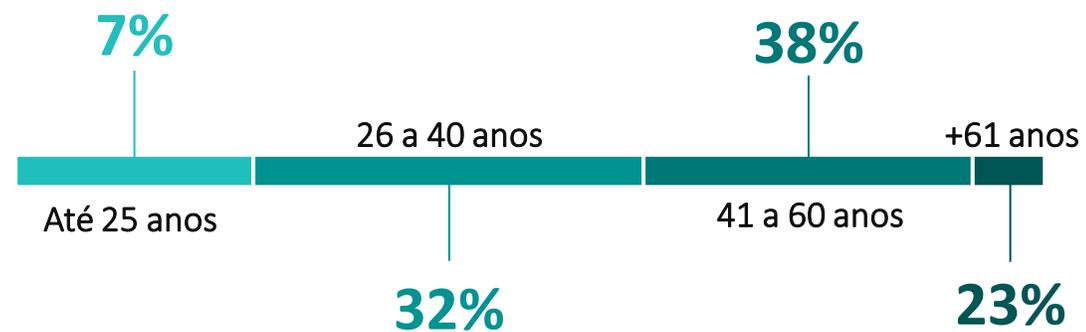
Região do país



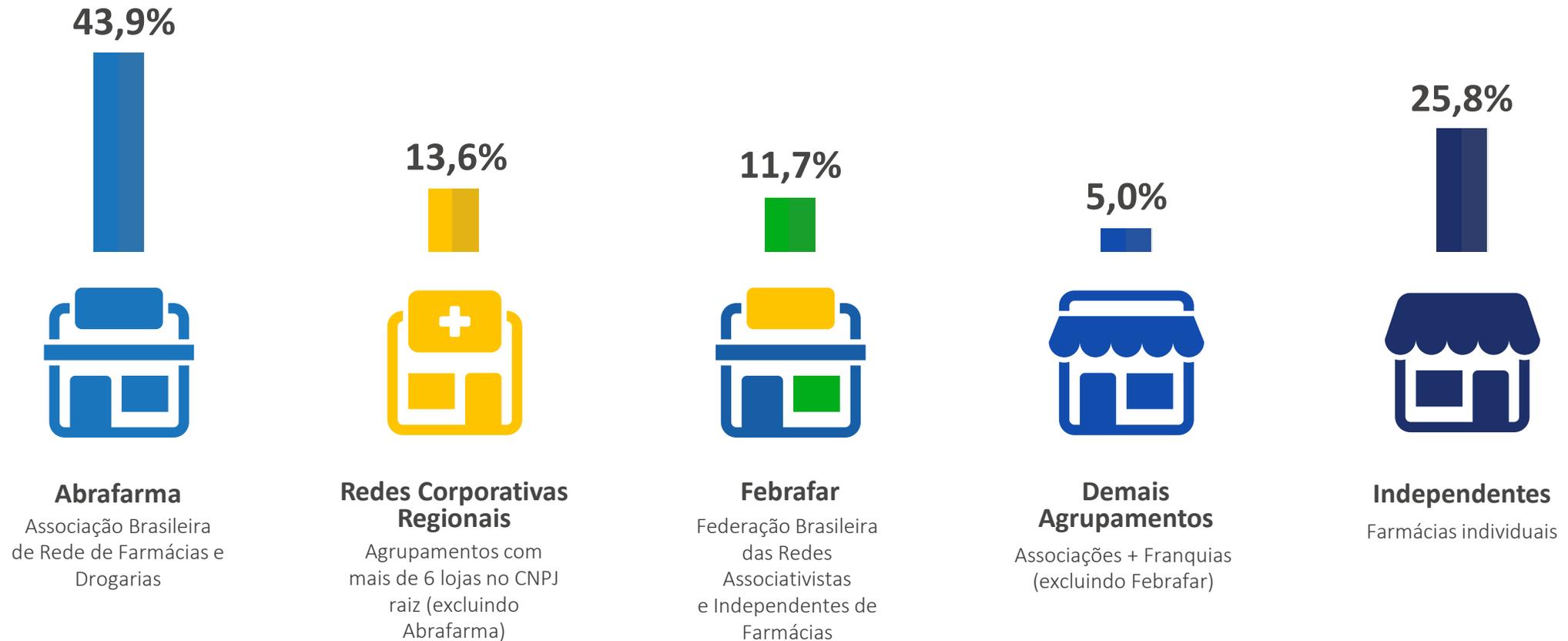
Gênero



Faixa etária



DIVISÃO DOS ENTREVISTADOS POR CATEGORIA DE FARMÁCIA





- **Cesta de Compras**

Características da cesta de compras

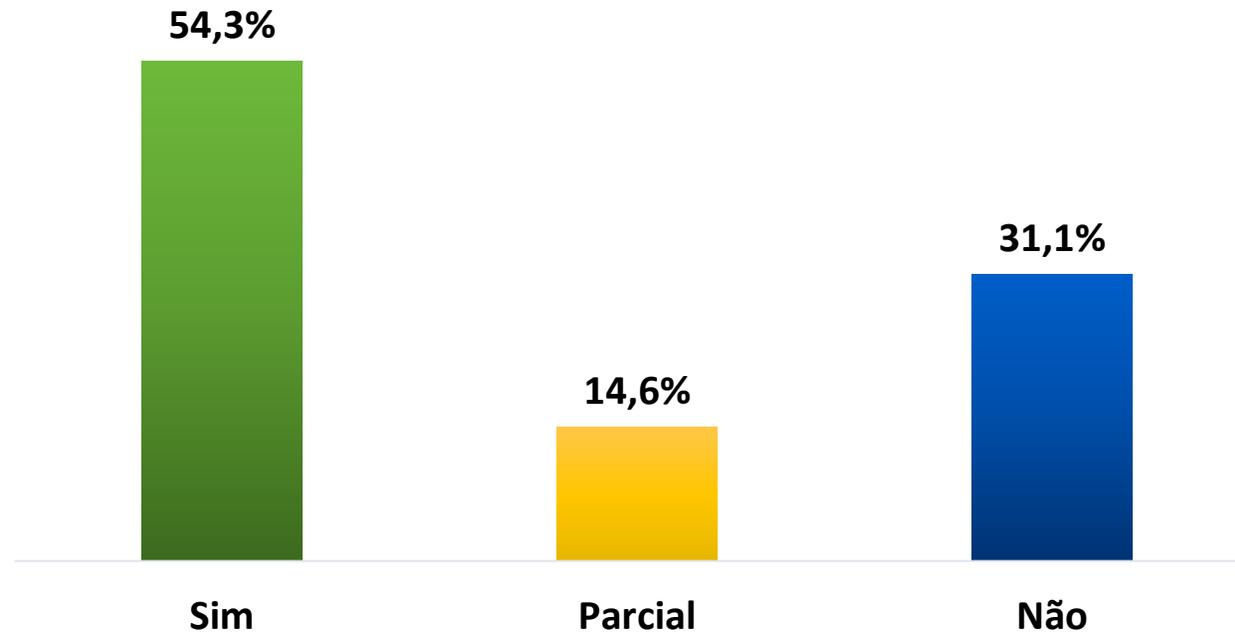
FATOR	2020	2021
Quantidade de Unidades	3,0	2,6
Ticket Médio	R\$ 54,01	R\$ 43,71
Valor médio por item	R\$ 18,00	R\$ 16,81

**MUDANÇA
SIGNIFICATIVA**



Há uma queda relevante no ticket médio e na cesta de produtos adquiridos pelos consumidores.

Origem da compra foi prescrição médica?



A ORIGEM DA DEMANDA



Mais de 68% dos consumidores entrevistados afirmaram que os medicamentos comprados tinham origem em prescrição médica, ainda que nem todos portavam a receita.

- **Análise sobre a fidelização do consumidor**

Principais fatores para a escolha da farmácia

RESPOSTA	2020	2021
Preço	75,4%	79,9%
Localização	14,8%	11,4%
Estoque	5,1%	4,0%
Farmácia Popular	2,4%	2,4%
Outros	2,3%	2,3%



PREÇO É UM FATOR DECISIVO

Os consumidores entrevistados atribuem ao preço o principal pré-requisito para a escolha de uma farmácia.

Notadamente nesta pesquisa de 2021, esse atributo se tornou ainda mais relevante.

Pesquisou preço em outra farmácia antes desta compra?

RESPOSTA	2020	2021
Não costumo pesquisar	88,4%	84,7%
Hoje não pesquisei	8,7%	9,5%
Sim, presencial	1,8%	3,6%
Sim, via web	1,1%	2,2%



CONSUMIDORES DE FARMÁCIAS SÃO GERALMENTE FIÉIS

Embora considerem o preço um atributo muito importante, a grande maioria declarou não ter pesquisado preços em outras farmácias antes de efetuar a compra.

Participa de programa de fidelidade de alguma farmácia?

RESPOSTA	2020	2021
Desta e de outras	68,8%	62,9%
Só de outras	12,9%	17,3%
Não	13,2%	13,4%
Sim, desta	5,1%	6,4%

