

Investigación IQVIA

Impacto de COVID en la dinámica de compras en Farmacias

Mayo 2021



Índice

- + Objetivos, metodología y alcance
- + Principales emergentes
- + Dinámica de compra durante los períodos de ASPO y DISPO
- + Dinámica de compra de artículos de farmacia durante los períodos de ASPO y DISPO
- + Evolución de las distintas categorías que componen los artículos de farmacia
- + Tendencias en el período de DISPO y consideraciones a futuro



Índice

+ **Objetivos, metodología y alcance**

+ Principales emergentes

+ Dinámica de compra durante los períodos de ASPO y DISPO

+ Dinámica de compra de artículos de farmacia durante los períodos de ASPO y DISPO

+ Evolución de las distintas categorías que componen los artículos de farmacia

+ Tendencias en el período de DISPO y consideraciones a futuro

OBJETIVO:

IQVIA realizó una investigación cuali-cuantitativa en compradores de productos de venta en farmacias, a fin de conocer y comprender las modificaciones en los comportamientos de los compradores, durante los períodos de ASPO y DISPO en Argentina



Metodología

- **Cualitativa:** entrevistas en profundidad a decisores de compra con experiencia en la adquisición de artículos online.
- **Cuantitativa:** encuestas online a consumidores.



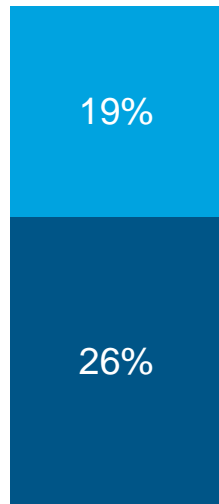
Alcance geográfico y muestra

- Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA): CABA y GBA.
- Entre el 16/3 y 19/3 de 2021, se realizaron 283 relevamientos online y 15 entrevistas en profundidad

El presente análisis está integrado por hallazgos cuantitativos y cualitativos

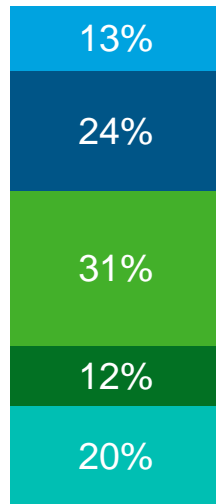
Composición de la muestra cuantitativa – 283 casos

Sexo



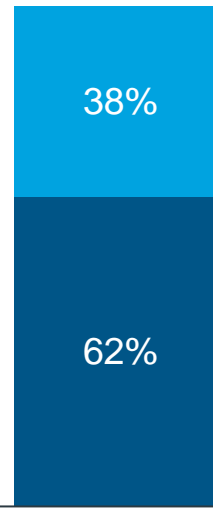
■ Hombre
■ Mujer

Rango etario



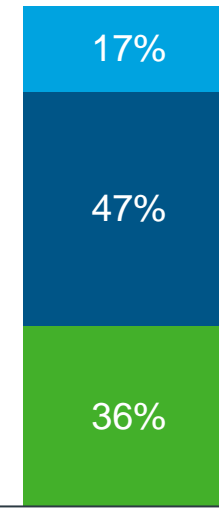
■ 30 o menos
■ 31-40
■ 41-50
■ 51-60
■ 61 o más

Distribución geográfica



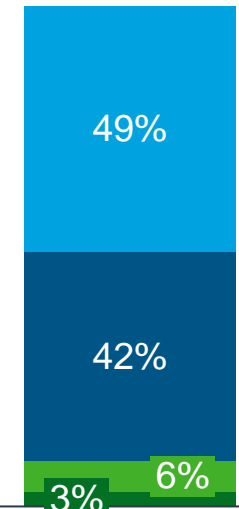
■ CABA
■ GBA

Nivel socio-económico



■ ABC1
■ C2
■ C3

Cobertura de salud



■ OOSS
■ Prepaga
■ PAMI
■ Público



Índice

+ Objetivos, metodología y alcance

+ **Principales emergentes**

+ Dinámica de compra durante los períodos de ASPO y DISPO

+ Dinámica de compra de artículos de farmacia durante los períodos de ASPO y DISPO

+ Evolución de las distintas categorías que componen los artículos de farmacia

+ Tendencias en el período de DISPO y consideraciones a futuro

Durante el aislamiento hubo considerables transformaciones en las modalidades de compra de los consumidores

Principales emergentes

Fuerte crecimiento de compras online en el ASPO



Durante el período de aislamiento pasó a considerarse como una **actividad recreativa**, una situación que perdura en un sector a pesar de la mayor apertura de la actividad económica, ya que alrededor de la mitad de las personas **retomaron las salidas** para realizar compras.

WhatsApp y teléfono se consolidan en farmacia



La incidencia de esa modalidad tuvo un **crecimiento de +273%**. Entre los principales motivos de elección se destacan la **cercanía y costumbre** (como en la modalidad Presencial) además de **entrega a domicilio**. Además, un **20% de los compradores** actuales de medicamentos (Éticos + OTC) lo hacen bajo esta modalidad.

Farmacy lidera en conocimiento y uso



Seguido por **Mercado Libre** y plataformas de cadenas / droguerías, **Farmacy** se posiciona como un referente en la compra de productos de expendio en farmacias, ofreciendo facilidades para el pick up.

Apertura de consumidores a la digitalización



Los pacientes y consumidores de artículos de farmacia están **abiertos a seguir “digitalizándose”**: la experiencia con las recetas digitales es muy bien valorada. Por su parte, incorporar el asesoramiento en la compra online generaría un incremento en la incidencia de esta modalidad.



Índice

- + Objetivos, metodología y alcance
- + Principales emergentes
- + **Dinámica de compra durante los períodos de ASPO y DISPO**
- + Dinámica de compra de artículos de farmacia durante los períodos de ASPO y DISPO
- + Evolución de las distintas categorías que componen los artículos de farmacia
- + Tendencias en el período de DISPO y consideraciones a futuro

