



shopperTec
Insights & Solutions

**BARÓMETRO 2015
IM FARMACIAS y SHOPPERTEC**

shopperTec
Insights & Solutions

Mail: contact@shoppertec.com

Teléfono: +34 917 43 46 91

Dentro del proceso de colaboración entre IM Farmacias y Shoppertec, se plantea por **segundo año consecutivo** la realización de un **barómetro del sector farmacéutico**.

Ámbito	España
Universo	Farmacéuticos y Laboratorios de la base de datos de contactos de IM Farmacias y Shoppertec.
Tamaño de la muestra	1032 encuestas a diferentes farmacias y 30 a diferentes laboratorios
Técnica de investigación	Cuantitativa. Cuestionario estructurado, un cuestionario para cada colectivo
Método recogida de la información	Cuestionario <i>online</i>
Trabajo de campo	Del 15 de septiembre al 15 de octubre de 2015
Responsable análisis y recogida de información	Shoppertec




BARÓMETRO 2015 IM FARMACIAS / SHOPPERTEC.

Gana un viaje para dos a Lisboa participando en la encuesta de IM Farmacias

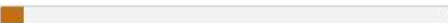
Desde IM Farmacias, con la colaboración de Shoppertec, estamos realizando una breve encuesta sobre las expectativas de negocio y algunos aspectos clave del sector y de nuestra revista, de cara a la elaboración de nuestro informe del sector que saldrá publicado el próximo mes de octubre.

Nos gustaría contar con su colaboración, la encuesta no le llevará más de 10 minutos de su tiempo y podrá ganar uno de los tres viajes a Lisboa para dos personas que sorteamos entre todos los participantes.

Es imprescindible formar parte del sector de la farmacia comunitaria en España.

¡Muchas gracias por participar!



1 / 20

5%

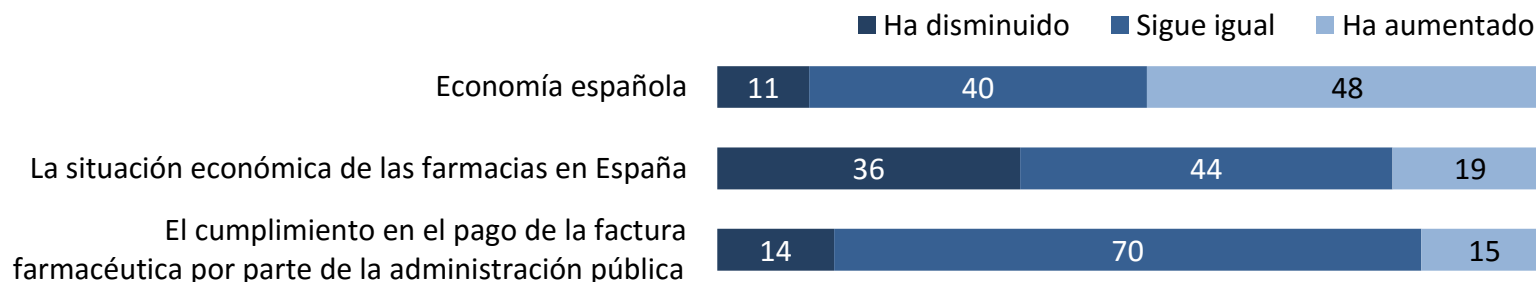
1. La crisis económica sigue presente en el sector farmacéutico, el 36% piensa que la situación económica de las farmacias ha empeorado en el último año, sin embargo para este año se espera una mejora en la facturación y rentabilidad del negocio.
2. La venta libre es una oportunidad para la farmacia.
3. La relación con la administración pública se irá encareciendo, laboratorios (79%) y farmacias (84%) coinciden en que en los próximos años aumentará el número de medicamentos de reembolso que pasarán a estar excluidos de financiación pública, y surgirán agrupaciones de cooperativas en grupos más grandes.
4. Para aumentar las ventas, las farmacias han optado por la diversificación: el 69% de las farmacias de la muestra han optado por aumentar el número de servicios y también el número de productos y marcas (58%)
5. Para el 54% de las farmacias, la optimización del surtido para ser más eficiente es una prioridad.

6. El mundo online sigue siendo un desconocido para el sector farmacéutico, aunque se reconoce su importancia actual y futura, no se confía en él.
7. La relación entre el farmacéutico y los laboratorios ha mejorado, aunque tanto para los laboratorios (83%) como para los farmacéuticos (68%) la formación en gestión de la farmacia es un asunto que debería tratarse más.
8. La dermocosmética es el universo de referencia, el 77% de las farmacias cuentan con personal especializado.
9. Farmacéuticos coinciden en que algunos servicios sean de pago: servicio de control de medicación (SPD) (83%), toma de tensión (65%) y el servicio de atención domiciliaria (63%).
10. La atención personal sigue siendo el canal de comunicación clave del farmacéutico con el cliente, el 88% prefiere la atención personal como forma de llegar al cliente.

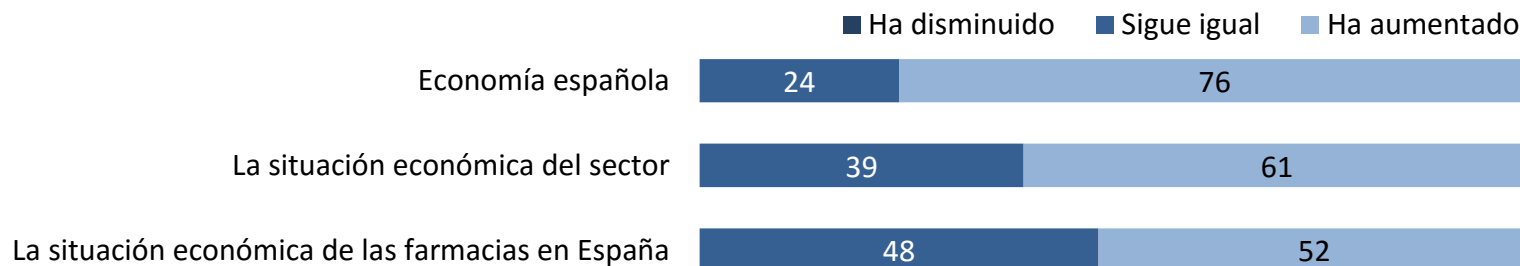
Evolución económica 2015 perspectiva de las farmacias vs laboratorios. Evolución positiva de la economía para los laboratorios.

- En general, la situación económica ha mejorado, tanto la economía española como la situación económica del sector.
- El farmacéutico, es poco optimista ante una evolución positiva de la economía, el **36% piensa que la situación económica de las farmacias ha empeorado** en el último año.
- Los retrasos en el pago por parte de la administración están afectando de forma significativa a la farmacia.
- El **52% de los laboratorios considera que la situación económica de las farmacias en España ha mejorado** (farmacias el 19%).

Para la farmacia ¿Cómo ha evolucionado la situación en el último año?



