

1. MUESTRA

El trabajo se basa en la realización de 1.006 encuestas en el conjunto del territorio español, distribuidas de acuerdo a criterios demográficos, territoriales, de sexo, de edad, de nivel educativo y de nivel de renta per cápita.

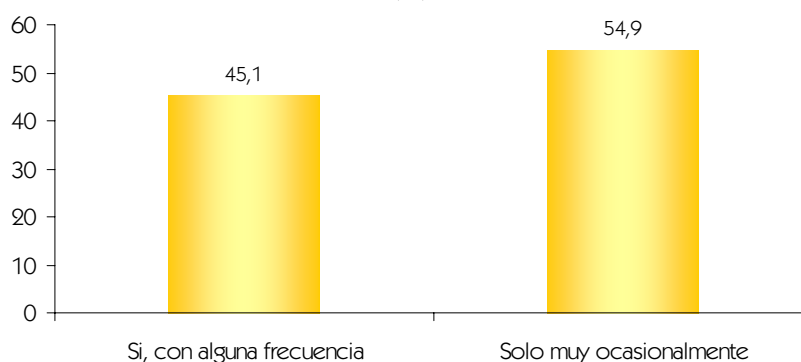
2. CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA

2.1. Frecuencia de uso del servicio

La universalidad de los medicamentos y, en menor medida, de otros productos que se adquieren en la farmacia, hacen que todas las personas entrevistadas sean usuarias de los establecimientos farmacéuticos. Sin embargo, los productos que se adquieren varían de acuerdo con los diferentes factores considerados, es decir el sexo, la edad, la renta, etc.

El uso de los servicios de farmacia es ocasional, aunque existe un elevado porcentaje de personas que los utilizan de manera bastante frecuente, puesto que, junto a los medicamentos, se adquieren productos de higiene, para la infancia, de parafarmacia, de salud que no son medicamentos, etc.

FRECUENCIA CON LA QUE COMPRA EN LAS FARMACIAS (%)

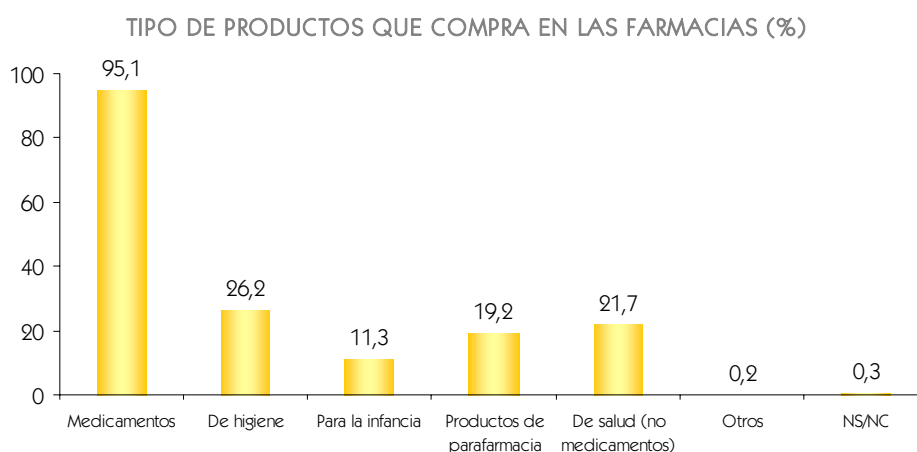


Las mujeres tienden a utilizar con más intensidad el servicio de farmacia, debido a su papel en el hogar y el cuidado de la familia. Asimismo, la frecuencia de uso aumenta con la edad, especialmente a partir de los 60 años,

como consecuencia de la aparición de mayores problemas de salud.

2.2. Tipo de producto adquirido

La compra de medicamentos es el principal motivo para acudir a la farmacia, aunque también se adquieren productos para la higiene personal (26,2%), productos de salud que no son medicamentos (21,7%), de parafarmacia (19,2%) o para la infancia (11,3%).