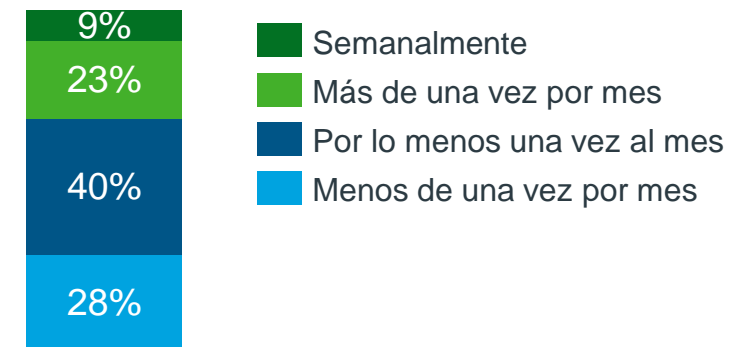
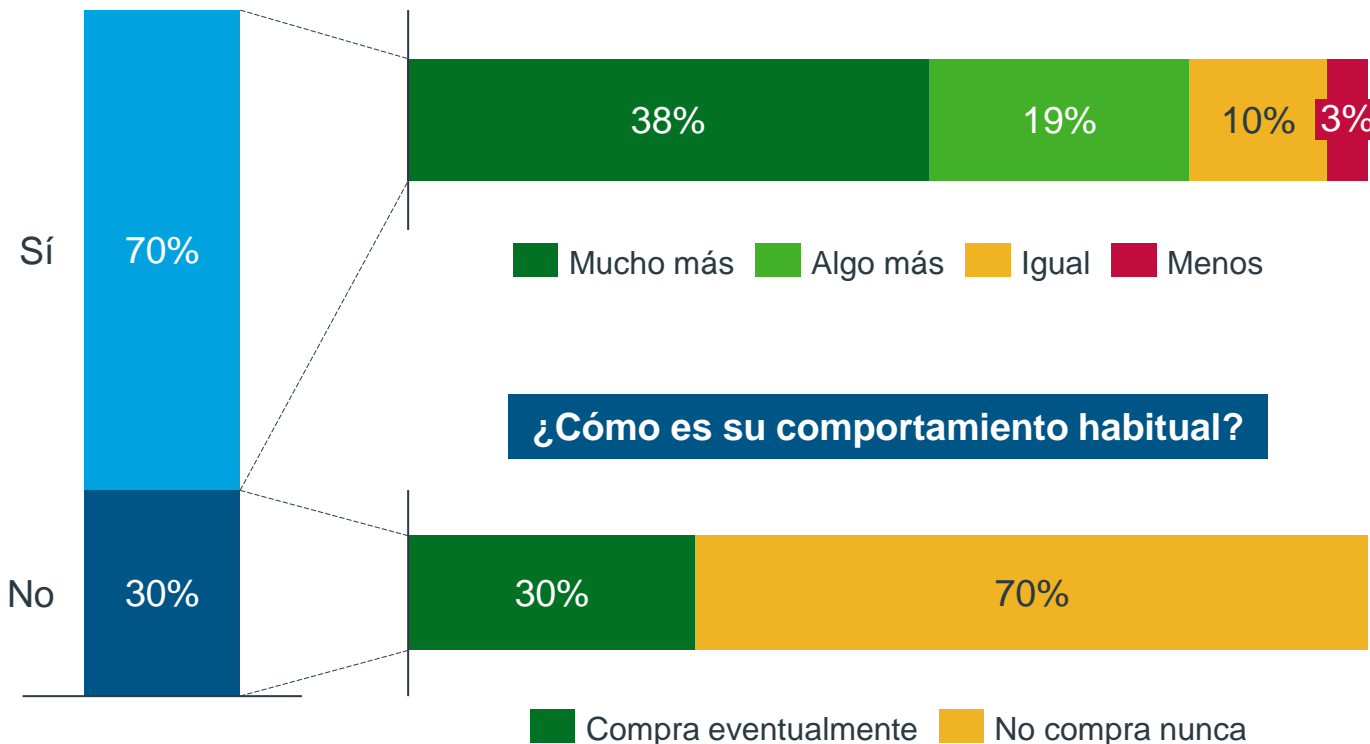
En el 57% de los consumidores, el período de aislamiento generó un incremento general de compra online, en todos los productos

Comportamiento de compra | Online | Durante el ASPO

¿Compró online durante el ASPO?

¿Cuánto compró online durante el ASPO?

Frecuencia de compra



Oportunidades:

- **Aumentar la penetración**, ya que el 30% no compra aún online.
- **Incrementar la frecuencia**, dado que menos del 10% de los actuales compradores, lo hacen semanalmente.

Fuente: Relevamiento Online en AMBA entre el 16 y 19 de marzo de 2021. 283 casos.

1. Comparando con el momento anterior a la pandemia Durante el ASPO (Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio de marzo– noviembre 2020, ¿cuál fue su relación en general con las compras Online?)

2. ¿Con qué frecuencia compró Online en el período marzo/noviembre 2020?

A su vez, la compra online significó también para muchos consumidores un espacio recreativo

Comportamiento de compra | Online | Durante el ASPO

EMERGENTES CUALITATIVOS

- Para este target (NSE Medio) la compra online se va convirtiendo en una **opción “naturalizada”**.
- Interactuar **entre páginas de marcas y Mercado Libre** es lo **habitual**.
- Mercado Libre es referencia de **precio y confiabilidad en la entrega**, convirtiéndose en un genérico de la compra online. Es una opción permanente para productos de **distintos rubros**.

“Es muy gracioso pero durante el aislamiento, en algún momento de la semana nos juntábamos en familia a **recorrer páginas e “ir de compras”**. Ahora lo seguimos haciendo.

“Siempre compré pero **desde la pandemia mucho más y Mercado Libre es siempre mi primera opción de compra o consulta** y después los otros. Artículos de perfumería, alimentos, juguetes, muebles, todo”

“Lo adicional a la comodidad, es que encuentro **más promociones y opciones de pagos con beneficios** y rápidamente busco comparaciones del mismo producto entre diferentes páginas.

“Antes me daba algo de temor pero desde el **ASPO comencé a comprar por Internet** y creo que ya se me hizo costumbre y será para siempre.

El incremento en el volumen de compra online durante el ASPO refuerza esta modalidad como tendencia para la post-pandemia

Comportamiento de compra | Online | Durante el ASPO

“ He comprado siempre y mucho más en pandemia. Compro de todo **pero en farmacia prefiero por WhatsApp**, envío la receta o algo el pedido, me dan un número de pedido y lo retiro. Eso agiliza mucho y funciona muy bien.

“ En casa compramos todo Online ahora más que nunca y creo que así seguiremos. Mis hijas la ropa por ejemplo muchas veces por Instagram. **Nos encanta, nos entretiene.**

“ A veces el problema en artículos que necesito la **demora** de más de 4 días es demasiado, me pasó con Jumbo, **entonces prefiero ir al lugar.**

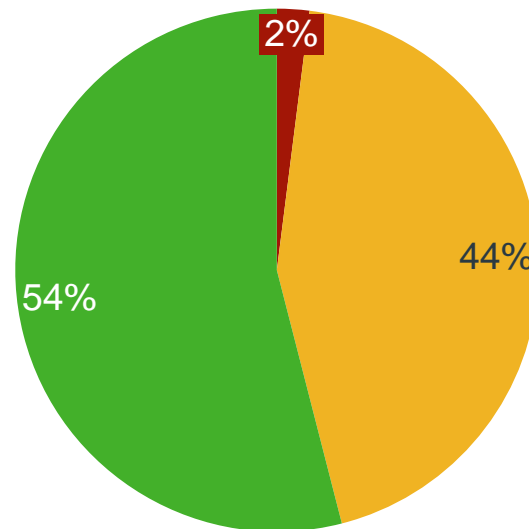
“ Compro Online todo el tiempo. La verdad me gusta hasta ropa y no he tenido problema. Compro en Mercado Libre e Instagram. **Busco en varias páginas y busco precio y envíos gratis.**

Durante el período más reciente de aislamiento, se observa una reanudación de salidas para realizar compras presenciales

Comportamiento de compra | General | Durante el DISPO

¿Cuál es su comportamiento hoy respecto de las salidas para realizar compras?

Retomé las salidas
Intento salir muy poco
Continúo sin salir



- Aún hay un **44%** de los consumidores que intentan salir muy poco para hacer compras.
- Si bien aumentan las salidas para hacer compras; el **espacio cotidiano “intramuros”** de la búsqueda de información o compra **Online se incrementa para todas las categorías** de productos.