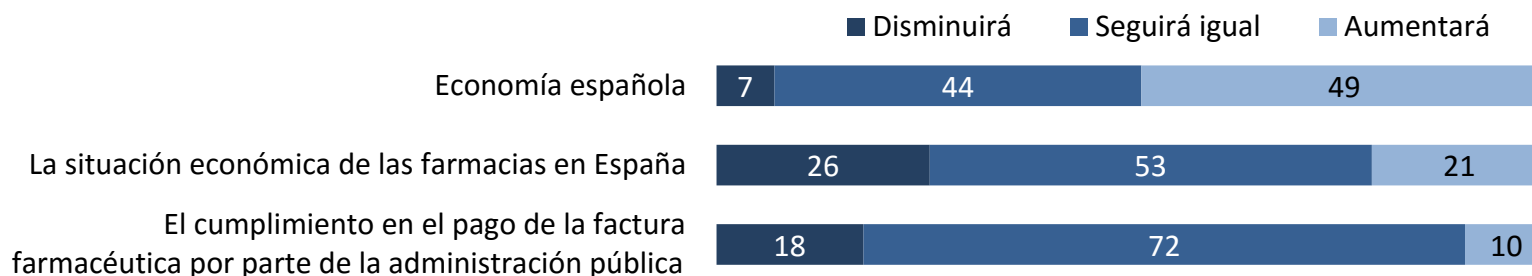
Para el laboratorio ¿Cómo ha evolucionado la situación en el último año?



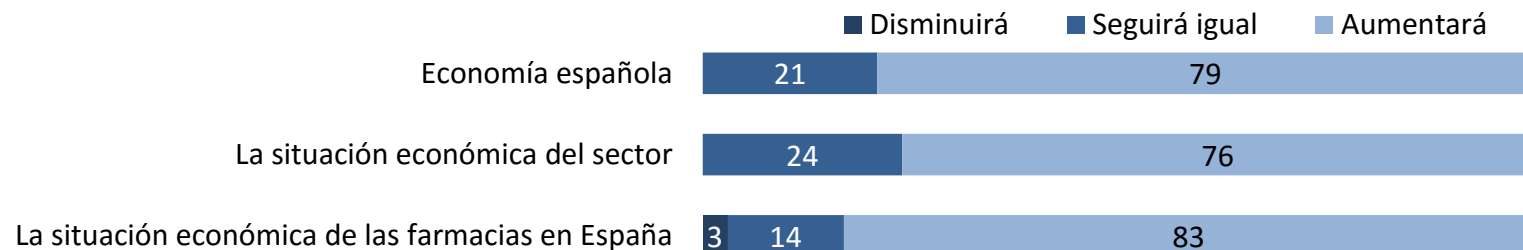
Evolución económica 2016 perspectiva de las farmacias vs laboratorios. Mayor optimismo con respecto a 2015.

- Los farmacéuticos encuestados piensan que la situación económica va a seguir mejorando, aunque hay un mayor optimismo, todavía son más los que **piensan que la mejora de la situación económica no afectará a la farmacia**.
- El 18% de los farmacéuticos creen que el cumplimiento del **pago de la facturas por parte de la administración disminuirá** para el próximo año.
- Los **laboratorios encuestados piensan positivamente** en la mejora de los 3 aspectos.

Para la farmacia ¿Cómo evolucionará la situación en el próximo año?



Para el laboratorio ¿Cómo evolucionará la situación en el próximo año?



La rentabilidad de la farmacia se está viendo afectada.

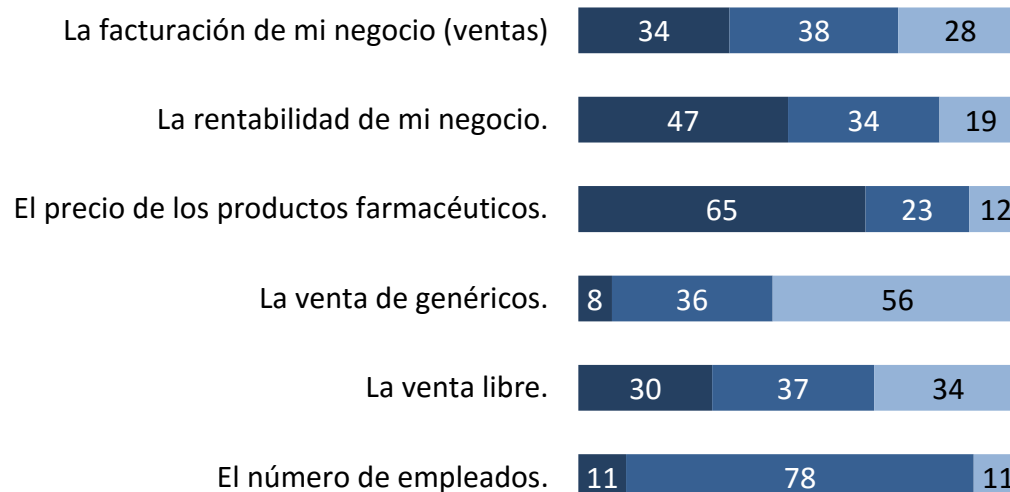
- A pesar de la mejora económica, hay un 6% más de farmacias que han disminuido ventas vs las que han aumentado (34% vs 28%). La rentabilidad se está viendo afectada, el **47% de las farmacias dicen que han perdido rentabilidad**. Los precios de los productos y el aumento de venta de genéricos, pueden estar afectando esta situación.
- La **venta libre puede ser una oportunidad para la farmacia**, pero no todos la están capitalizando.
- En general, las farmacias están manteniendo el número de empleados.
- **Para el próximo año se percibe una ligera mejoría** en la facturación del negocio de la farmacias.

Para su farmacia. ¿Cómo ha sido la evolución de las siguientes variables en el último año?

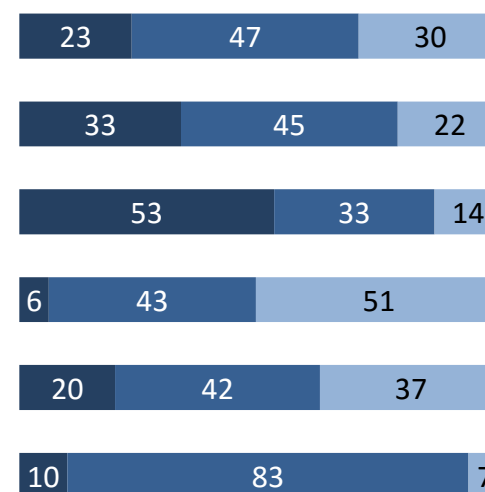
■ Ha disminuido/Disminuirá

■ Sigue igual/Seguirá igual

■ Ha aumentado/Aumentará



Para su farmacia. ¿Cómo será la evolución de las siguientes variables en el próximo año?

