

Observatorio Covid-19: así se siente la Farmacia Española

LA SITUACIÓN QUE ESTAMOS VIVIENDO EN ESTOS MOMENTOS NO ES FÁCIL PARA NADIE. TAMPOCO PARA LOS FARMACÉUTICOS, QUE EN VARIAS OCASIONES HAN DENUNCIADO LA FALTA DE APOYO Y DE RECONOCIMIENTO POR PARTE DE LA ADMINISTRACIÓN. EN DICHO ESTUDIO, DESARROLLADO POR IM FARMACIAS EN COLABORACIÓN CON LA CONSULTORA SHOPPERTEC, NOS PONEMOS A SU LADO PARA CONOCER REALMENTE CÓMO ESTÁN VIVIENDO LA CRISIS DEL CORONAVIRUS Y CUÁLES SON SUS PERCEPCIONES FUTURAS.

Farmacéutico: a nosotros Sí nos importa. Así empezaba una carta que desde IM Farmacias remitimos el pasado sábado 28 de abril a los farmacéuticos para informarles de la puesta en marcha del Observatorio Covid-19 impulsado junto con la consultora Shoppertec. Queríamos pulsar sus inquietudes y su percepción de la situación que nos embarga y así, por ende, conocer el punto de vista de toda la profesión farmacéutica. ¿Nuestro objetivo? Configurar un mapa real de cómo se siente la Farmacia Española. Hoy, solo podemos agradecer a todas las farmacéuticas y farmacéuticos que dedicaron un tiempo precioso, especialmente en estos días, en contestar todas y cada una de las preguntas que les planteábamos.

Ahora nos toca a nosotros. En las líneas que siguen les vamos a informar de la verdadera situación de desamparo que está sufriendo la Farmacia Española. De cómo se siente el farmacéutico que sube cada día la persiana de su farmacia para luchar en primera línea contra el coronavirus, aunque le falten los materiales de protección adecuados, aunque esté agotado física y anímicamente. Aunque su crucial papel no esté reconocido, ni mucho menos, como se merece.

LA FARMACIA Y LA CRISIS SANITARIA

¿Crees que el Gobierno y las autoridades están teniendo en cuenta a la farmacia de manera adecuada en esta crisis?



Fuente: Observatorio Covid-19 desarrollado por IM Farmacias y Shoppertec

Elaboración: IM Farmacias

Así, con el fin de analizar los resultados con más detenimiento, hemos dividido el Observatorio Covid-19 en cuatro grandes bloques: La Farmacia y la crisis sanitaria; La Farmacia y la crisis económica; La Farmacia y los Laboratorios; y La Farmacia y las Cooperativas y mayoristas. Queremos recordar que la encuesta, realizada entre los días 28 y 31 de marzo, recibió 409 respuestas (81% titulares, 18% farmacéuticos adjuntos y 1% auxiliares) y supone una muestra representativa a nivel nacional.

La Farmacia y la crisis sanitaria

Una de las conclusiones más significativas que se extraen del Observatorio Covid-19 es que el 96% de los farmacéuticos encuestados creen que el Gobierno y las autoridades no están teniendo en cuenta a la Farmacia de manera adecuada en esta crisis. Pero, ¿por qué lo creen así? Gran parte de las respuestas coinciden en señalar, a grandes rasgos, que “no nos consideran sanitarios”, “no se reconoce nuestra labor asistencial”, “no nos ofrecen medidas de protección”, “nos ven como un simple comercio” o “no aprovechan nuestro potencial”. La conclusión es clara: la Farmacia Española no se siente apoyada ni valorada por la Administración. Centrándonos en la seguridad y la salud del farmacéutico, el 89% de las farmacias encuestadas declaran que han comprado material de protección para su equipo (mamparas, mascarillas...), aunque muchas de ellas expresan su descontento con el precio que han tenido que pagar. Además, el 83% de ellas indican que han tenido claras las medidas preventivas a implantar en cada momento. Así, desde que estalló la crisis sanitaria, se han visto obligadas a controlar el aforo y a poner en marcha nuevos protocolos de dispensación basados en restringir la entrada al interior de la farmacia, atender a través de la ventanilla o implementar una barrera de distancia entre el cliente y el mostrador. Unas medidas que han sido entendidas por los pacientes sin ningún tipo de problema según el 86% de las farmacias encuestadas.