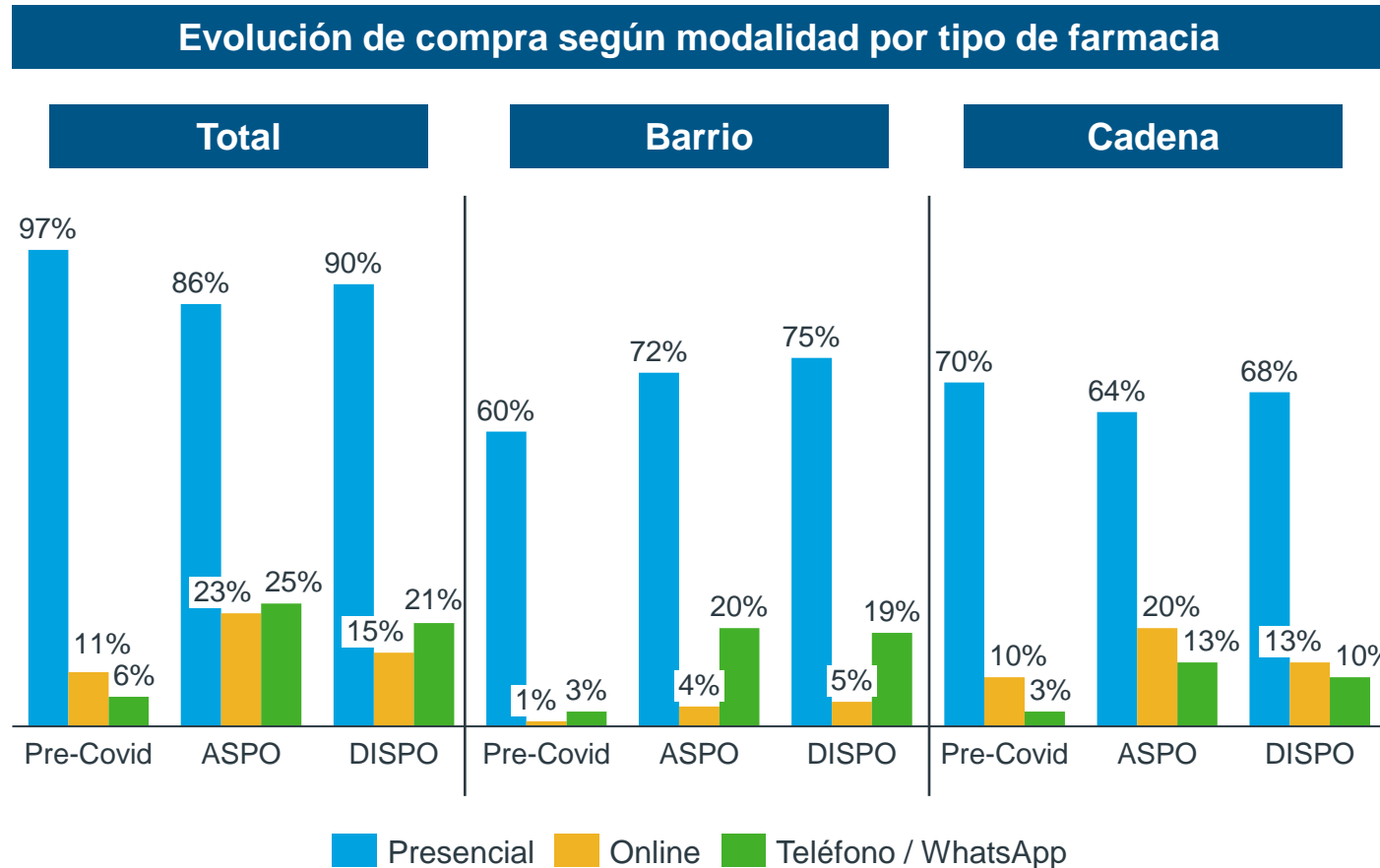


Índice

- + Objetivos, metodología y alcance
- + Principales emergentes
- + Dinámica de compra durante los períodos de ASPO y DISPO
- + **Dinámica de compra de artículos de farmacia durante los períodos de ASPO y DISPO**
- + Evolución de las distintas categorías que componen los artículos de farmacia
- + Tendencias en el período de DISPO y consideraciones a futuro

Dentro del rubro farmacéutico, las compras a través del teléfono o Whatsapp tuvieron un fuerte incremento durante el aislamiento

Compra en farmacias | Evolución por tipo de farmacia según modalidad



Nota. Dada la multiplicidad de lugares de compra, los porcentajes totales no implican la sumatoria de los parciales.

Fuente: Relevamiento Online en AMBA entre el 16 y 19 de marzo de 2021. 283 casos.

3. Respecto al consumo en Farmacias, durante el ASPO (Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio) (marzo/noviembre 2020) ¿cuál era la farmacia/s en la que principalmente realizaba sus compras? ¿De qué modo lo hacía?

7. En la actualidad (desde diciembre 2020) ¿en qué tipo de farmacia/s realiza principalmente sus compras? ¿Cómo lo hace?

- **Online duplica en el ASPO su penetración** como modalidad de compra vs pre-pandemia.
- **Presencial sigue dominando** y ha crecido en DISPO, aunque **pierde espacio** vs modalidades remotas.
- La incidencia de la modalidad de compra **online se incrementó +39%** en el DISPO vs el período de pre-pandemia.
- Las **compras a través de teléfono y WhatsApp crecieron un +273%** en el mismo período.

Para muchos consumidores la compra online en farmacias es algo que comienza a instalarse como posibilidad, con recaudos

Compra en farmacias | Evolución por tipo de farmacia según modalidad

EMERGENTES CUALITATIVOS

- En general la compra remota en farmacias **se va instalando como opción** aunque aún con menor impulso comparando con otros Canales/Categorías.
- El incremento de la compra teléfono/WhatsApp la enmarcan en el concepto de **compra “personalizada”**, condición requerida para el Canal.
- Quienes tienen la opción de **Farmacy** son los que más se acercan a la opción Online.

“ En la farmacia del barrio de siempre envío la receta por E-mail y en **Farma 24 la enviás por WhatsApp y me traen el pedido a casa. Es muy práctico y se quien recibe mi pedido por WhatsApp.**

“ Tengo amigas que **compran el medicamento también por la página o por WhatsApp y se lo llevan. Yo tengo miedo con el tema de la manipulación del medicamento, a mi me gusta ir y comprarlo. Una aspirina o un pañal sí lo compro online.**

“ Compro mucho Online en general pero lo de farmacia todavía no. **Me gusta que me asesoren, que me den consejos, alternativas de precio. Confío mucho en la persona que me atiende tanto cuando compro medicamentos o perfumería.**

“ Perfumería o más de pelo o maquillaje compro en “**Tu Farmacity**”, tiene muchas promociones. Eso lo empecé hacer en la pandemia. **Pero los medicamentos prefiero ir, me gusta consultar.**

En este sentido, las plataformas de farmacias de cadena se han ido convirtiendo en sinónimo de compra Online

Compra en farmacias | Evolución por tipo de farmacia según modalidad

“ Voy a la farmacia para comprar medicamentos como Ibuprofeno o cosas de perfumería y por un remedio puntual que lo hacen en una Farmacia de Recoleta, el médico me envía la receta por WA , lo envío y me dan un turno para retirarlo. Con eso **evito ir 2 veces**.

“ Nunca había comprado Online pero en la misma Farmacity, que es donde me gusta comprar, **me dijeron que viera la página y la verdad que está muy buena** con muchas promociones y la verdad que funcionó muy bien.