2

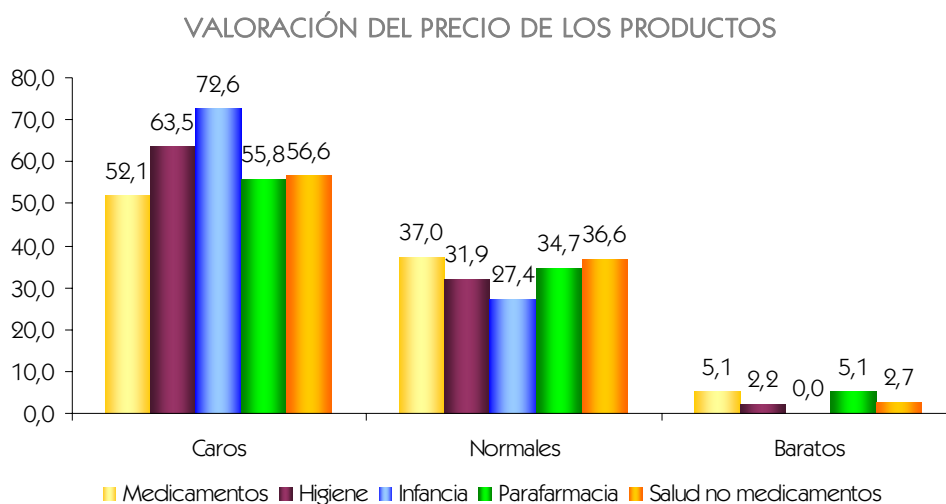
La compra de medicamentos en las farmacias es la situación mayoritaria en todos los casos. Las mujeres muestran una mayor propensión hacia la compra de otros productos, lo que también sucede con las personas de 30 a 39 años, edad en la que se produce de forma mayoritaria el proceso de procreación y cuidado de niños y niñas pequeños. Las personas de 60 o más años son las que adquieren medicamentos en la farmacia en una mayor proporción.

3.

VALORACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO

3.1. Valoración del precio

El precio de los diferentes productos que compran en la farmacia es percibido como caro, aunque los considerados como los menos caros son los medicamentos. Dejando al margen otros productos no especificados, que tienen un nivel de compra muy reducido, los destinados a la infancia son los valorados como más caros (casi tres cuartas partes tienen esa opinión).



La opinión que considera los diferentes tipos de productos como caros es siempre la mayoritaria, frente a los que los valoran como normales o baratos.

3.2. Valoración de las alternativas ofrecidas

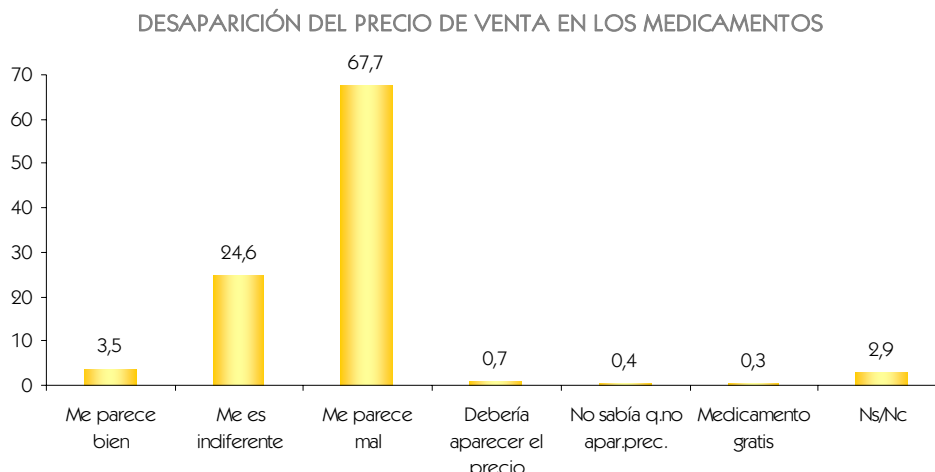
3

Los medicamentos son el único tipo de producto en el que el ofrecimiento de alternativas a los productos demandados se ha producido siempre o casi siempre como principal opción. En el resto de los productos, al margen de que la situación mayoritaria es que no los compran ni los han intentado comprar en la farmacia, predomina la situación de que nunca les han ofrecido alternativas frente a “siempre o casi siempre” o “en ocasiones”.