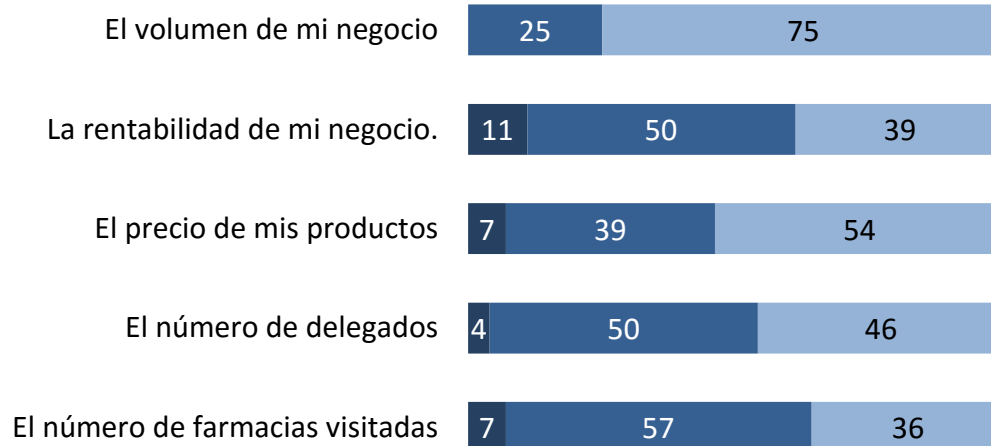


La rentabilidad de los laboratorios

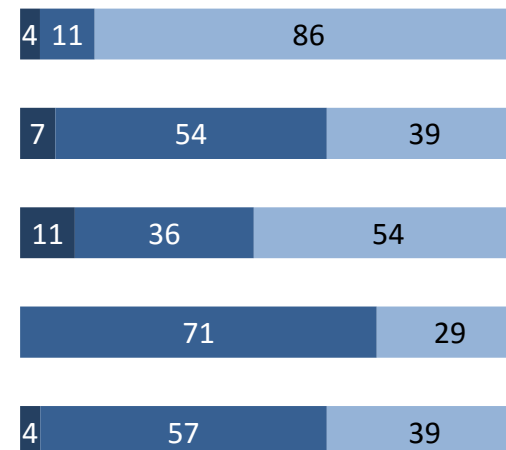
- Para el 75% de los laboratorios el **volumen del negocio ha aumentado en el último año** y para el próximo año **se percibe una gran mejoría**, el 86% piensa que aumentará.
- Aunque el año pasado **aumentaron los delegados** (46%) para el próximo año habrá un estancamiento (71%).
- Para el próximo año se espera un **ligero aumento en las farmacias visitadas** (39%) en comparación al año anterior (36%).

Para su laboratorio. ¿Cómo ha sido la evolución de las siguientes variables en el último año?

■ Ha disminuido/Disminuirá ■ Sigue igual/Seguirá igual ■ Ha aumentado/Aumentará



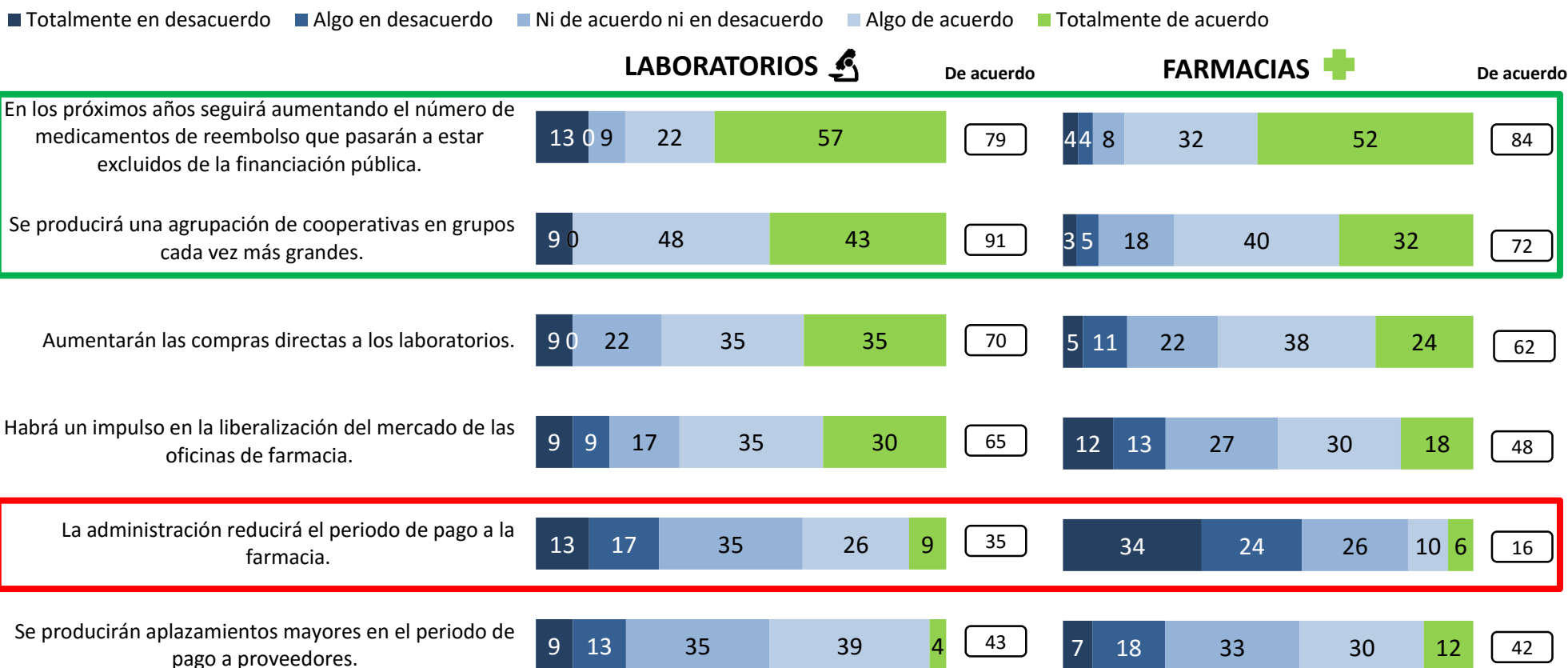
Para su laboratorio. ¿Cómo será la evolución de las siguientes variables en el próximo año?



Cuestiones clave del sector: Laboratorios vs farmacias

- Laboratorios (79%) y farmacias (84%) coinciden en que en los próximos años **aumentará el número de medicamentos de reembolso que pasarán a estar excluidos** de financiación pública. También coinciden en que **se producirá una agrupación de cooperativas en grupos más grandes** laboratorios (91%) y farmacias (72%).

En su opinión y en relación con las farmacias, exprese en su opinión, su nivel de acuerdo/desacuerdo (Totalmente en desacuerdo, algo en desacuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, algo de acuerdo, totalmente de acuerdo) con las siguientes afirmaciones:



Fuente: Barómetro 2015 a los laboratorios IM Farmacias. 30 respuestas. Barómetro 2015 a los farmacias. 1032 respuestas

Este documento es propiedad de Shoppertec y totalmente confidencial. No divulgar su contenido

- Con el objetivo de incrementar las ventas, el 69% de las farmacias de la muestra han optado por aumentar el número de servicios, también el número de productos y marcas (58%).
- Para el 54% de las farmacias la optimización del surtido para ser más eficiente es una prioridad.