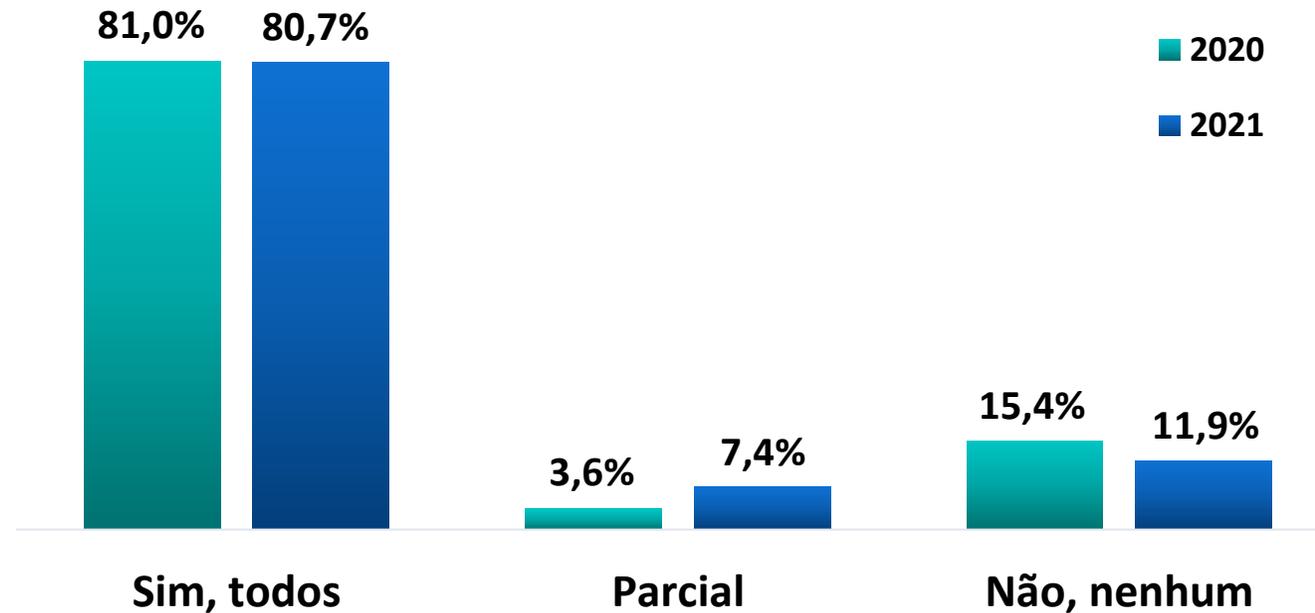


FIDELIDADE ALTA

Mais de 86% dos consumidores entrevistados reportaram participar de algum programa de fidelidade, o que comprova a relevância das ações de fidelização junto aos clientes das farmácias.

- **Comportamento de compra**

Comprou todos os produtos que pretendia?

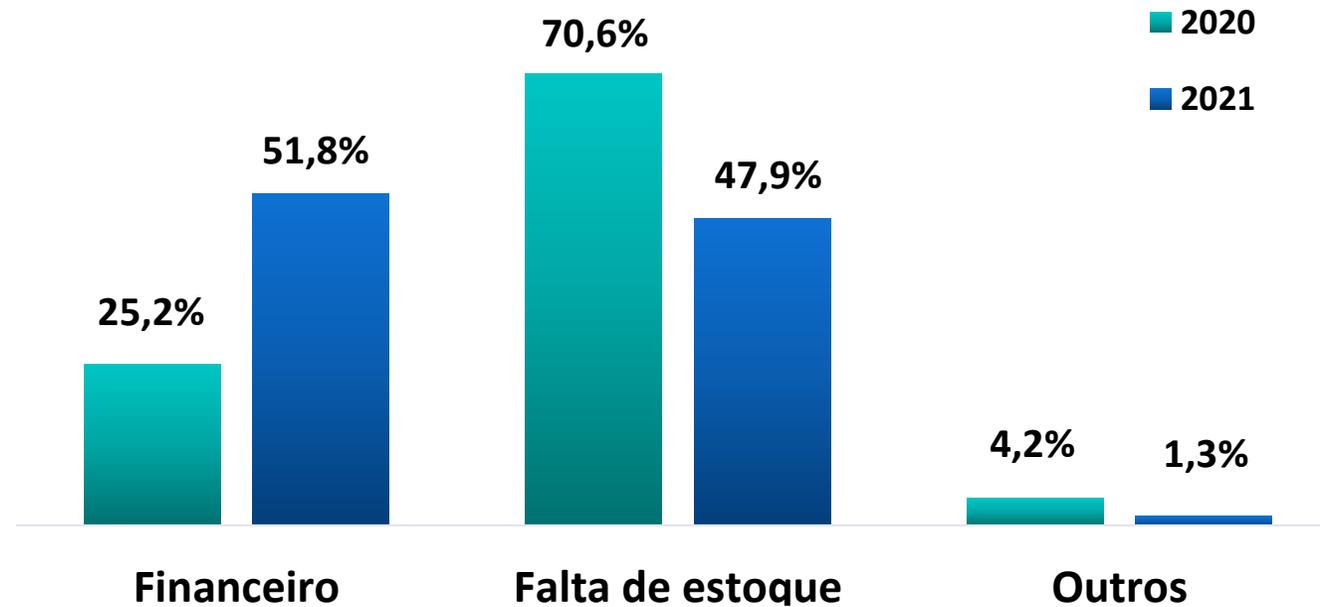


**NEM SEMPRE
A COMPRA É
EFETIVADA**



Mais de 19% dos consumidores entrevistados reportaram ter deixado de adquirir produtos que desejavam comprar.

DOS 771 ENTREVISTADOS QUE NÃO COMPRARAM TOTAL OU PARCIALMENTE O QUE PRETENDIAM COMPRAR, PERGUNTAMOS O “PRINCIPAL MOTIVO”.



**PERDA DO PODER
AQUISITIVO**



Diferentemente da pesquisa anterior, mais da metade dos consumidores entrevistados que deixaram de comprar, alegaram questões financeiras.

Que tipo de produto comprou?

RESPOSTA	2020	2021
Genérico	25,5%	29,0%
Marca + Genérico	26,7%	23,9%
Marca	24,4%	20,2%
Genérico + Não Medicamento	6,0%	8,9%
Genérico + Marca + Não Medicamento	4,7%	6,7%
Medicamento + Não Medicamento	8,1%	6,6%
Não Medicamento	4,6%	4,7%



A IMPORTÂNCIA DO SEGMENTO DE NÃO MEDICAMENTOS

Continua crescendo o número de consumidores entrevistados que afirmaram ter comprado produtos relacionados ao segmento de não medicamentos.

Trocou de categoria de medicamento?

RESPOSTA	2020	2021
Não	72,9%	90,7%
Sim	27,1%	9,3%

**CONSUMIDORES
JÁ CHEGAM
DECIDIDOS**



90,7% dos consumidores entrevistados não trocaram de categoria, comprando exatamente o que foram buscar.

PARA AQUELES 357 ENTREVISTADOS QUE TROCARAM DE CATEGORIA, PERGUNTAMOS “POR QUAL CATEGORIA TROCARAM?”