Además, la gran mayoría (95,5%) de las personas no ha tenido dificultades para encontrar algún otro producto en la farmacia diferente a los considerados (medicamentos, productos infantiles, productos de parafarmacia, productos para la salud distintos de los medicamentos).

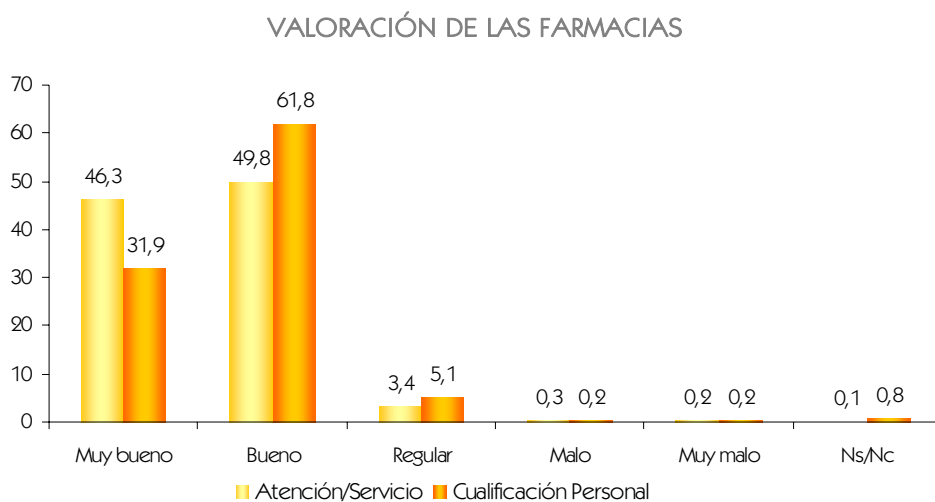
3.3. Valoración de la eliminación del precio en los envases de los medicamentos

La desaparición del precio de los envases de los medicamentos es valorada de forma negativa por dos de cada tres personas, mientras que una cuarta parte es indiferente a este tema y apenas al 3,5% le parece bien. Incluso hay un pequeñísimo porcentaje (0,4%) que no sabía que el precio de los medicamentos no aparece en el envase.



3.4. Valoración de la atención y el servicio recibido

El servicio farmacéutico obtiene una puntuación elevada, lo que indica que se considera que tiene un alto grado de calidad. En efecto, la atención y el servicio recibido obtienen una valoración media de 4,42 puntos sobre un máximo de 5 puntos, mientras que la cualificación del personal farmacéutico se sitúa en 4,26 puntos.



La casi totalidad de las personas manifiestan que el servicio recibido es bueno (49,8%) o muy bueno (46,3%), y apenas existen que lo consideren malo (0,3%) o muy malo (0,2%). Los hombres se muestran algo más críticos (4,34 puntos) que las mujeres (4,49 puntos) al evaluar la atención y el servicio recibido, aunque dentro de una aceptación elevada.

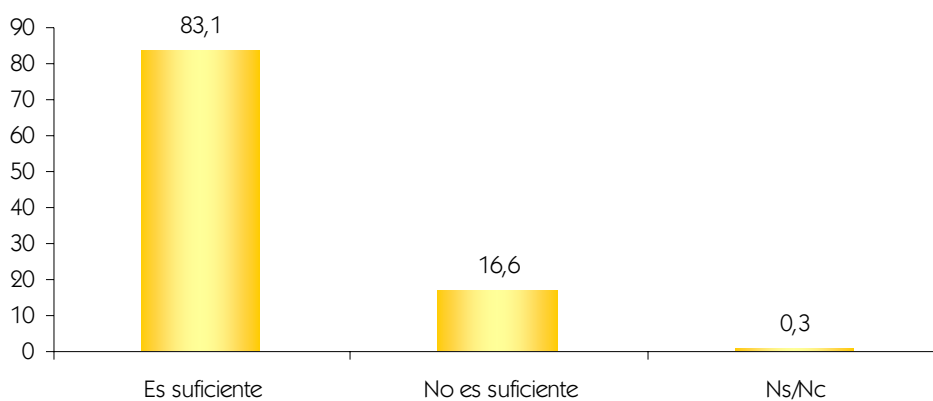
La cualificación del personal farmacéutico también es valorada de forma

excelente, con un mayor predominio de la proporción de las que lo consideran bueno (61,8%) y un 31,9% como muy bueno.