En su opinión y en relación con las farmacias, exprese en su opinión, su nivel de acuerdo/desacuerdo (Totalmente en desacuerdo, algo en desacuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, algo de acuerdo, totalmente de acuerdo) con las siguientes afirmaciones:

■ Totalmente en desacuerdo ■ Algo en desacuerdo ■ Ni de acuerdo ni en desacuerdo ■ Algo de acuerdo ■ Totalmente de acuerdo

FARMACIAS

De acuerdo

He optado por diversificar con más servicios para aumentar ventas.



69

He optado por diversificar con más productos y marcas para aumentar ventas.



58

Pienso que la farmacia no debe optimizar y reducir el surtido de productos para ser más eficiente.



32

En los 2 próximos años aumentará la dificultad para contratar personal cualificado.

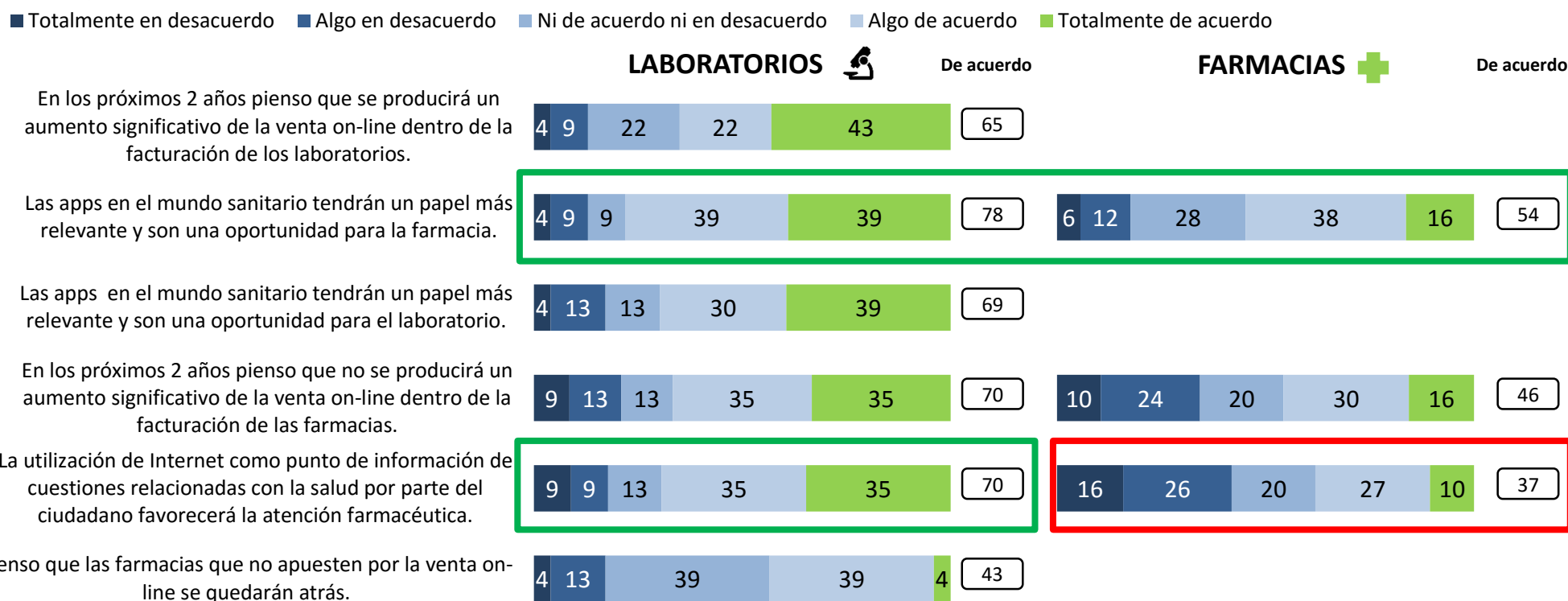


24

Internet, una oportunidad para el negocio de la farmacia: Laboratorios vs farmacias

- Para el **54% de las farmacia** y el **78 % de los laboratorios**, las app en el mundo sanitario van a jugar un papel importante y serán una oportunidad para la farmacia.
- Sin embargo el **46% de las farmacias consideran que no habrá un aumento significativo de la venta on-line** para la facturación de la farmacia, mientras que el **70% de los laboratorios** piensa que sí lo habrá.
- El acceso por parte del paciente/cliente a información a través de Internet no parece un aspecto que favorezca la atención farmacéutica.

En su opinión y en relación con las farmacias, exprese en su opinión, su nivel de acuerdo/desacuerdo (Totalmente en desacuerdo, algo en desacuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, algo de acuerdo, totalmente de acuerdo) con las siguientes afirmaciones:



Fuente: Barómetro 2015 a los laboratorios IM Farmacias. 30 respuestas. Barómetro 2015 a los farmacias. 1032 respuestas

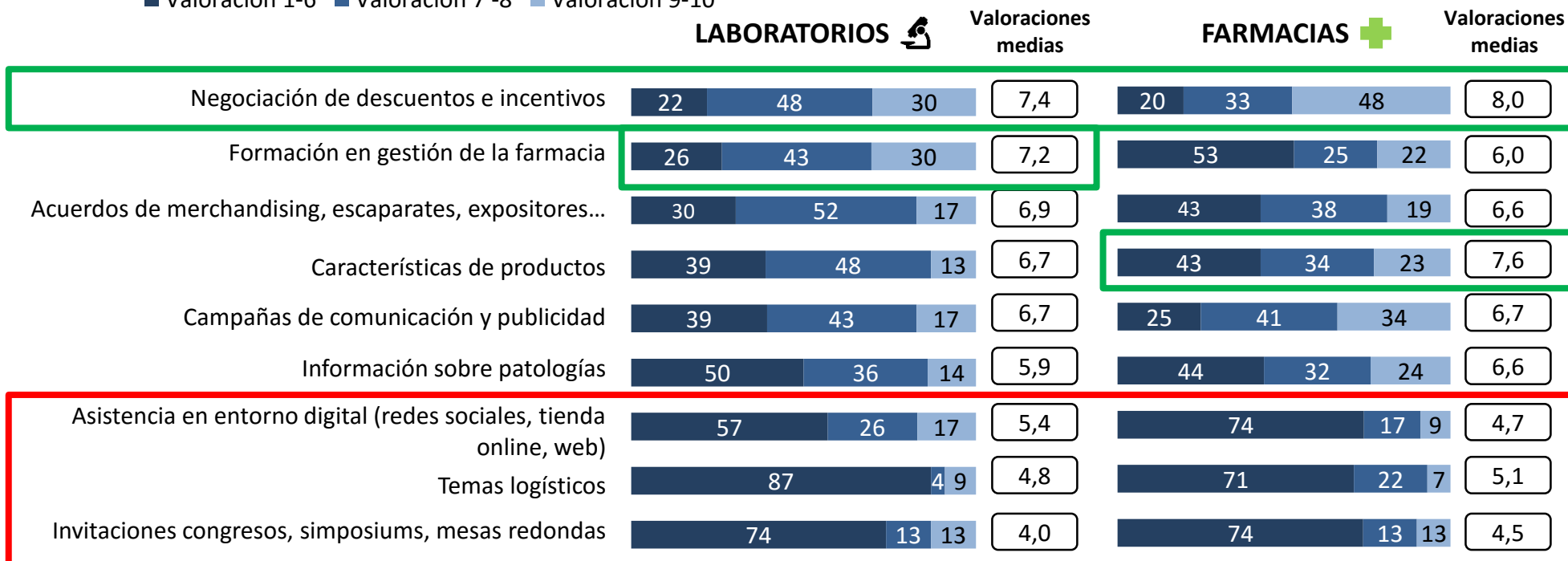
Este documento es propiedad de Shoppertec y totalmente confidencial. No divulgar su contenido