Pero hay más: coinciden en que han implementado protocolos de limpieza más estrictos y que usan máscaras y guantes en todo momento, si bien es cierto que no todos lo pueden hacer porque no hay existencias. En esta línea, muchas de las farmacias que han respondido al Observatorio Covid-19 han tomado la decisión de proteger a sus trabajadores mandando a casa a los que están riesgo por tener bajas defensas o por enfermedades diversas, aunque esta iniciativa impactara directamente en el funcionamiento de los

LA FARMACIA Y LA CRISIS SANITARIA



turnos habituales. Sin embargo, a pesar de todas estas medidas de protección, un 10% de las farmacias encuestadas declaran que en su equipo hay una o más personas con Covid-19, y el 12% de ellas se enfrentan a una disminución del personal, ya sea por infección directa o por tener que guardar cuarentena o cuidar de un familiar enfermo, entre otras causas.

Al lado del paciente

Aún y así, con el objetivo de seguir desarrollando su rol asistencial de la mejor manera posible, el 58% de las farmacias han puesto en marcha alguna iniciativa para poder atender a las personas infectadas, con movilidad reducida o a los más vulnerables (p. ej. mayores de 65 años). En este sentido, el 75% de ellas han implantado el servicio de reparto domiciliario, el 65% el pedido telefónico, el 40% el pedido por WhatsApp (hay que recordar que muchas de ellas ya contaban con esta opción) y el 13% la venta online. Apoyar al vecindario, desarrollar acciones de voluntariado, o participar en actividades impulsadas a través de los COFs o de las cooperativas son otros de los movimientos que realizan en estos momentos el 14% de las farmacias encuestadas. Preguntados por su punto de vista respecto a nuevas órdenes excepcionales o modificaciones que debería tomar el Gobierno durante esta situación de crisis, el 90% de los farmacéuticos estaría de acuerdo (75% muy de acuerdo, 15% algo de acuerdo) con un cambio en la Ley que permita a la farmacia comunitaria dispensar medicamentos hospitalarios como ya se está haciendo en algunas Comunidades Autónomas. Asimismo, el 59% de ellos cree se debería haber cambiado el horario oficial de apertura de las farmacias frente a un 41%, que no lo considera necesario. No obstante, el 69% de los encuestados coinciden en que se debería adelantar la hora de cierre.

Finalmente, el 41% de los farmacéuticos encuestados piensan que el confinamiento se va a alargar hasta el 26 de mayo o más allá, el 29% pronostica que esta situación va a durar hasta el 11 de mayo y otro 29% que terminará el 26 de abril. Solo un 1% de los encuestados creía que esta situación se acabaría el 11 de abril, fecha prevista por el Gobierno tras una primera prórroga.

La Farmacia y la crisis económica

La crisis del coronavirus está muy lejos de quedarse únicamente en una crisis sanitaria. De hecho, sus efectos ya se están haciendo notar la mayoría de los ámbitos de nuestro día a día. Preguntamos a los farmacéuticos qué impacto creen que acarreará la crisis actual en la economía general, en la farmacia y en la industria farmacéutica en una escala del 0 al 10 (0= impacto muy negativo / 10 = impacto muy positivo). Así, según el 65% de los encuestados, el impacto sobre la economía va a ser muy negativo (0), de hecho, el total de todas las respuestas recibidas hacen una media de 0,8 sobre 10. También piensan que impactará negativamente sobre la farmacia con una media de 3,6 sobre 10 y que lo hará, pero algo menos, sobre la industria farmacéutica, con una media de 4,6.

En cuanto a la tipología, el 41% de los farmacéuticos encuestados consideran que nos

enfrentaremos a una crisis estructural, mientras que el 27% de ellos considera que será más bien coyuntural. Sin embargo, el 32% de las respuestas coinciden en vaticinar que la crisis será estructural y coyuntural a partes iguales.