3.5. Adaptación del horario de apertura a las necesidades de las personas

La gran mayoría de las personas considera que el horario de apertura de las farmacias se adapta a sus necesidades (83,1%). Esta opinión tiene un peso algo superior entre las mujeres, probablemente a que es mayor la proporción de hombres para los que esta adaptación a sus necesidades pasa por la compatibilización de su horario laboral con el de farmacia que coincide en ciertos casos. La opinión de que el horario de apertura de las farmacias se adapta a las necesidades de las personas usuarias domina muy claramente.

VALORACIÓN HORARIO DE APERTURA DE LAS FARMACIAS



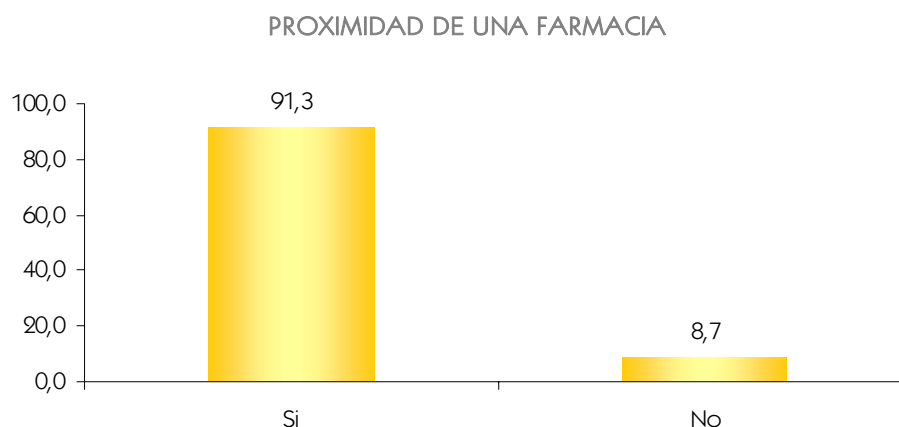
La existencia de farmacias de guardia es la principal razón para considerar que su horario de apertura se adapta a sus necesidades, aunque también tienen cierta importancia la existencia de farmacias que abren las 24 horas del día, el horario en el que abren y que siempre encuentran una abierta próxima a su domicilio, debido a la extensión de la red de farmacias en el territorio.

El reducido porcentaje de personas que consideran que el horario de las farmacias no se ajusta a sus necesidades, señala como principal razón la necesidad de que exista un mayor número de farmacias de guardia. En segundo lugar, consideran que es necesario ampliar el horario en general y, en menor medida, que deberían abrir las 24 horas o que el establecimiento

farmacéutico al que acuden cierra muy pronto.

3.6. Proximidad del establecimiento farmacéutico y disponibilidad de elección

La mayor parte de las personas tienen una farmacia cerca de su domicilio (91,3%). Además, casi tres cuartas partes (72,7%) tienen varias opciones para elegir la farmacia a la que quiere acudir, mientras que una cuarta parte carece de esa posibilidad de elección.