“ Yo se que puedo entrar en la página pero prefiero ir a la Farmacia que la tengo cerca. Sólo cuando una amiga me dice que vea en tal página **ofertas de pañales** y ahí si entro y compro.

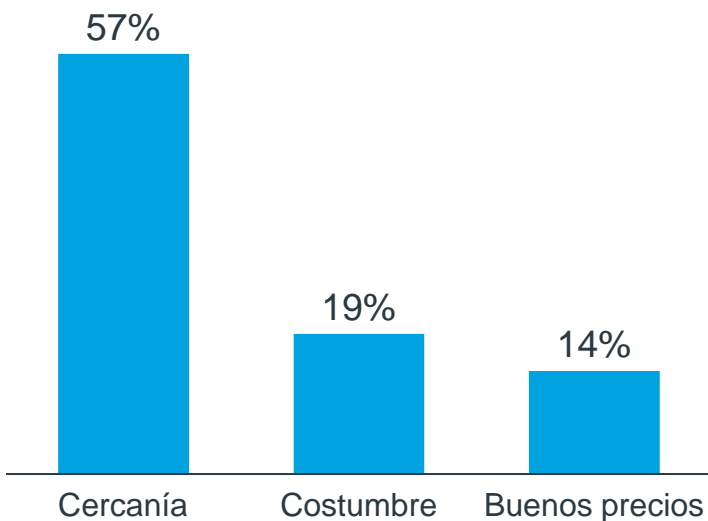
“ **Lo único que no compramos Online son medicamentos**. Para eso me gusta ver al farmacéutico. Me parece más seguro. Veremos más adelante.

La comodidad en la experiencia de compra y la posibilidad de ofertas exclusivas del canal virtual motivan la compra remota

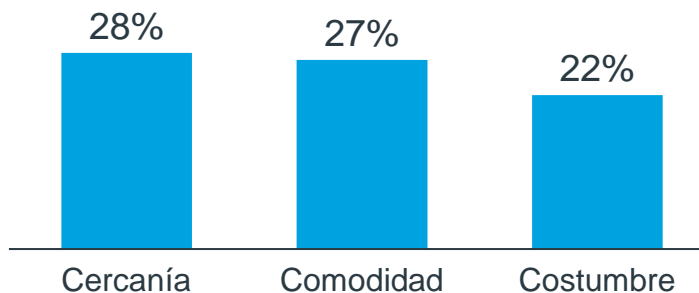
Compra en farmacias | Motivos de la elección de la modalidad



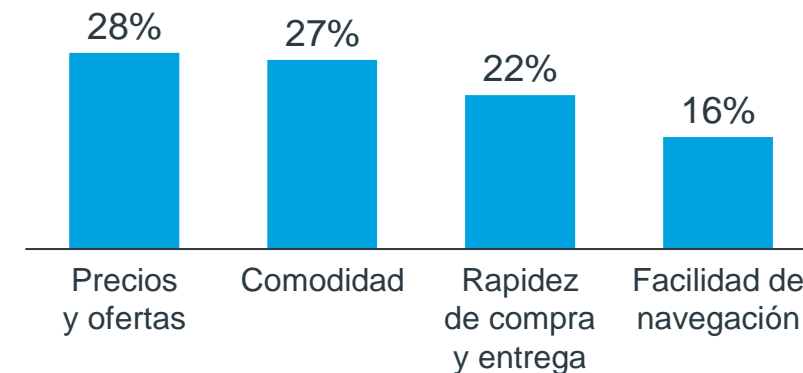
PRESENCIAL



TELÉFONO/ WHATSAPP



ONLINE



Fuente: Relevamiento Online en AMBA entre el 16 y 19 de marzo de 2021. 283 casos

8. ¿Cuáles son los principales motivos por lo que elige actualmente esa/s farmacia/s para la compra Presencial?

10. ¿Cuáles son los principales motivos por lo que elige actualmente esa/s farmacia/s para la compra vía Telefónica/WhatsApp?

12. ¿Cuáles son los principales motivos por lo que elige actualmente esa/s farmacia/s para la compra Online (web o aplicaciones de celular)?

La publicidad a través de e-mail y redes sociales también impulsa la consulta de páginas web

Compra en farmacias | Motivos de la elección de la modalidad

EMERGENTES CUALITATIVOS

- Existe una diferenciación entre “compra programada” y “compra urgente”.
- ✓ **Programada**, se tiene en cuenta la opción **Online**: en general artículos de perfumería e higiene personal atravesados por búsqueda de promociones.
- ✓ **Urgente**, se tiene en cuenta la opción **teléfono/ WhatsApp**: medicamentos con búsqueda de entrega inmediata e interacción personalizada.
- La elección por cercanía se complementa además por **promociones, descuentos y experiencia satisfactoria de compra**.

“ Cuando tengo que comprar un medicamento es porque lo necesito ya, por eso **prefiero ir a la farmacia** que además le hago mil preguntas jaja. Para otras cosas que puedo esperar, **prefiero comprarlo Online**, miro precios, **comparo** y eso me gusta.

“ Entrevistada: **Voy a Farmacity** porque la tengo a 1 cuadra. Bajo y estoy.
Encuestador: Pero me dijiste que vivís en Lacroze y que hay muchas farmacias.
Entrevistada: Es cierto pero en **ahí tengo de todo y encima muchas promociones**.

“ Durante la pandemia compre para mi mamá el medicamento que le habían recetado, ella estaba media perdida de cómo hacer. Le compré en la farmacia que ella siempre compra, **envié por WhatsApp la receta que le había mandado el médico** y la foto del carnet. **A ella se lo mandaron a domicilio** es muy buena solución



Índice

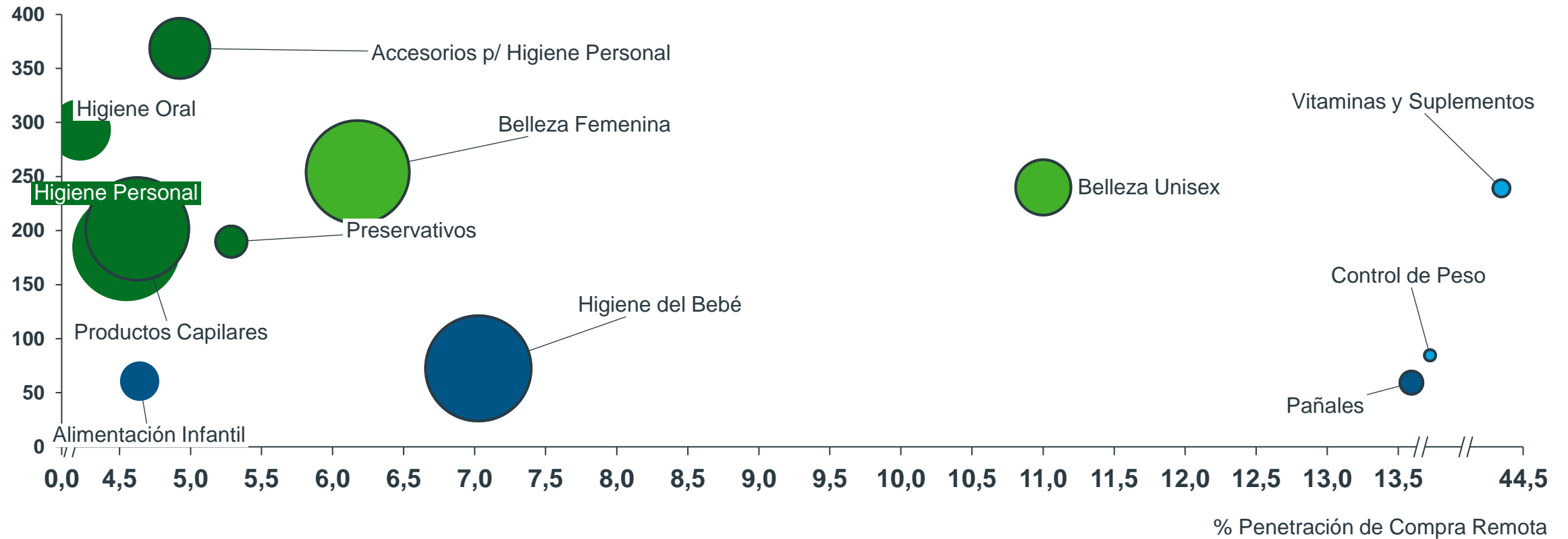
- + Objetivos, metodología y alcance
- + Principales emergentes
- + Dinámica de compra durante los períodos de ASPO y DISPO
- + Dinámica de compra de artículos de farmacia durante los períodos de ASPO y DISPO
- + **Evolución de las distintas categorías que componen los artículos de farmacia**
- + Tendencias en el período de DISPO y consideraciones a futuro