¿Cómo creen los participantes en el Observatorio Covid-19 que vamos a salir de la crisis? El 65% de los farmacéuticos se decantan por un escenario de inseguridad: piensan que la economía se verá afectada durante un período de seis a doce meses o incluso más y se estancará o mostrará un crecimiento lento a partir de entonces. Sin embargo, el 30% es muy pesimista: para ellos, el Covid-19 tendrá un impacto duradero en la economía y mostrará regresión o caerá en una larga recesión. Solo un 5% de los encuestados son optimistas y consideran que la economía se recuperará en dos o tres meses y crecerá tan o más fuerte que antes.

En esta línea, el 64% de los farmacéuticos piensan que las implicaciones de la crisis actual serán mayores que las que acarrió la crisis de 2008, mientras que el 18% de ellos creen que sus consecuencias serán iguales y el 18% restante piensa que será menos agresiva. Siguiendo con las perspectivas de la profesión de cara a los días venideros, el 82% de los encuestados temen que habrá problemas de desabastecimiento de medicamentos, y, de ellos, el 38% consideran que dichos problemas serán muy importantes.

La evolución de las ventas

En términos generales, el 58% de las farmacias participantes en el Observatorio Covid-19 declaran que su negocio está creciendo (crecimientos >0) a raíz de la crisis del coronavirus, pero el 42% de ellas, por el contrario, afirman que está decreciendo.

En cuanto a las ventas, los medicamentos genéricos cosechan resul-

LA FARMACIA Y LA CRISIS ECONÓMICA



tados positivos en el 66% de las farmacias encuestadas, seguidos muy de cerca por los medicamentos de prescripción con receta, que lo hacen en el 63% de ellas. Sin embargo, el segmento de Consumer Health está viviendo los peores momentos de los últimos años, pues está decreciendo en el 71% de las boticas españolas.

Así, según las respuestas obtenidas en el Observatorio Covid-19, las categorías que más están creciendo en este periodo son los Analgésicos, que lo hacen en el 82% de las farmacias encuestadas, los Complementos Nutricionales y Vitaminas y Minerales (63% de las farmacias) y los productos de Botiquín (60% de las farmacias).

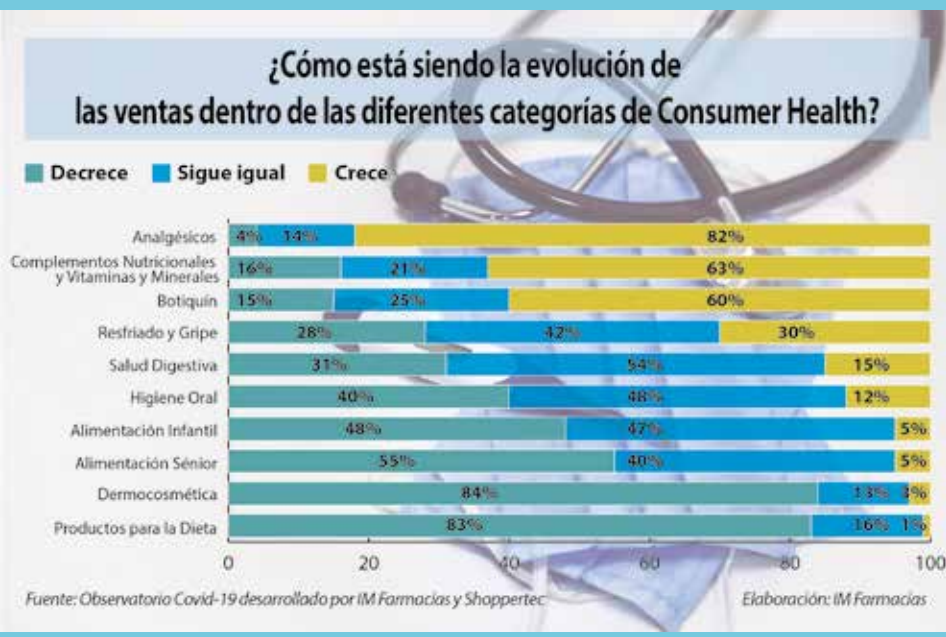
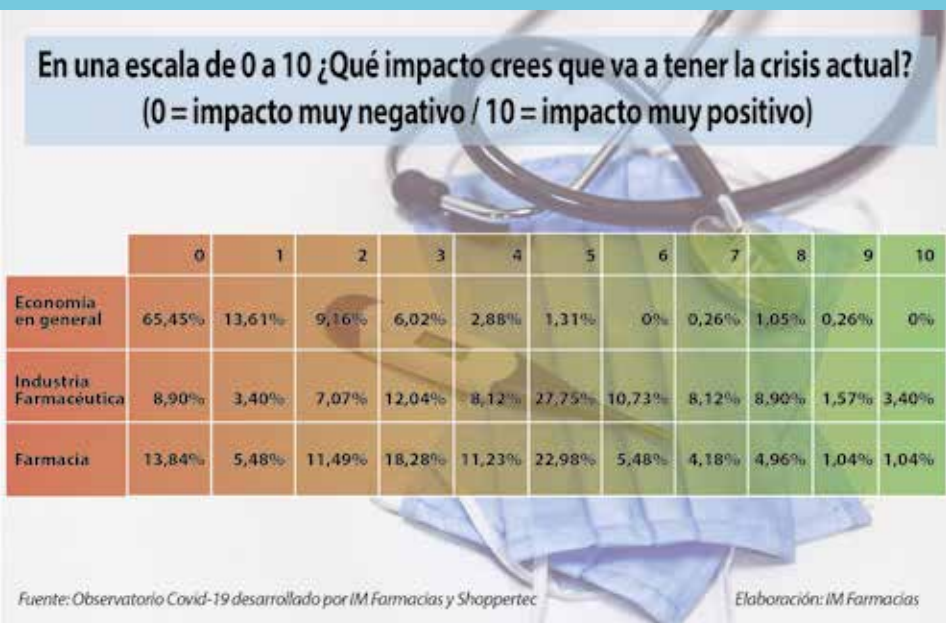
Por su parte, la categoría de Resfriado y Gripe se mantiene en el 42% de las farmacias, aunque es cierto que crece en más farmacias (30%) que en las que decrece (28%). Por su parte, las ventas en Salud Digestiva se mantienen en el 53% de las farmacias encuestadas, decrecen en el 31% de ellas y crecen el 15%. La Higiene Oral también mantiene su tendencia en el 48% de las farmacias, pero decrece en el 40% y solo anota crecimientos en el 12% de las encuestadas.