RESPOSTA	2020	2021
De marca para genérico	87,0%	92,7%
De genérico para marca	13,0%	7,3%



**A OPÇÃO
POR GENÉRICOS
É UMA REALIDADE**

Ainda que o volume de consumidores entrevistados que trocaram de categoria seja relativamente baixo, 92,7% deles trocaram de marca por um genérico.

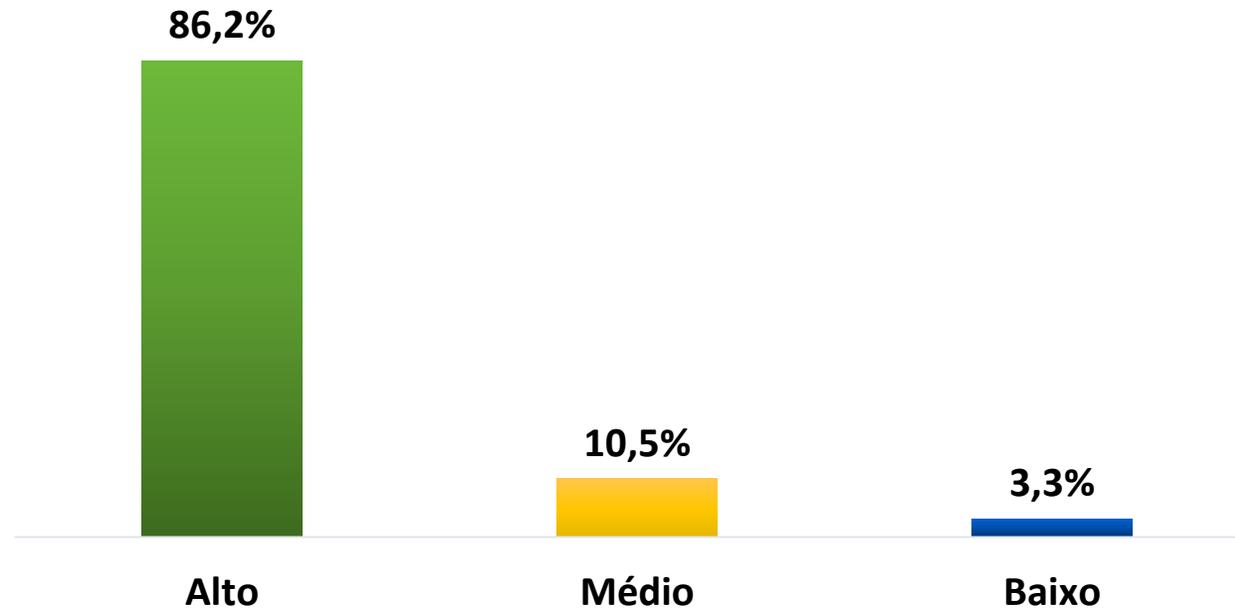
DOS 357 ENTREVISTADOS QUE TROCARAM DE CATEGORIA, PERGUNTAMOS “QUAIS OS MOTIVOS PARA TROCA”

RESPOSTA	2020	2021
Para economizar	74,2%	88,2%
Por falta de produto	24,9%	6,5%
Outros motivos	0,9%	5,3%

**AS MOTIVAÇÕES GERALMENTE SÃO FINANCEIRAS**

Consumidores seguem buscando reduzir os valores desembolsados nas compras de medicamentos.

Qual o seu grau de confiança nos genéricos?



**A RELEVÂNCIA
DOS GENÉRICOS**



O nível de confiança nos genéricos já está bastante consolidado nos consumidores entrevistados.