Valoración de los asuntos tratados por los delegados en las visitas: Laboratorios vs farmacéuticos

- Para las farmacias, la **negociación de descuentos e incentivos (8)** y **características de los productos (7,6)** son los asuntos más importantes tratados por los delegados de las farmacias.
- Para los laboratorios, la **negociación de descuentos e incentivos (7,3)** y **formación en gestión de la farmacia (7,2)** son los asuntos más importantes tratados por los delegados en las visitas a las farmacias.
- Las invitaciones a congresos, simposium es un tema menos importante en la visita por parte del delegado para ambos.

En una escala de 1 a 10. Valore la importancia de los principales asuntos tratados por los delegados de los laboratorios en la visita a las farmacias (donde 1 es la mínima puntuación y 10 es la máxima)

■ Valoración 1-6 ■ Valoración 7-8 ■ Valoración 9-10



Fuente: Barómetro 2015 a los laboratorios IM Farmacias. 30 respuestas. Barómetro 2015 a los farmacias. 1032 respuestas

Este documento es propiedad de Shoppertec y totalmente confidencial. No divulgar su contenido

¿Qué opinan sobre los temas tratados por los delegados? Laboratorios vs farmacéuticos

- Tanto los laboratorios como los farmacéuticos opinan **que la formación en gestión de la farmacia es el asunto que debería tratarse más.**
- Los farmacéuticos dan mayor importancia a las invitaciones congresos, simposiums, mesas redondas (58% vs 17% laboratorios), mientras que los laboratorios consideran clave los acuerdos de merchandising (83% vs 56% farmacéuticos).

Señale para cada asunto, si considera que debería tratarse más o menos:

■ Debería tratarse más

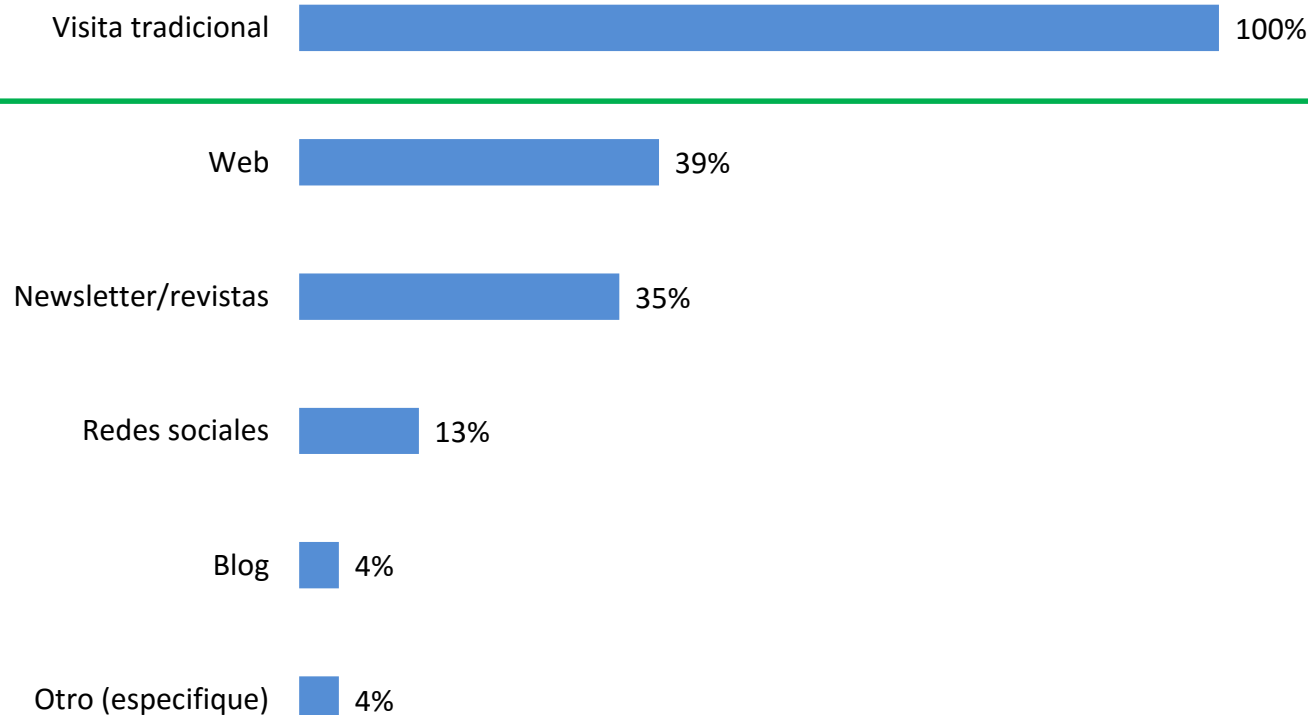


Fuente: Barómetro 2015 a los laboratorios IM Farmacias. 30 respuestas. Barómetro 2015 a los farmacias. 1032 respuestas

Este documento es propiedad de Shoppertec y totalmente confidencial. No divulgar su contenido

- La visita tradicional sigue siendo el canal más habitual de comunicación, seguido por la web.

Por favor, díganos los canales más habituales de comunicación con las farmacias (respuesta múltiple)



Entre 5 y 10 delegados visitan a la semana la farmacia

- El 49% de las farmacias afirman que les visitan a la semana entre 5 y 10 delegados. La visita dura de media, para el 60% de las farmacias, entre 15 y 30 minutos.

Aproximadamente, ¿Cuántos delegados de laboratorios farmacéuticos le visitan de media a la semana?

Menos de 5 delegados.



37%

Entre 5 y 10 delegados.



49%

Entre 10 y 20 delegados.



12%

Más de 20 delegados.



2%

Aproximadamente, ¿Cuánto dura de media la visita de un delegado?

Menos de 15 minutos.