Al otro lado de la balanza encontramos la categoría de Dermocosmética, que decrece en el 84% de las farmacias que han respondido al Observatorio Covid-19, mantiene las ventas en el 13% y únicamente registra buenos resultados en el 3% de ellas. En esta línea, los Productos para la Dieta decrecen en el 83% de las farmacias, se mantienen en el 16% y únicamente crecen en el 1% de las encuestadas. Finalmente, Alimentación para Seniors decrece en un 55% de las farmacias, se mantiene en un 40% y solo crece en un 5%. Una tendencia que sigue muy de cerca Alimentación infantil: decrece en el 48% de las farmacias, mantiene las ventas en el 47% y registra resultados positivos en el 5% de las boticas encuestadas. Y es que, tras analizar las respuestas recibidas durante los días 28 y 31 de marzo en el marco del Observatorio Covid-19, podemos concluir que la crisis del coronavirus está configurando un nuevo mapa en la evolución de las ventas del mercado farmacéutico que ya se está haciendo notar en las farmacias españolas.

La Farmacia y los Laboratorios

El 39% de las farmacias participantes en el Observatorio Covid-19 declaran que la proporción de pedidos directos hechos a los laboratorios durante estos días sigue igual que siempre. Sin embargo, muy de cerca, el 32% de las boticas encuestadas indican que han aumentado este tipo de pedidos algo (25%)

LA FARMACIA Y LA CRISIS ECONÓMICA



o mucho (6%) durante estos días, mientras que el 29% de ellas dicen los han aumentado muy poco (19%) o poco (10%) en el período que nos ocupa.

¿Los laboratorios han aplicado cambios en las condiciones comerciales y de entrega a raíz de la crisis del coronavirus? Para el 54% de las farmacias encuestadas, las condiciones de pago siguen igual que siempre y tan solo el 6,5% consideran que han mejorado algo o mucho. En esta línea, según el 45% de las farmacias, los laboratorios están ofreciendo muy pocos (37%) o pocos (8%) descuentos especiales y para el 51% de ellas, los descuentos son los mismos que antes de la crisis. Solo el 4% de las farmacias declaran haber recibido algún descuento especial.