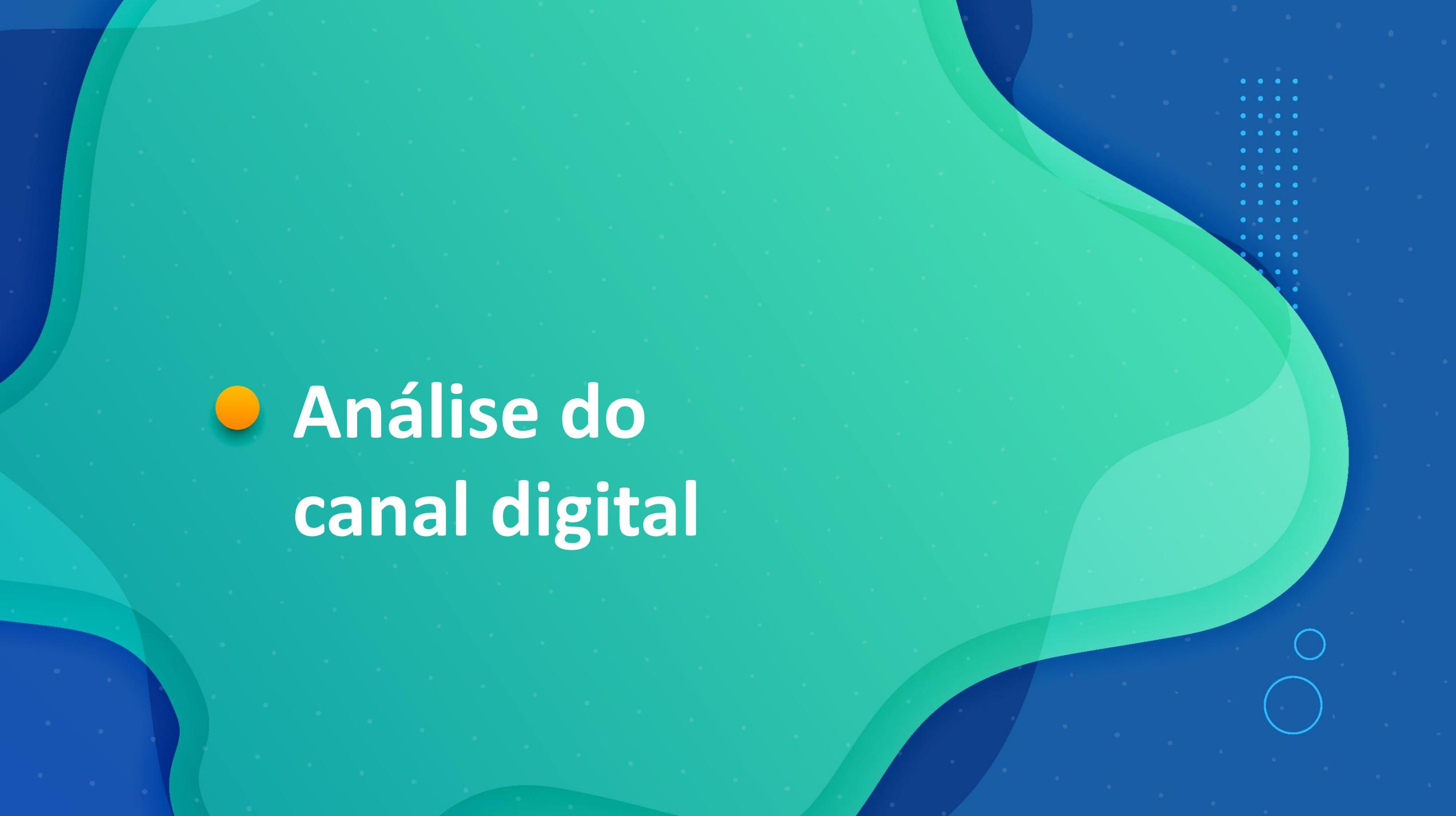
Pegou algum produto sem ajuda do atendente?

RESPOSTA	2020	2021
Não	86,5%	84,4%
Sim, “não medicamento”	9,4%	11,5%
Sim, medicamento e “não medicamento”	2,5%	2,8%
Sim, medicamento	1,6%	1,3%



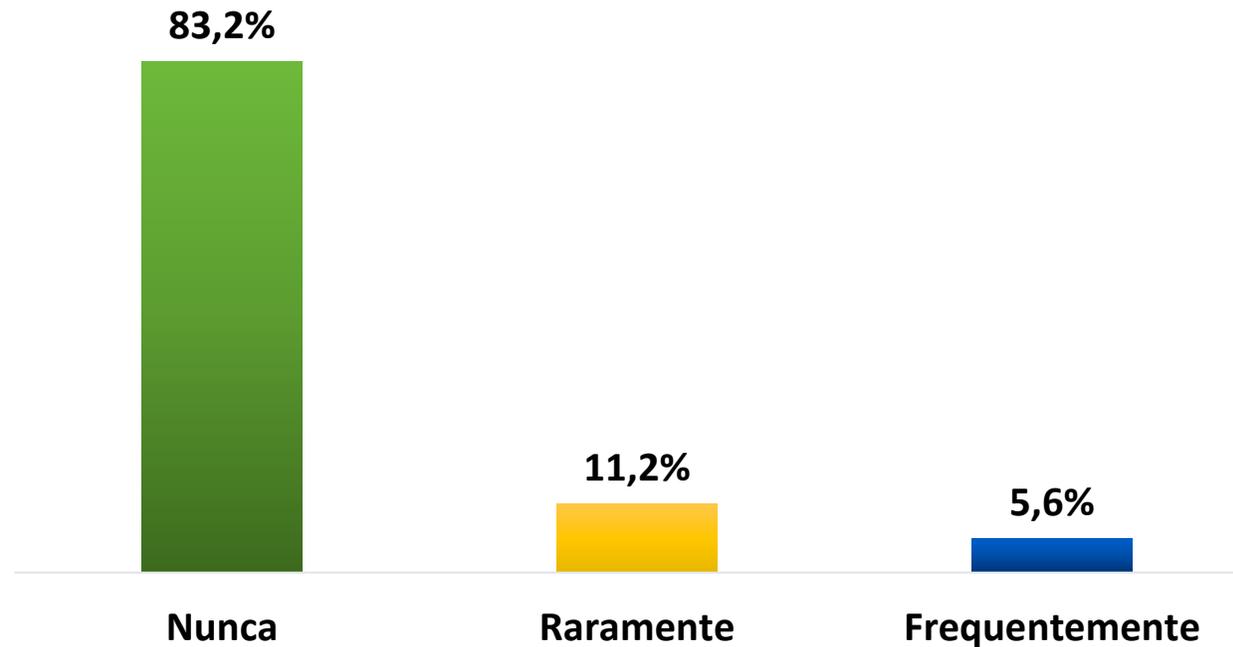
OS DESAFIOS DO AUTOSSERVIÇO

A grande maioria dos consumidores entrevistados necessitou de orientação dos atendentes para localizar os produtos que queriam comprar.