10%

Entre 15 y 30 minutos.



60%

Entre 30 y 45 minutos.



24%

Entre 45 y 60 minutos.



4%

Más de 60 minutos.



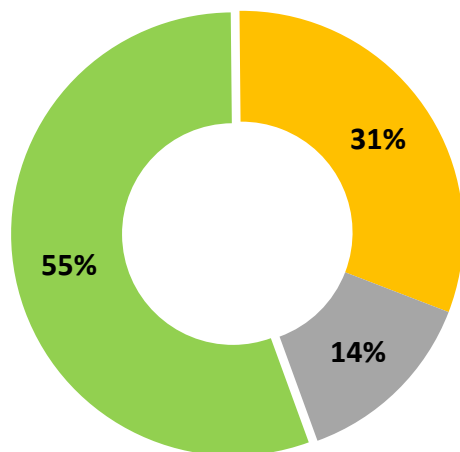
1%

Aumento de las visitas por laboratorio e incremento de los laboratorios

- El 55% de las farmacias opinan que ha aumentado el número de laboratorios que visitan la farmacias, el 40% afirman que también ha incrementado el número de visitas que hace cada laboratorio.

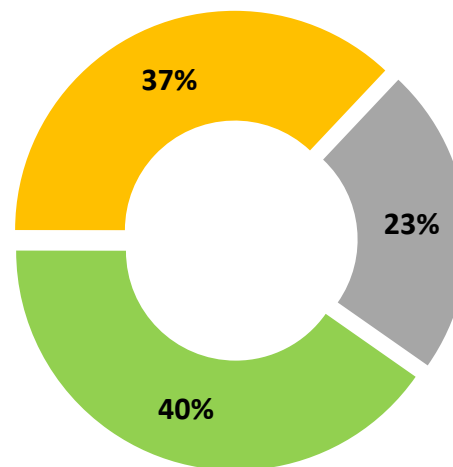
¿Se ha incrementado el número de laboratorios que visitan a la farmacia?

■ Sí ■ No ■ Sigue igual



¿Se ha incrementado el número de visitas por laboratorio?

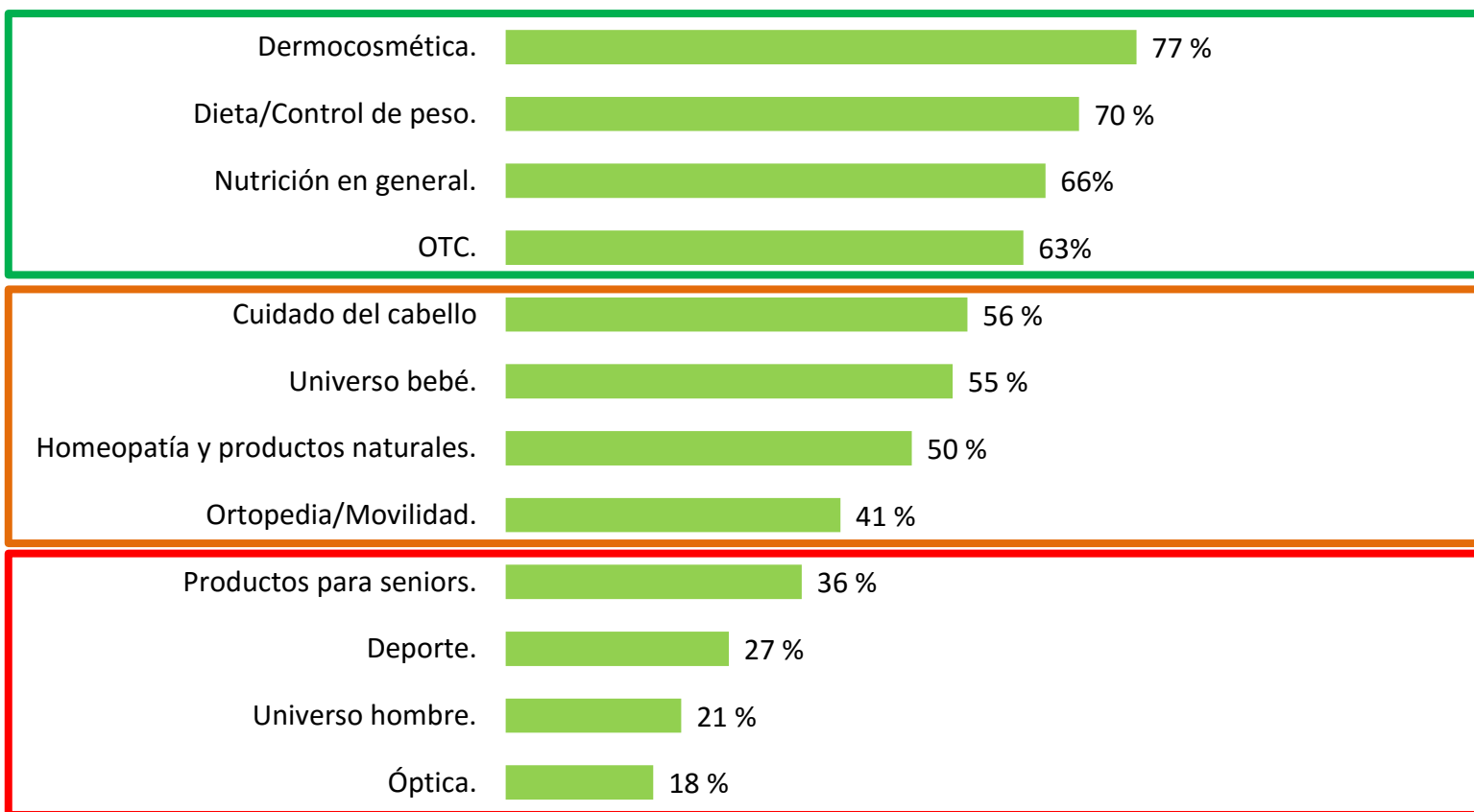
■ Sí ■ No ■ Sigue igual



- **Dermocosmética** ocupa un lugar de referencia junto con **dieta/control de peso** como universos que cuentan con personal especializado. Le sigue la Nutrición en general y OTC.
- Deporte, universo hombre y óptica, ocupan lugares menos relevantes.

¿Cuentan estas familias de productos con personal especializado?