La penetración de la compra remota varía ampliamente entre categorías de productos

Penetración de compra remota por tipo de productos – Auditoría IQVIA OST (Online Sales Tracker)

% Crecimiento de la proporción de Compras Remotas

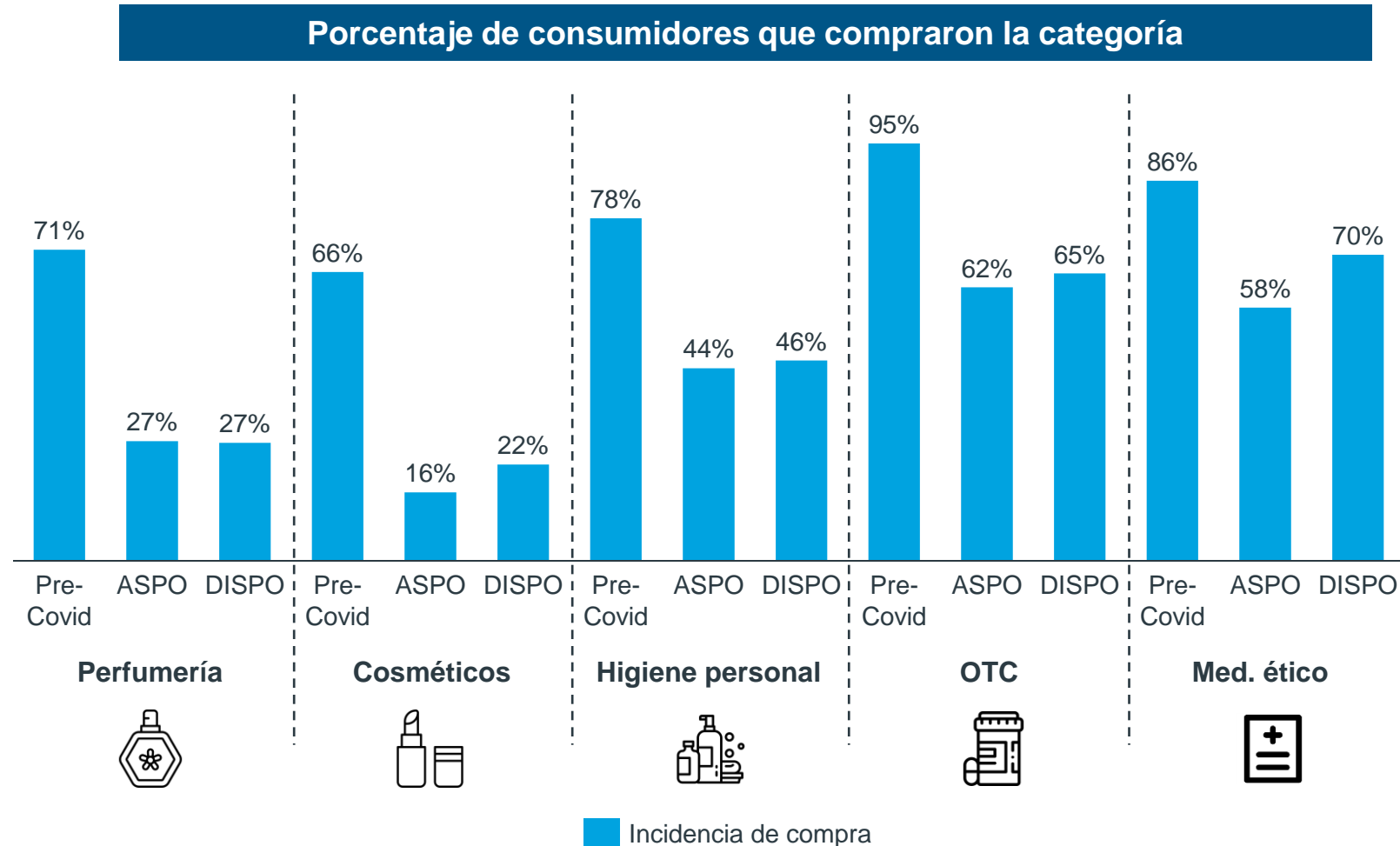


- Suplementos Dietarios
- Belleza y Dermocosmética
- Cuidado del Bebé
- Cuidado Personal

(1) Fuente: IQVIA Online Sales Tracker – Febrero 2021

El paso del ASPO al DISPO impulsó la compra de cosméticos (reuniones sociales) y medicamentos éticos (consultas médicas)

Compra en farmacias | Evolución por categorías



- Las demás categorías (perfumería, higiene personal y medicamentos de venta libre) **no se incrementaron significativamente** en el paso del ASPO al DISPO.
- La postergación de la visita al médico por control de enfermedades o seguimiento de tratamientos fue un común denominador durante el ASPO y ello **retrajo la compra de medicamentos.**