- **Análise do canal digital**

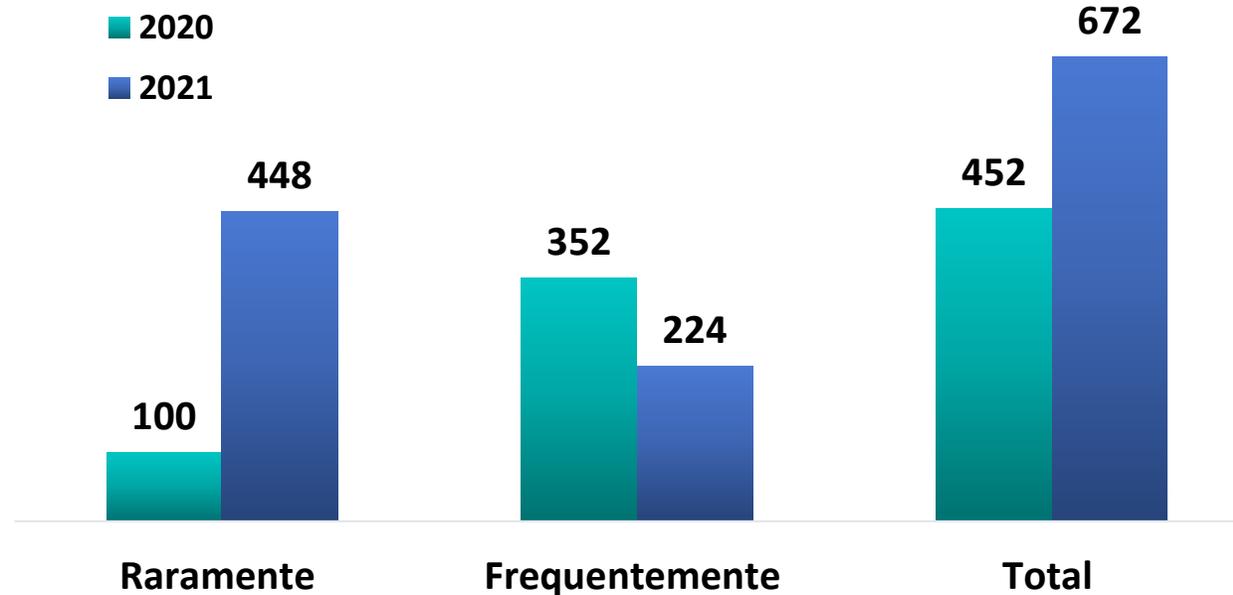
Você compra medicamentos pela internet ou aplicativos?



COMPRA DE MEDICAMENTOS POR CANAIS DIGITAIS

Mais de 83% dos consumidores entrevistados informaram que nunca compraram pela internet ou por aplicativos.

DOS 4.000 ENTREVISTADOS APENAS 16,8% DELES MANIFESTARAM COMPRAR MEDICAMENTOS DE FORMA VIRTUAL.

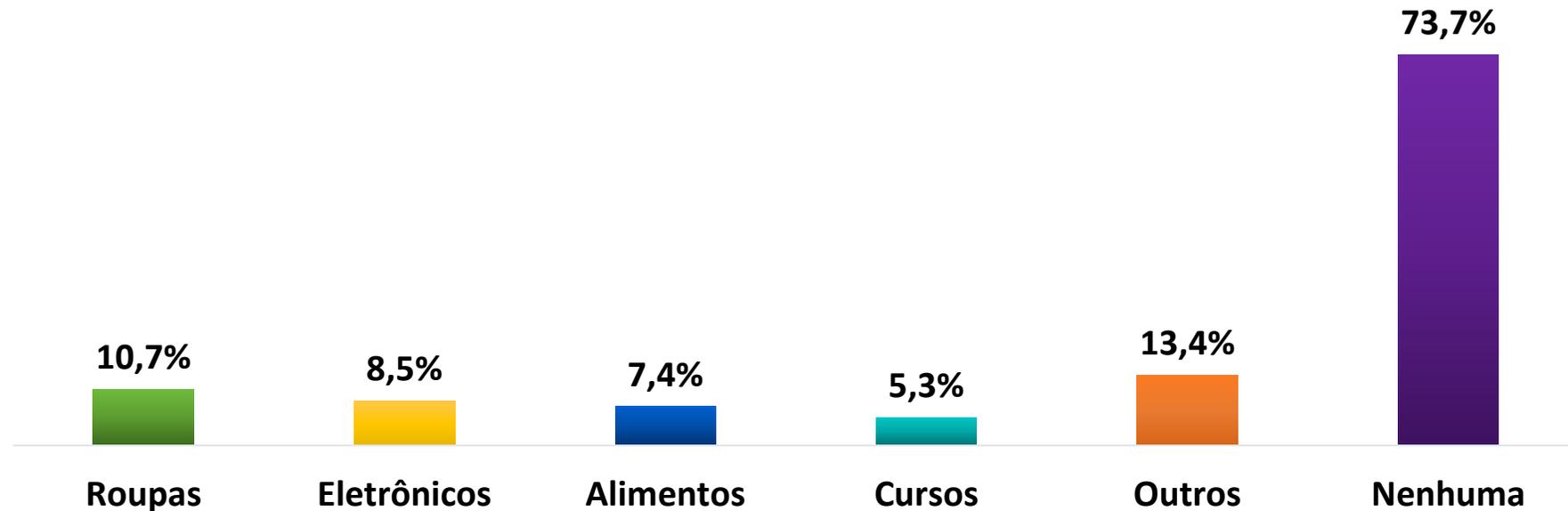


**AS PREFERÊNCIAS
POR CANAIS
DIGITAIS**



Apesar de ser pouco representativo, é crescente o número de consumidores que realizaram compras fazendo uso dos canais digitais.