Sin embargo, el 78% de las farmacias encuestadas están detectando más faltas de las habituales en los pedidos recibidos (48% mucho, 30% algo), mientras que para el 14% son como anteriormente. Además, el 58% de ellas indican que se están dilatando las entregas (34% algo, 24% mucho), pero el 24% de las farmacias encuestadas las recibe como de costumbre. En cuanto a la programación de las entregas, siguen igual para el 40% de las farmacias, aunque un 36% de ellas declaran que lo hacen algo o mucho más que anteriormente.

Tras la crisis

Preguntamos a los participantes del Observatorio Covid-19 acerca de sus previsiones referentes a la relación entre la farmacia y el laboratorio una vez superada la crisis del coronavirus. Tras proponer varios ítems, una conclusión prevalece por encima de las otras: los formatos online ganarán peso frente a los convencionales.

Así, el 77% de los farmacéuticos piensan que el uso de las plataformas online de los laboratorios va a aumentar tras la crisis, y el 75% de ellos piensan que también se incrementarán las comunicaciones online, así como los pedidos online a los laboratorios, algo en lo que coinciden el 68% de los encuestados. En esta línea, el 68% de los profesionales participantes en la encuesta creen que crecerán las ventas online y las formaciones online (67% de los encuestados) y el 50% de ellos piensan que también habrá más presencia en RRSS, aunque para el 43% se mantendrá como hasta ahora. Asimismo, el 53% de los farmacéuticos vaticinan que los pedidos telefónicos a un *call center* o centro de atención al cliente aumentarán, pero seguirán igual para el 40%.

Y es que, para la mayoría de los farmacéuticos, la relación con los delegados tal y como la he-

LA FARMACIA Y LOS LABORATORIOS

¿Has aumentado los pedidos directos a los laboratorios?



Fuente: Observatorio Covid-19 desarrollado por IM Farmacias y Shoppertec

Elaboración: IM Farmacias

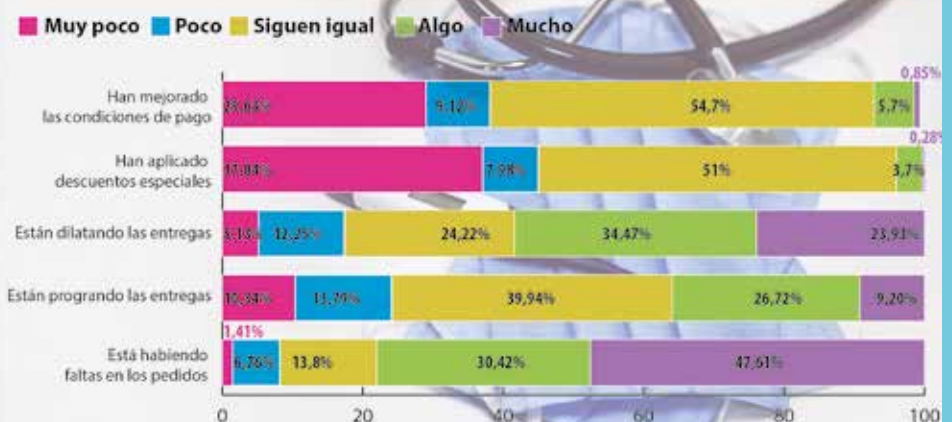
De los siguientes ítems, ¿cuáles crees que van a cambiar a raíz de la crisis?

Ítem	Disminuirá	Seguirá igual	Aumentará
Visitas de los delegados vía videollamada o teléfono	24,03%	27,60%	48,37%
Ventas online	1,19%	30,56%	68,25%
Pedidos online a los laboratorios	1,49%	27,89%	70,62%
Pedidos telefónicos al delegado	3,88%	26,27%	69,85%
Pedidos telefónicos a un call center o centro de atención al cliente	6,38%	40,43%	53,19%
Visitas presenciales de los delegados	73,35%	23,35%	3,30%
Número de delegados	81,33%	16,87%	1,80%
Formaciones online	5,70%	27,33%	66,97%
Comunicaciones online	2,71%	20,78%	76,51%
Presencia en RRSS	6,82%	43,03%	50,15%
Uso de las plataformas online de los laboratorios	1,51%	23,49%	75,00%
El papel de las cooperativas y los mayoristas	4,78%	56,72%	38,50%
El papel de los grupos de compra	6,08%	55,62%	38,30%

Fuente: Observatorio Covid-19 desarrollado por IM Farmacias y Shoppertec

Elaboración: IM Farmacias

¿Ha habido cambios en las condiciones comerciales y de entrega de los laboratorios?