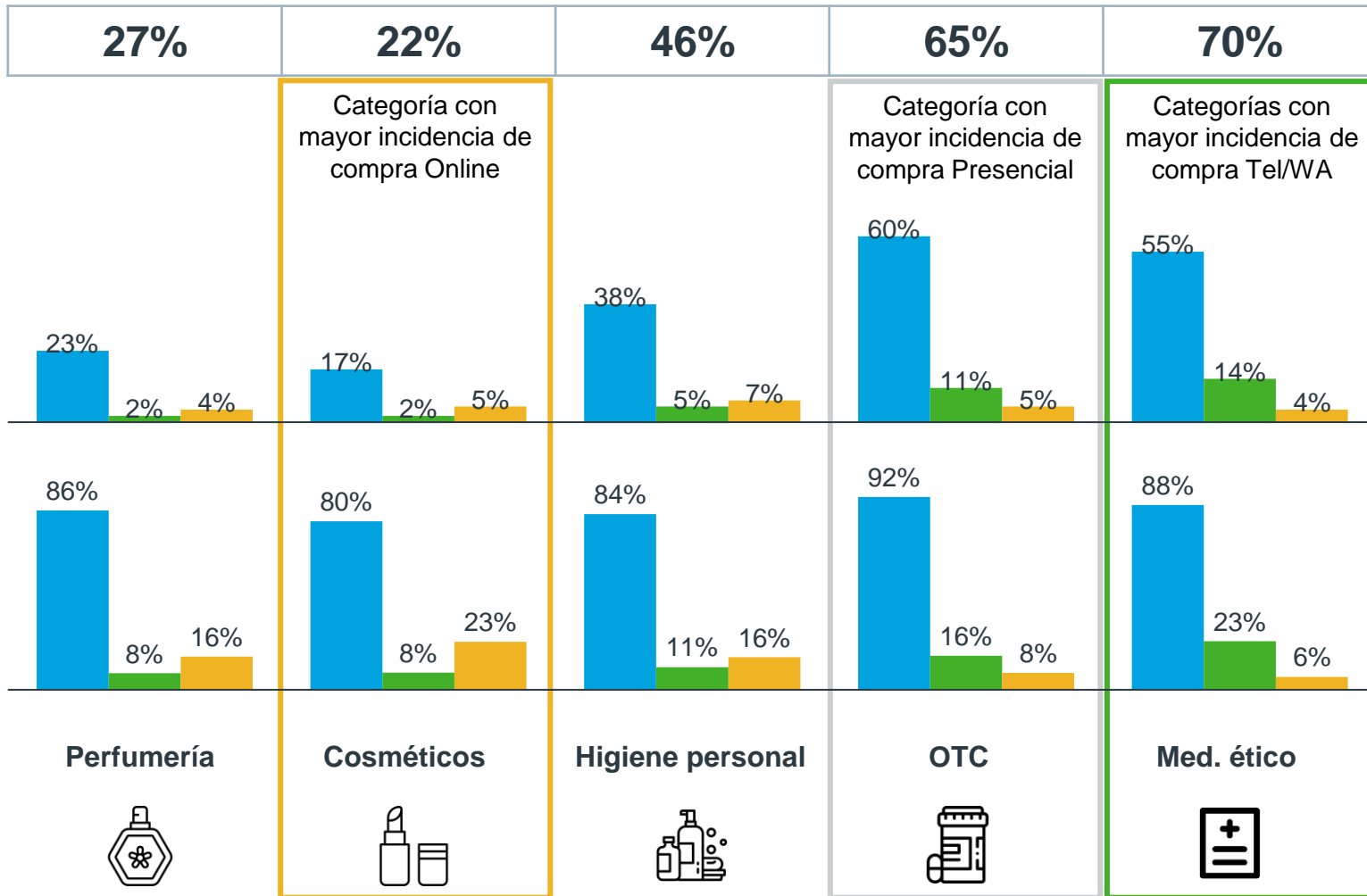
NOTA. “Antes” hace referencia al consumo previo a la pandemia sin limitaciones temporales, motivo por el cual los porcentajes son siempre significativamente más altos.

Fuentes: Relevamiento Online en AMBA entre el 16 y 19 de marzo de 2021. 283 casos. | Entrevistas en profundidad a decisores de compra . 15 casos
Durante cada uno de los períodos mencionados (Pre-Covid, ASPO y DISPO), ¿compraba artículos correspondientes a cada una de las siguientes categorías?

La compra de medicamentos éticos u OTC sigue siendo mayoritariamente a través de la presencialidad

Compra en farmacias | Compra en el DISPO por categorías según modalidad

Penetración categoría



■ Presencial
■ Tel/WA
■ Online

Fuentes: Relevamiento Online en AMBA entre el 16 y 19 de marzo de 2021. 283 casos. | Entrevistas en profundidad a decisores de compra . 15 casos. 9/11/13. ¿Cuáles son los artículos que habitualmente compra Online / Presencial / telefónicamente o vía WhatsApp en la Farmacia durante el DISPO (desde diciembre 2020)?

Nota. Respuesta múltiple. Los % pueden sumar más de 100% debido a la multiplicidad.



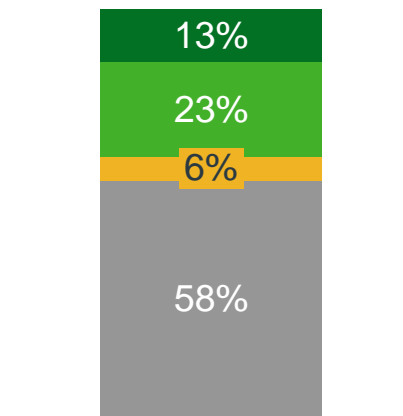
Índice

- + Objetivos, metodología y alcance
- + Principales emergentes
- + Dinámica de compra durante los períodos de ASPO y DISPO
- + Dinámica de compra de artículos de farmacia durante los períodos de ASPO y DISPO
- + Evolución de las distintas categorías que componen los artículos de farmacia
- + **Tendencias en el período de DISPO y consideraciones a futuro**

Durante el DISPO se sostiene el hábito de compra, incrementándose la disposición a la compra online en farmacias

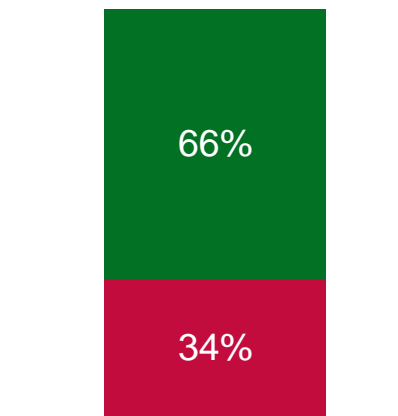
Compra remota en farmacias | Tendencias en DISPO y a futuro

¿Cambió su hábito relacionado con la compra online en farmacias?



■ Se incrementó
■ Se mantiene igual
■ Disminuyó
■ Sigo sin comprar

¿Están dispuestos a comprar online artículos de farmacia que habitualmente compran en forma presencial?



■ Sí
■ No

EMERGENTES CUALITATIVOS

- **Compra Online:** La experiencia es satisfactoria **cuando es “entretenida, sorprendente y confiable”**, para ello:
 - ✓ Páginas intuitivas
 - ✓ Promociones
 - ✓ Información clara de los productos
 - ✓ Imágenes atractivas
 - ✓ Posibilidad de seguimiento personalizado (historial, recomendaciones).
- **Desafío: diseñar e implementar soluciones** adaptadas a la mayor intención / habitualidad de compra remota para los **adoptadores tempranos y primeras mayorías**

Fuentes: Relevamiento Online en AMBA entre el 16 y 19 de marzo de 2021. 283 casos. | Entrevistas en profundidad a decisores de compra . 15 casos.