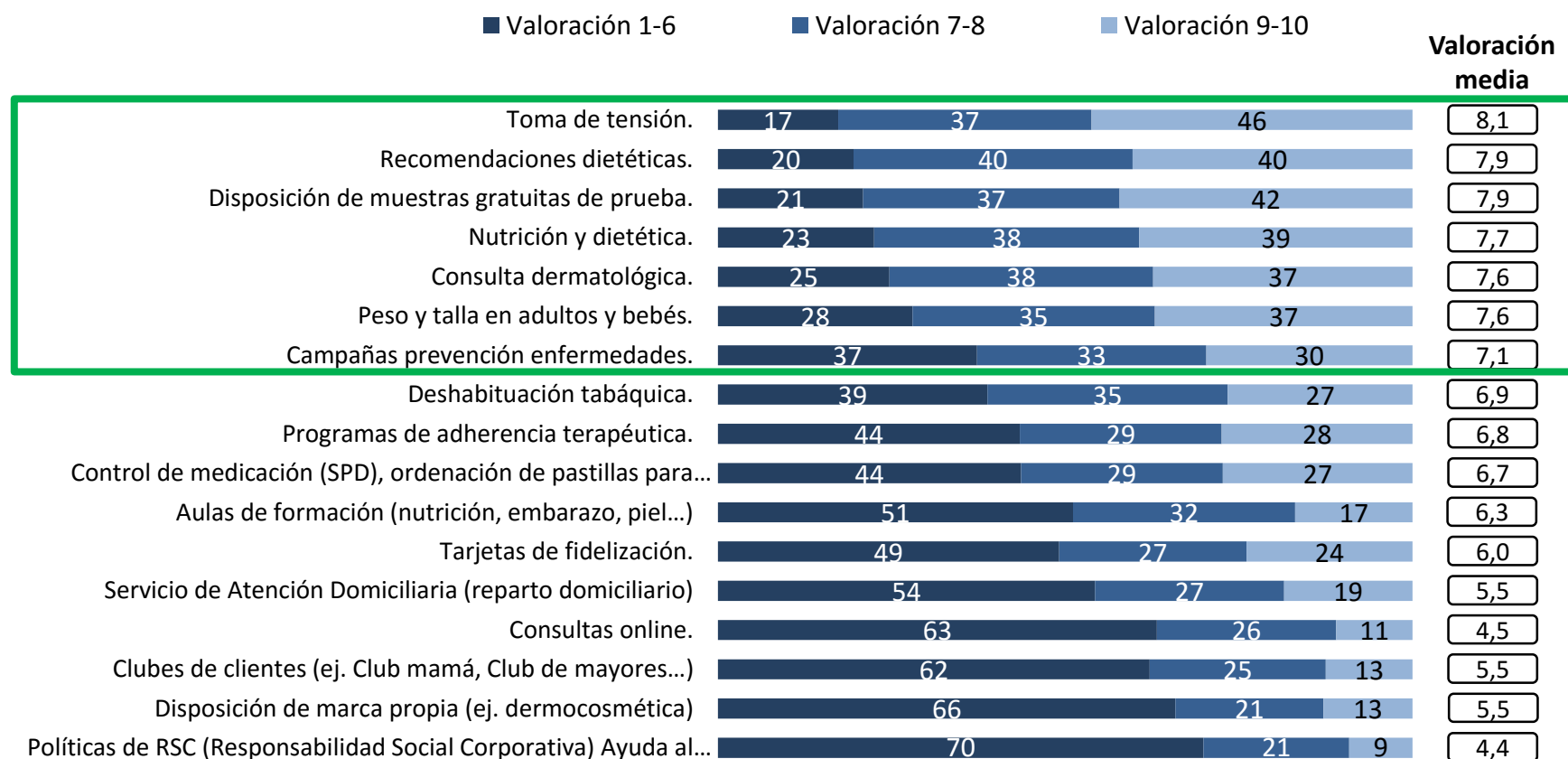
■ Sí



Utilidad de los servicios que ofrece la farmacia

- La toma de tensión, la disposición de muestras gratuitas y la nutrición y dietética son los servicios clave para las farmacias.

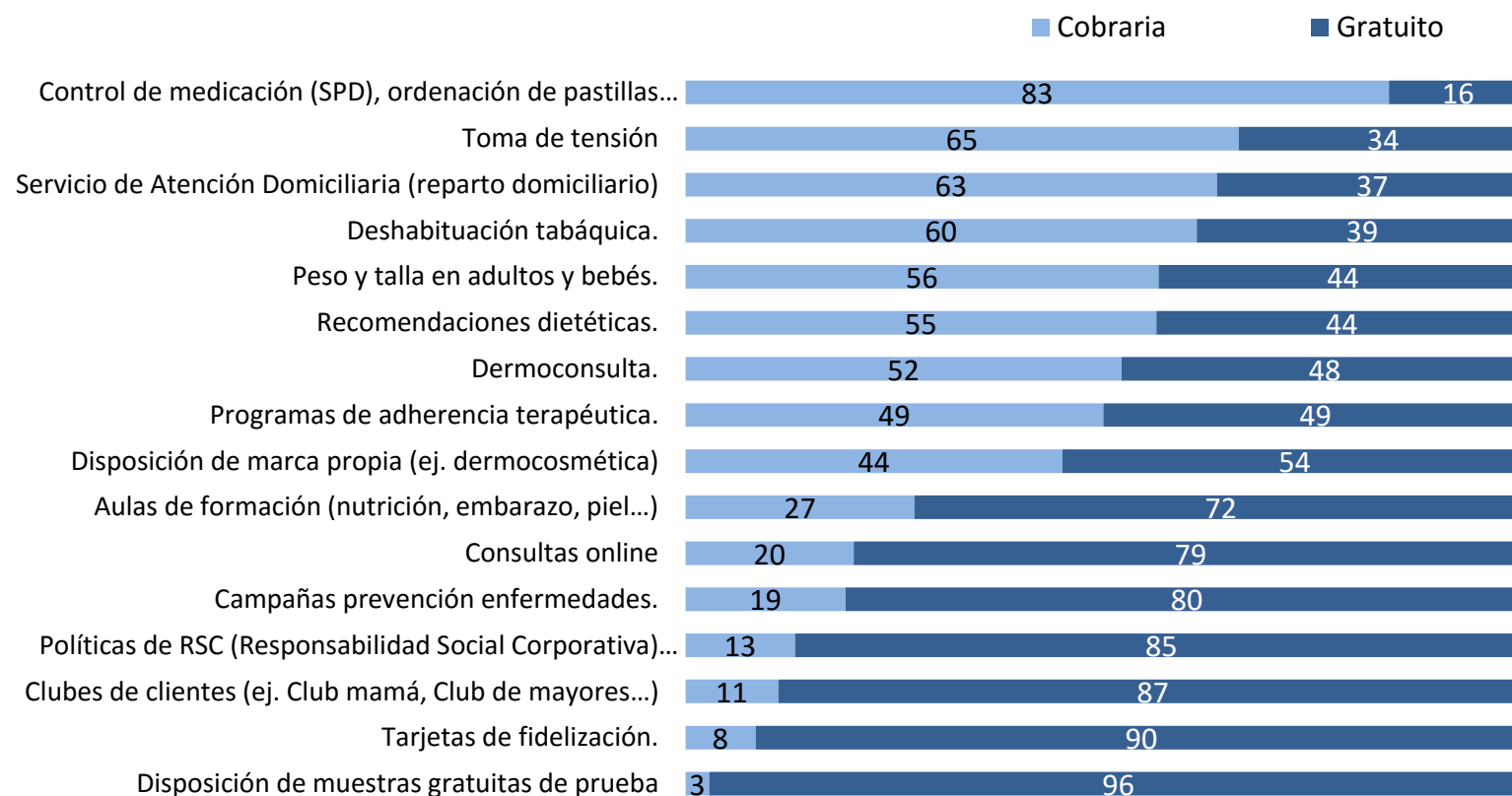
En una escala de 1 a 10. En su opinión, valore la utilidad de los siguientes servicios para el comprador/consumidor (donde 1 es la mínima puntuación y 10 es la máxima)



Servicios que ofrece la farmacia: Cobrar el servicio vs Gratuito

- Para el 83% de las farmacias, el **servicio de control de medicación (SPD)**, ordenación de pastillas para enfermos crónicos debería cobrarse, al igual que la **toma de tensión** (65%) y el **servicio de atención domiciliaria** (63%).