Fuente: Observatorio Covid-19 desarrollado por IM Farmacias y Shoppertec

Elaboración: IM Farmacias



LA FARMACIA Y LAS COOPERATIVAS Y MAYORISTAS

¿En qué medida estás teniendo retrasos en las entregas por parte de laboratorios y cooperativas/mayoristas?



Fuente: Observatorio Covid-19 desarrollado por IM Farmacias y Shoppertec

Elaboración: IM Farmacias

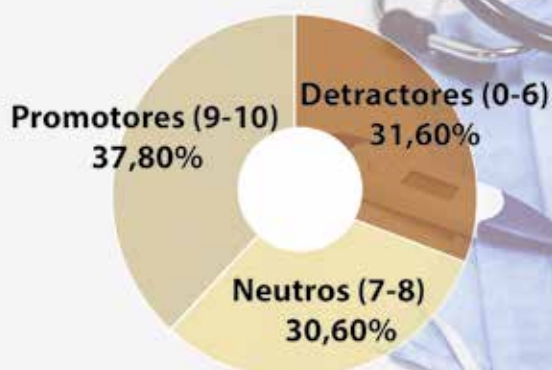
¿En qué medida estás teniendo problemas con la completitud de los pedidos de laboratorios y cooperativas/mayoristas?



Fuente: Observatorio Covid-19 desarrollado por IM Farmacias y Shoppertec

Elaboración: IM Farmacias

¿Recomendarías tu cooperativa/mayorista a un familiar o amigo farmacéutico?



Fuente: Observatorio Covid-19 desarrollado por IM Farmacias y Shoppertec

Elaboración: IM Farmacias

mos conocido hasta ahora cambiará totalmente tras la crisis del coronavirus: el 73% de los encuestados cree que las visitas presenciales de los delegados van a disminuir, de hecho, el 81% de ellos piensan que el número de delegados se reducirá. Por el contrario, el 48% de los farmacéuticos encuestados vaticinan que aumentarán las 'visitas' vía videollamada o por teléfono y para el 70% se incrementarán los pedidos telefónicos al delegado.

La Farmacia y las Cooperativas y Mayoristas

Si algo es innegable es que la coyuntura actual marcará un antes y un después en muchos ámbitos de la vida cotidiana. Y el sector farmacéutico no es una excepción: la actuación de las cooperativas y los mayoristas durante esta crisis es vital para fidelizar a la farmacia, lo que en experiencia de cliente se llama 'momento de la verdad'.

Pues bien, para medir cómo están percibiendo los farmacéuticos la reacción de las cooperativas y mayoristas y qué es lo que les piden, hemos utilizado el NPS (*Net Promoter Score*), una herramienta contrastada que permite medir el grado de recomendación de la farmacia hacia la cooperativa o mayorista (medida que se correlaciona con la satisfacción) basada en dos preguntas: ¿Recomendaría la cooperativa o mayorista de referencia a otra farmacia? y ¿Por qué lo haría o no lo haría? El NPS se calcula restando las puntuaciones de los denominados 'promotores' (aquellos que puntúan 9 o 10 su predisposición a recomendar), de las de los 'detractores' (aquellos que puntúan de 0 a 6 su predisposición a recomendar).

Tras analizar las respuestas obtenidas, el NPS del Observatorio Covid-19 da un resultado de 6, aunque lo más destacable es el alto grado de dispersión entre los farmacéuticos encuestados: hay muchos 'promotores' (37,8%) y muchos 'detractores' (31,6%), más que 'neutros' (30,6%), que son los que puntúan 7 y 8 a su predisposición de recomendar. Una situación que responde, a todas luces, a la excepcionalidad del momento en el que estamos inmersos. Sin embargo, la suma de los 'promotores' y los 'neutros' logra el 68,4% de las respuestas, haciendo decantar ligeramente la balanza a favor de las cooperativas y mayoristas.