Quais produtos você costuma* comprar pela internet?



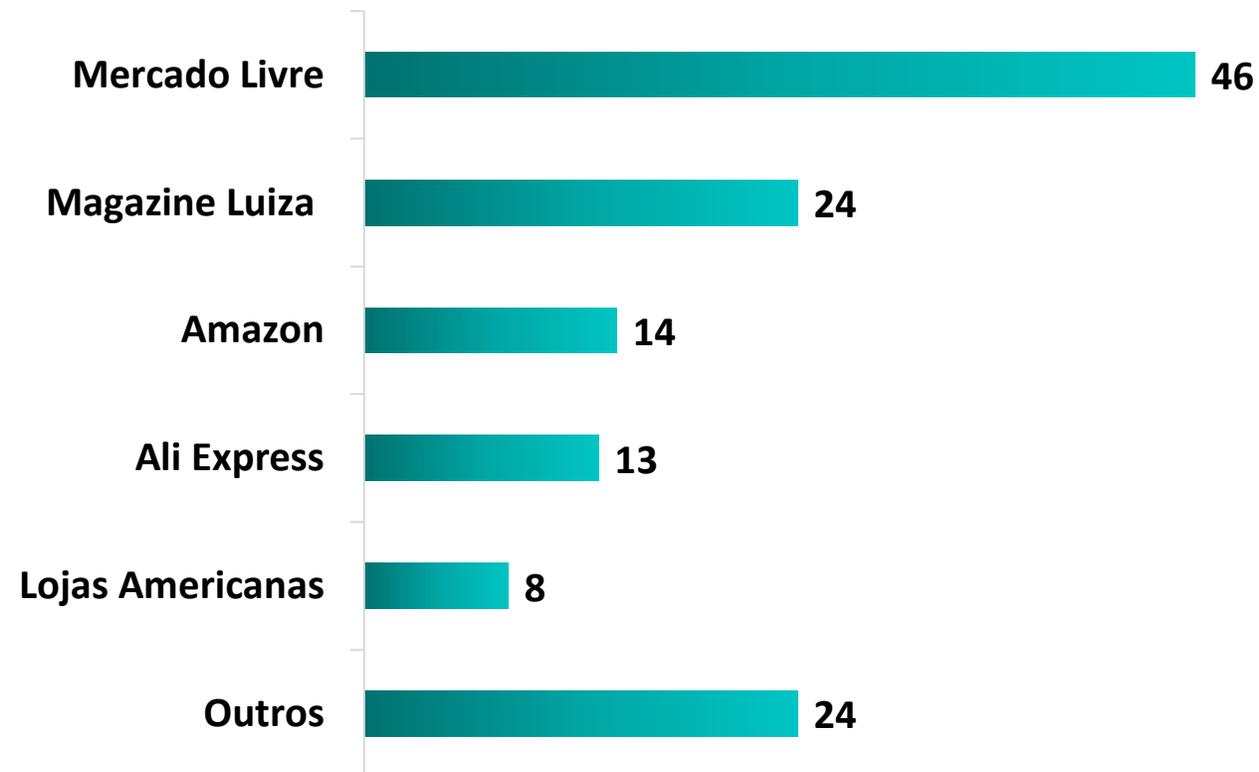
*mais de 4 compras no ano

A RELEVÂNCIA DAS COMPRAS PELA INTERNET



Um em cada quatro consumidores entrevistados, afirmaram que compram costumeiramente pela internet. Os produtos mais adquiridos foram roupas, eletrônicos e alimentos.

Tem algum desses aplicativos instalado em seu smartphone?



PRINCIPAIS APLICATIVOS INSTALADOS

Dos 4.000 consumidores entrevistados apenas 129 (3,2%) informaram ter ao menos um aplicativo de e-commerce instalado no smartphone.

- **Mudanças de hábito do consumidor**

Durante a pandemia, mudou os hábitos de compra de medicamentos?

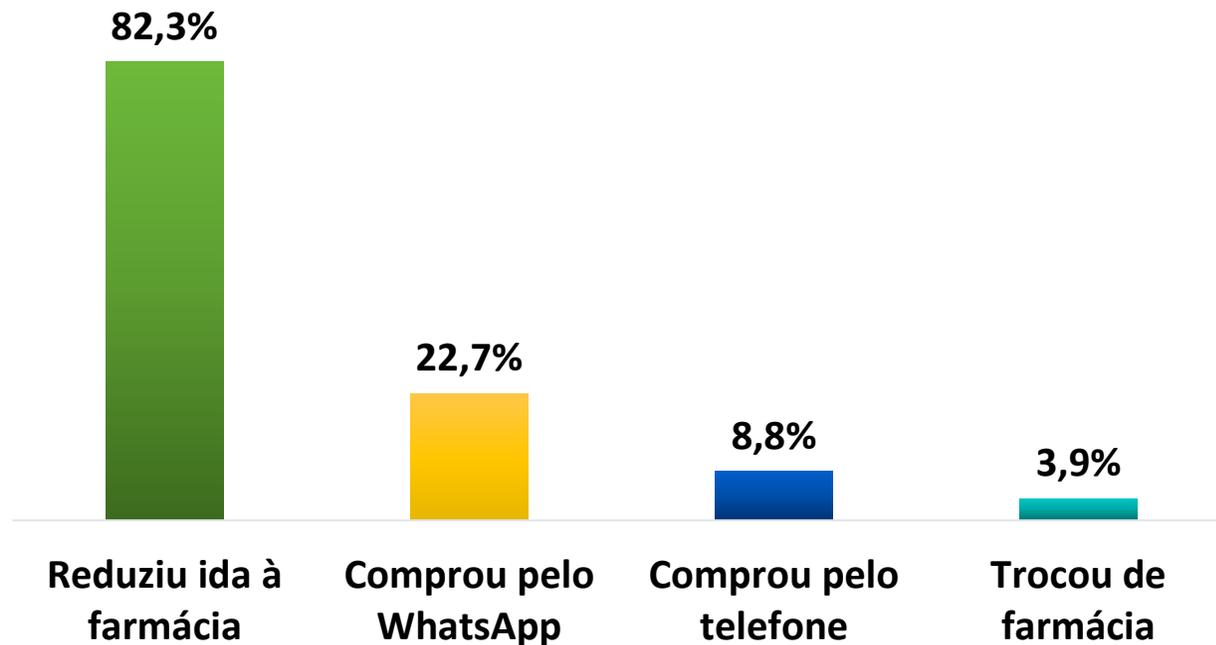
RESPOSTA	2020	2021
Sim	75,0%	73,7%
Não	25,0%	26,3%