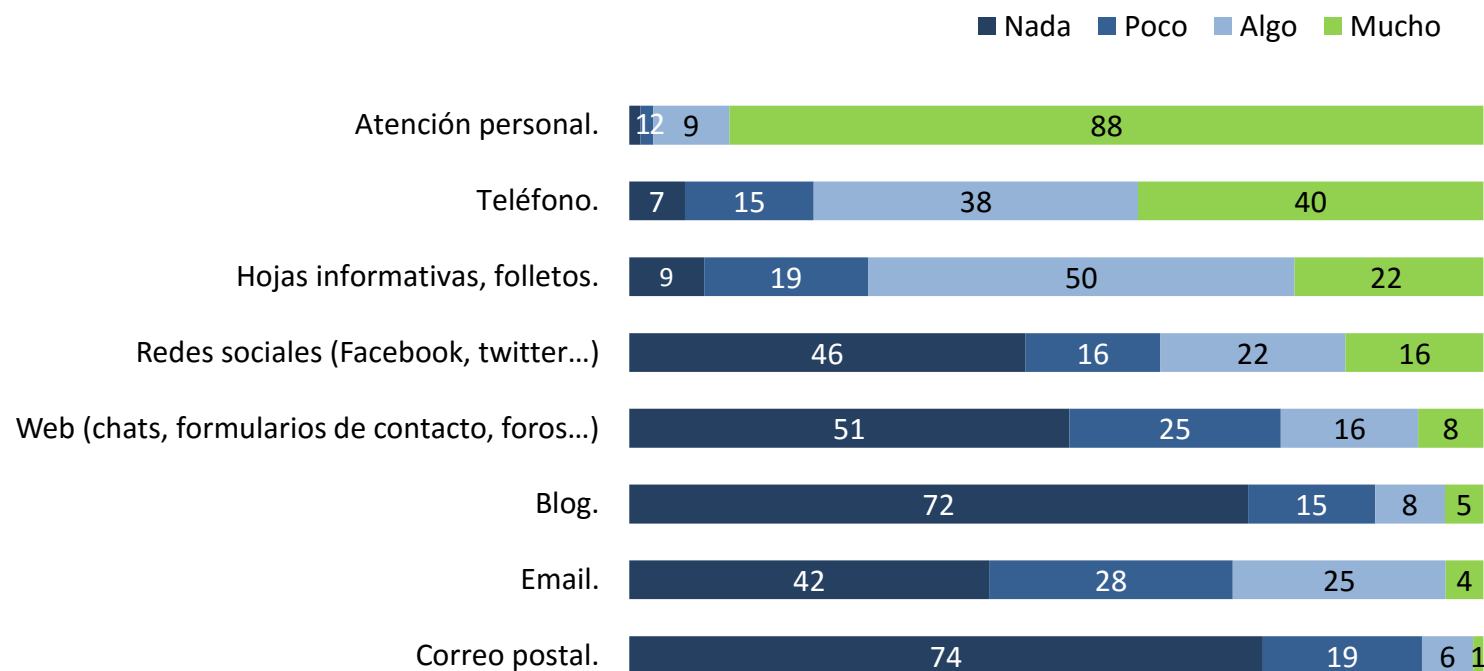
De los servicios mencionados anteriormente, ¿Qué servicios cobraría? ¿Cuáles serían gratuitos?



La atención personal, principal punto de contacto con el cliente

- Para el farmacéutico es clave la comunicación con sus clientes, el **88% prefiere la atención personal como forma de llegar al cliente**. El teléfono también es un canal importante (40% lo utiliza mucho).
- Aunque Internet es un canal en auge, muchas farmacias no lo utilizan como medio para llegar a su clientela, **sólo el 16% utiliza mucho las redes sociales** como forma de comunicación.

¿En qué medida utiliza los siguientes canales de comunicación con la clientela de su farmacia?

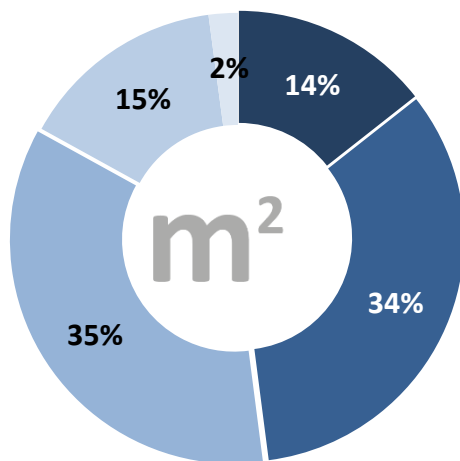


Perfil de la muestra de farmacias participantes

- El 69% de las farmacias participantes tienen un **tamaño entre 30-100 m2**.

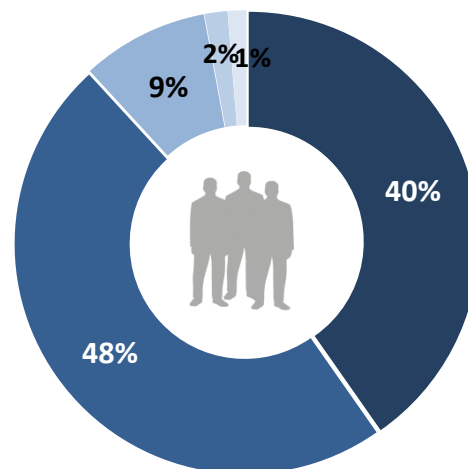
Tamaño farmacia

- Entre 0-30 m2.
- Entre 30-50 m2.
- Entre 50-100 m2.
- Entre 100-200 m2.
- Más de 200 m2.



Trabajadores de la farmacia

- 3 o menos de 3 personas.
- Entre 4 y 6 personas.
- Entre 7 y 9 personas.
- Entre 9 y 12 personas.
- Más de 12 personas.



shopperTec

Insights & Solutions

Avenida Tercera, N°: 6-8
C.P.: 28022 Madrid
Tlf: 91 743 46 91

Avenida Diagonal, 640, Pl.6
C.P.: 08017 Barcelona
Tlf: 93 445 27 41

E-mail: contact@Shoppertec.com
www.Shoppertec.com