Las razones

Las principales cuestiones por las que los farmacéuticos encuestados recomendarían su cooperativa o mayorista de referencia son el buen servicio; la cercanía y confianza; la gestión eficaz durante la crisis y el apoyo o preocupación por la farmacia. La transpa-

rencia y las condiciones de pago son otras de las razones que mejor valora la profesión.

Por el contrario, los participantes del Observatorio Covid-19 coinciden en señalar que no recomendarían a su cooperativa o mayorista en el caso de que no responda en los momentos difíciles; si muestra poca preocupación por el socio; si ha disminuido los repartos; si no ha aplazado pagos, si ha empeorado el servicio; si los pedidos tienen muchas faltas; si los precios son más elevados o si no es transparente en la gestión.

También hemos preguntado a los farmacéuticos de qué manera consideran que podría ayudar la cooperativa o mayorista durante esta crisis. Las diez respuestas más repetidas entre los encuestados son las siguientes: aplazando el pago; no dando faltas (o reduciéndolas); proporcionando material anticontagio; asegurando el suministro de medicamentos, EPIs y productos necesarios para la crisis (alcohol, guantes, mascarillas...); dando buen servicio; manteniendo el servicio; repartiendo equitativamente las faltas entre todos los farmacéuticos por igual; informando de las faltas y plazos de entrega; haciendo una buena gestión del reparto y ofreciendo una mayor frecuencia de entrega.

Retrasos y faltas

La realidad es que el 83% de las farmacias encuestadas declaran que desde que empezó la crisis del coronavirus están sufriendo retrasos en las entregas por parte de los laboratorios y cooperativas o mayoristas. Si bien es cierto que para el 61% de ellas dichos retrasos son de carácter puntual, el 22% de las participantes en el Observatorio Covid-19 indican que están teniendo muchos retrasos. Sin embargo, para el 17% restante, las entregas llegan en el momento previsto.

En esta línea, el 71% de las farmacias encuestadas declaran que reciben los pedidos con algunas faltas y el 17% afirman que los pedidos les están llegando muy incompletos. Solo el 12% de las farmacias apuntan que están recibiendo los pedidos completos.

Conclusiones

Como acabamos de ver, la situación de excepcionalidad que nos embarga está configurando un nuevo mapa en el sector farmacéutico que, previsiblemente, tendrá consecuencias a largo plazo. Por el momento, aunque sienten que el Gobierno y las Administraciones no están teniendo en cuenta a la Farmacia de forma adecuada, los profesionales han dado un paso al frente para poner en marcha iniciativas para protegerse y para poder atender a las personas infectadas, con movilidad reducida o a los más vulnerables. Y es que, su día a día actual ha cambiado radicalmente para hacer frente al Covid-19.

Por su parte, las ventas también están notando el efecto del coronavirus: así, mientras que los Analgésicos, los Complementos Nutricionales y Vitaminas y Minerales, y los productos de Botiquín registran resultados positivos; la Dermocosmética, los Productos para la Dieta y la Alimentación para Seniors son las categorías más castigadas en estos momentos. Asimismo, una proporción destacable de las farmacias encuestadas sufre faltas en los pedidos y retrasos en las entregas por parte de sus principales distribuidores, que, a su vez, están sufriendo los estragos de la crisis, especialmente en lo referente a la disponibilidad de material. Solo el tiempo dirá cómo concluirá esta situación y qué conllevará exactamente. Lo que es seguro es que IM Farmacias, como siempre, estará al lado del farmacéutico. Recuérdalo: a nosotros SÍ nos importas. +

Descarga el estudio completo en <http://shoppertec.com/observatorio-covid-19-coronavirus-la-perspectiva-del-farmacéutico/>



shopperTec



Insights & Solutions

Te ayudamos a segmentar tus clientes y optimizar tu cobertura

CONOCE LAS MEJORES FARMACIAS PARA TU CATEGORÍA

Disponemos de la base **más actualizada y completa**
de las **22.100 farmacias** en España



Partimos del **perfil de los compradores** de la categoría



Calculamos el **tamaño e importancia** en ventas de la farmacia



Analizamos la **población del target** y el impacto de la **competencia** en el área de influencia



Analizamos toda la **información disponible** y **modelizamos** las variables clave para calcular el potencial de la categoría