**MUDANÇA
SIGNIFICATIVA**



Parte relevante dos consumidores entrevistados informaram ter alterado seus hábitos de compra em razão da pandemia por COVID-19.

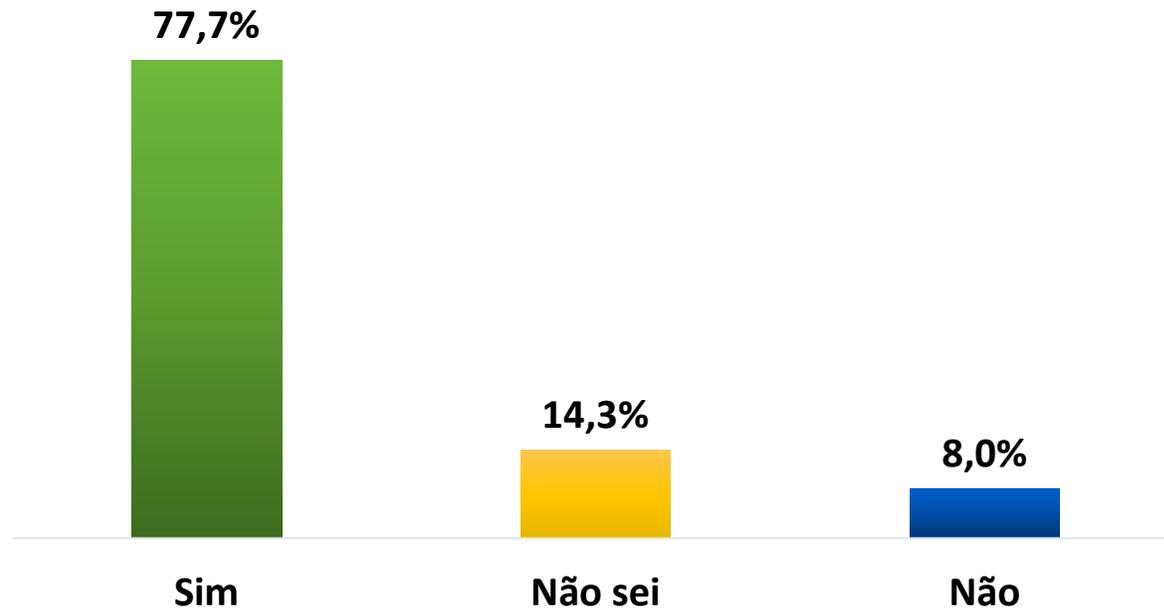
DOS 2.947 ENTREVISTADOS QUE MUDARAM OS HÁBITOS NA PANDEMIA, PROCURAMOS SABER “QUAIS?”



MUDANÇAS MAIS SIGNIFICATIVAS

Redução na frequência de ida às farmácias, compras pelo WhatsApp e por telefone estão entre os hábitos mais recorrentes.

DOS 2.947 ENTREVISTADOS QUE MUDARAM DE HÁBITOS DURANTE A PANDEMIA, PERGUNTAMOS SE “IRÃO MANTÊ-LOS” NA PÓS PANDEMIA



NOVOS HÁBITOS DEVEM PREVALECER

Maioria dos consumidores entrevistados informaram que os novos hábitos adquiridos na pandemia por COVID-19 vieram para ficar.



METODOLOGIA

Para a realização dessa pesquisa, quantitativa e qualitativa, foi adotada 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 permitiu que as respostas fossem passíveis de comparação. As perguntas foram simples, de fácil entendimento e não foram utilizados enunciados complexos.



Para aplicação das perguntas e registro das respostas foram utilizados na pesquisa smartphones com APP.



Como entrevistadores, foram selecionados nas 05 macrorregiões um total de 110 estudantes de mestrado ou doutorado, com experiência em questionários de pesquisas qualitativas das instituições abaixo relacionadas:

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

SUL

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



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

EDIÇÃO 20 22

Pesquisa sobre o
comportamento
do consumidor
em farmácias
no Brasil

REALIZAÇÃO:



IFEPEC



Febrafar

PARCERIA:



UNICAMP