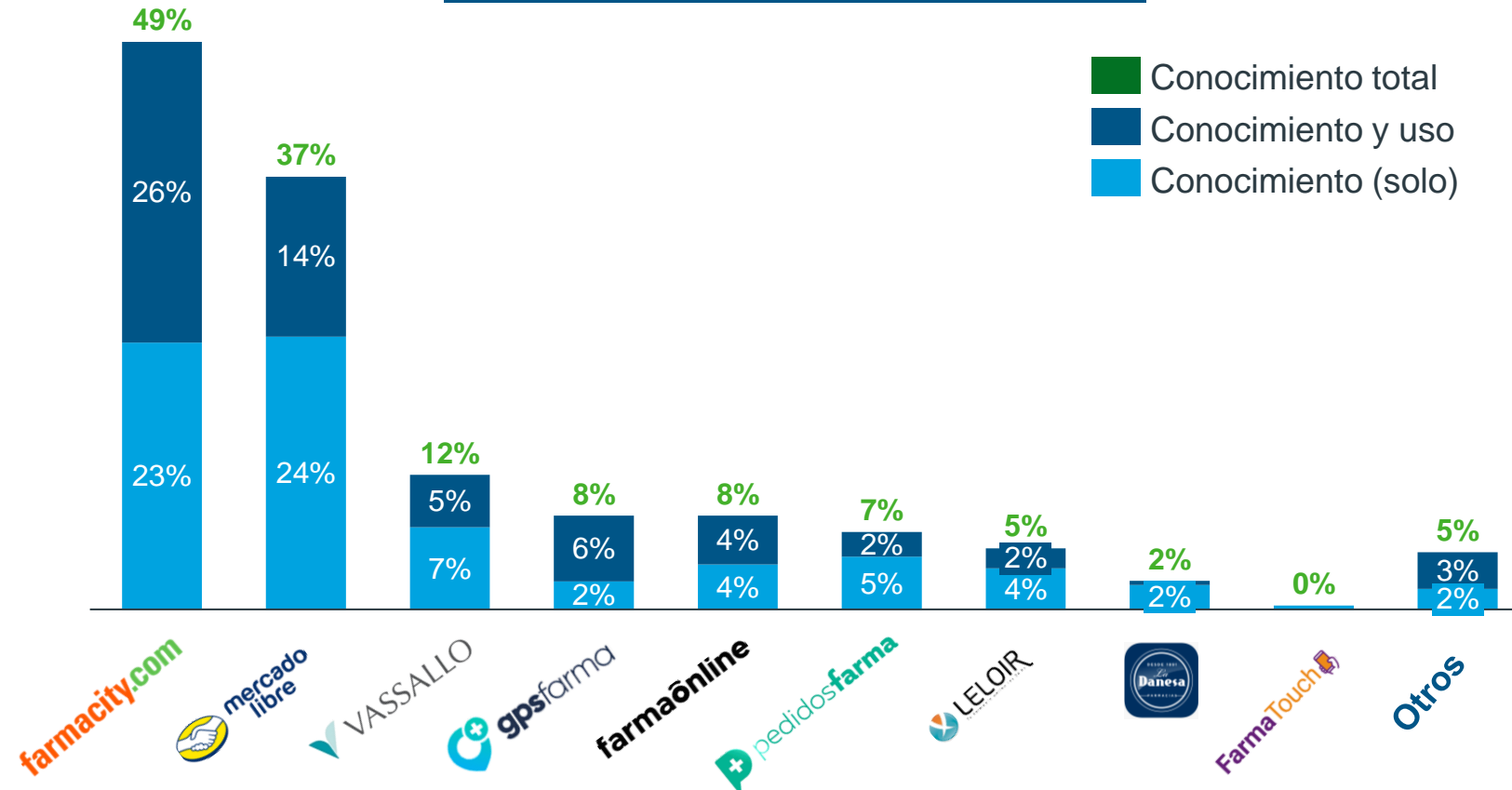
6.. En la actualidad (desde diciembre 2020) ¿Cambió su hábito relacionado a la compra **Online o remota** (página web, teléfono, aplicación de celular o WhatsApp) en Farmacias?

22. ¿Cree que seguirá comprando o cree que puede llegar a comprar en forma Online, algunos de los artículos que habitualmente compra en la Farmacia en forma presencial?

En el liderazgo de posicionamiento de compra online conviven actualmente cadenas de farmacias, apps y Mercado Libre

Webs y aplicaciones para compra en farmacias | Conocimiento y uso

Conocimiento de webs y aplicaciones para compra en farmacias



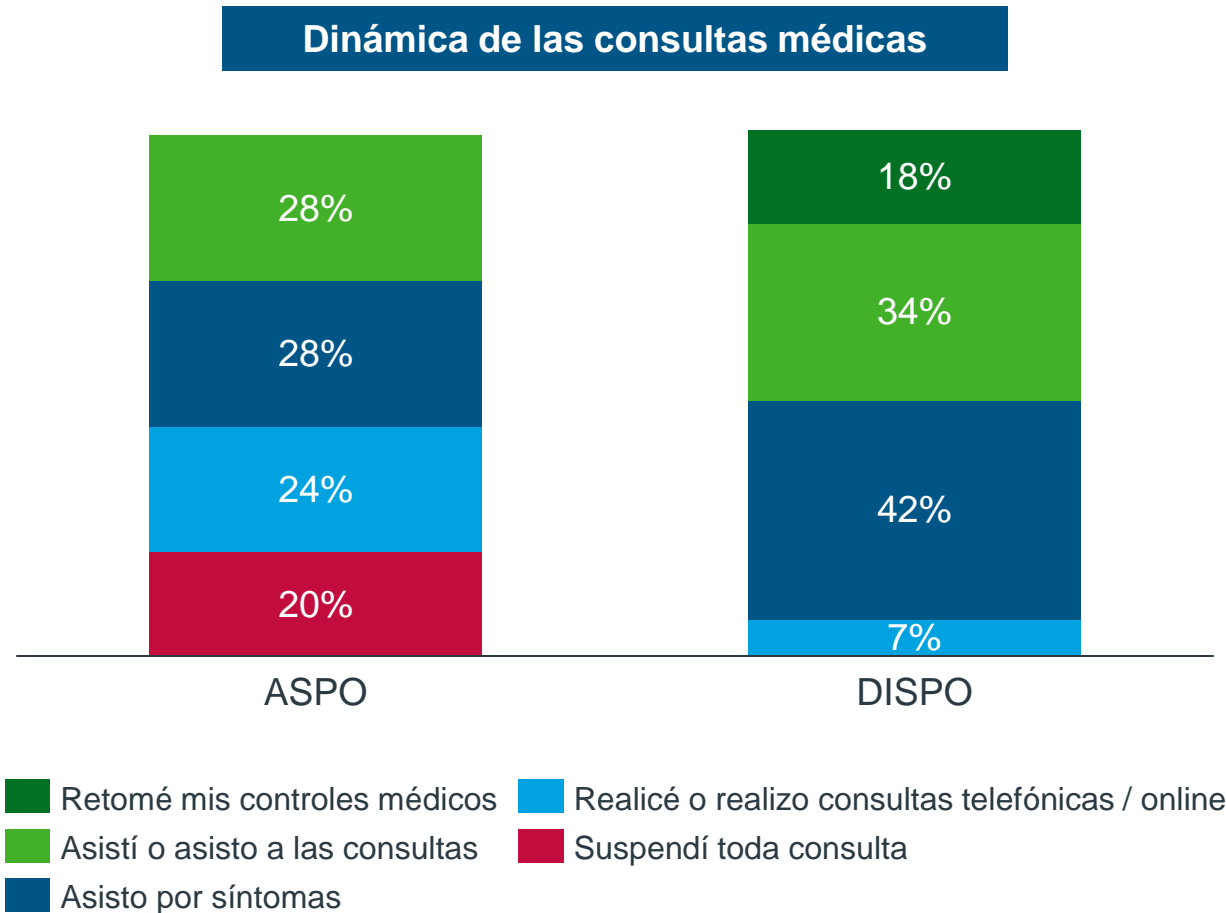
EMERGENTES CUALITATIVOS

- **Farmacy y Mercado Libre** son las más conocidas y usadas. Son referentes para la compra y también para la búsqueda de información por:
 - ✓ Página que satisface en su interacción
 - ✓ Portafolio diferente y amplio
 - ✓ Promociones
- **Farmacy:** se mencionó la **facilidad del retiro** de la compra online en los locales de Simplicity para quienes no viven en CABA.
- **MercadoLibre:** es referencia de precio y **confiabilidad en la entrega** convirtiéndose en un genérico de la compra online. Es una opción permanente.

Fuentes: Relevamiento Online en AMBA entre el 16 y 19 de marzo de 2021. 283 casos. | Entrevistas en profundidad a decisores de compra . 15 casos. 17/18. ¿Qué Aplicaciones y/o Páginas Web para compra en farmacias **conoce**? ¿Qué Aplicaciones y/o Páginas Web para compra en farmacias **usa**?

Durante el período de DISPO muchos pacientes han incrementado sus consultas médicas en forma presencial

Consultas médicas | durante el ASPO y el DISPO



Nota. Los cálculos se realizaron excluyendo a quienes no tuvieron ninguna necesidad de asistir en cada uno de los períodos.

Fuente: Relevamiento Online en AMBA entre el 16 y 19 de marzo de 2021. 283 casos.

19. Respecto de la dinámica de consultas con profesionales de la salud durante el período de aislamiento ¿Cómo fue durante el ASPO (marzo/noviembre 2020)?

20. ¿Cómo es en la actualidad (desde diciembre 2020) su realidad en cuanto a las consultas médicas?

La mitad de los encuestados tuvieron experiencias con recetas digitales, el 83% de ellos las evaluaron positivamente

Experiencia con receta digital | incidencia y evaluación



4,4 Promedio

★★★★☆

EMERGENTES CUALITATIVOS

- La receta digital es percibida como un hallazgo **muy positivo y funcional** que agiliza el proceso prescripción/paciente/compra.

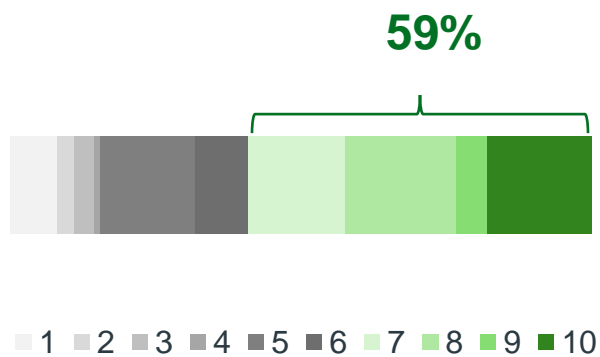
Promedio:

Fuentes: Relevamiento Online en AMBA entre el 16 y 19 de marzo de 2021. 283 casos. | Entrevistas en profundidad a decisores de compra . 15 casos.
 15. ¿Tuvo experiencia de compra con **receta digital** en farmacias?
 16. ¿Cómo califica la experiencia de compra con receta digital? (1 estrella: Muy mala. 5 estrellas: Excelente)

El asesoramiento a través de plataformas remotas podría constituir un factor que incremente el volumen de compras online

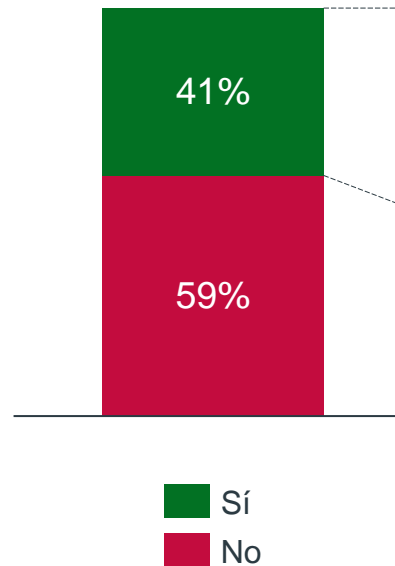
Rol del asesoramiento

Valoración del asesoramiento en la experiencia de compra (1-10)

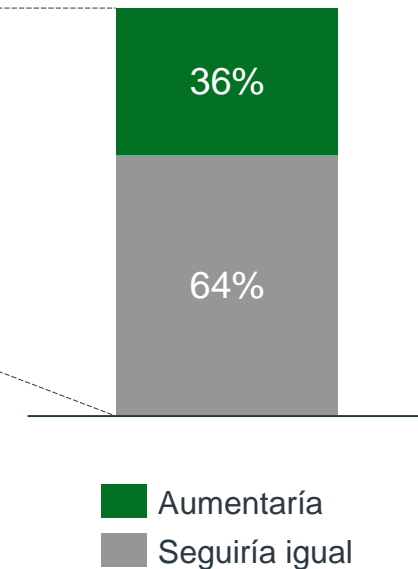


Promedio: 7

¿Compró alguna vez (ASPO o DISPO) en forma remota algún artículo de farmacia?



¿Cuál sería su actitud si pudiera tener el servicio de recomendación del farmacéutico?



El asesoramiento del farmacéutico es un diferenciador que los consumidores valoran positivamente en la experiencia de compra. De este modo, se recomienda a la industria desarrollar alternativas que busquen replicar este factor a través de la modalidad online.

Fuente: Relevamiento Online en AMBA entre el 16 y 19 de marzo de 2021. 283 casos.

14. ¿Tomando una escala de 1 (nada importante) a 10 (muy importante) que nivel de importancia le da a la recomendación del farmacéutico para decidir su compra?

1. Comparando con el momento anterior a la pandemia Durante el ASPO (Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio de marzo– noviembre 2020, ¿cuál fue su relación en general con las compras Online?

23. ¿Cuál sería su actitud si pudiera tener el servicio de recomendación del farmacéutico en la compra Online o remota (página web, teléfono, aplicación de celular o WhatsApp)?

La reticencia a la compra online disminuye cuando se imagina poder dialogar virtualmente para recibir asesoramiento

Rol del asesoramiento

EMERGENTES CUALITATIVOS

- Confianza en la **palabra e idoneidad del farmacéutico**
- Capacidad de búsqueda del farmacéutico para **recomendar alternativas** de precio o por falta de stock.
- Se valora la posibilidad **de compras múltiples** relacionadas a salud en el mismo punto de venta

“ Ahora que **ya existe la consulta médica online**, eso llevará a muchos a que la compra del medicamento sea también online especialmente si **en ciertas circunstancias se puede interactuar con el farmacéutico o alguien de la farmacia**. Es mucho más cómodo

“ Si pudiera chatear con el **farmacéutico** cuando entre a la página estaría buenísimo, me pasa cuando entro a Musimundo y puedo hablar con alguien y por eso los elijo.

“ Yo compraría en Farmacia si con los medicamentos también **hubiera la posibilidad de comparaciones de precios o que alguien de la Farmacia me asesore**. “Me duele la muela qué me recomendás? Me lo envías rápido?” Todo lo que online me puedan asesora está buenísimo.

“ **Tendría que estar la posibilidad de consultar** y que el envío fuera en el día. De esa manera compraría, sumaría a las compras de perfumería lo que en general tenemos en casa, Ibuprofeno., algunos digestivos o esas cosas...



Muchas gracias!

No deje de consultarnos para más información:

Catalina.Fonseca@iqvia.com
Rodrigo.Bergamo@iqvia.com
Daniela.Rodriguez@iqvia.com
Florencia.Schiavi@iqvia.com