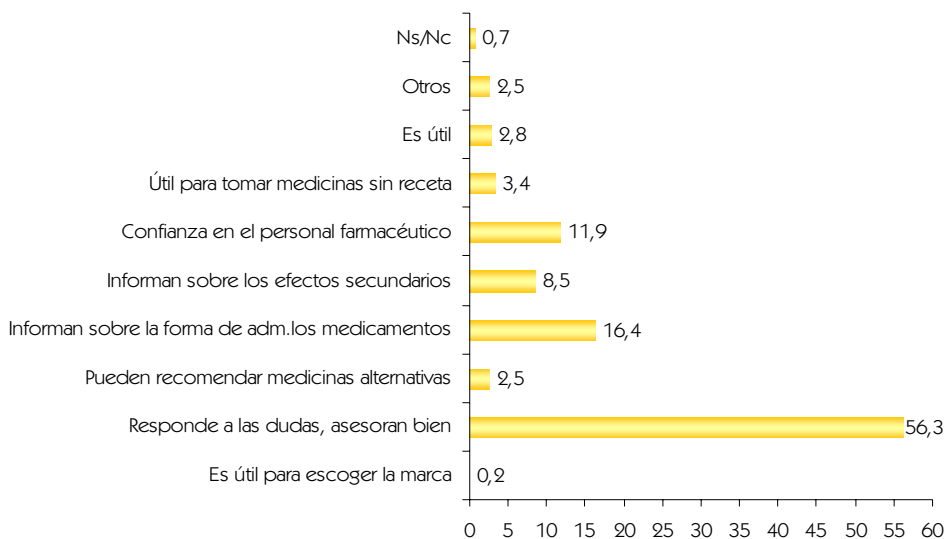
6

3.7. Utilidad de la información requerida sobre los productos que demanda

La gran mayoría (92,9%) considera útil la información que recibe cuando requiere que ésta le sea ampliada sobre un determinado producto. La principal razón para considerar útil la información proporcionada por el personal farmacéutico es que responde a las dudas y les proporciona un asesoramiento. También señalan, aunque tiene menos importancia, que la información recibida les ayuda en la forma de administrar los medicamentos y la confianza que genera el personal farmacéutico, mientras que se sitúa a continuación la información recibida sobre los efectos secundarios.

Por el contrario, las personas para las que la información suministrada por el farmacéutico no les ha resultado útil, señalan, como principal motivo, que no necesitan que le den información. El resto de razones tienen mucha menos importancia, como es que la información la debe dar el personal médico, que es mejor informarse por otras vías, por ejemplo por el prospecto, o que la información recibida es muy técnica y, por tanto, poco útil.

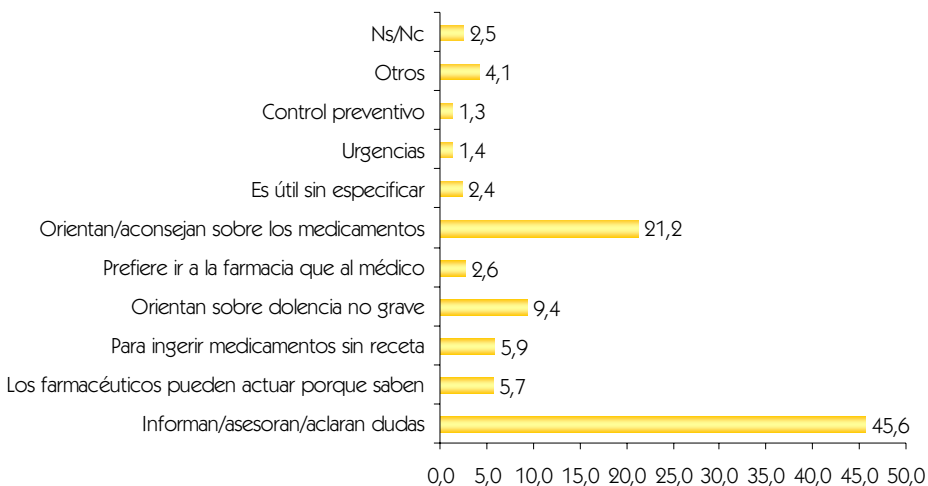
RAZONES POR LAS QUE ES ÚTIL LA INFORMACIÓN QUE LE DAN



3.8. Utilidad de la información para resolver problemas de salud

La mayor parte de las personas considera útil la información que recibe para resolver problemas de salud (60,1%), aunque en este caso aumenta la proporción de aquellas que no la consideran de esa forma (36,4%).

RAZONES POR LAS QUE LA INFORMACIÓN LES AYUDA A RESOLVER PROBLEMAS DE SALUD



Su utilidad se debe a que el personal farmacéutico les informa, les asesora y les aclara dudas y, en menor medida, a que les orientan y aconsejan sobre los medicamentos. El resto de razones tienen mucha menos importancia, aunque la orientación sobre dolencias que no son graves se sitúa en torno al 10,0%. Por el contrario, las personas a las que no les ayuda a resolver sus problemas de salud piensan que el personal médico es quién debe ocuparse de la salud y

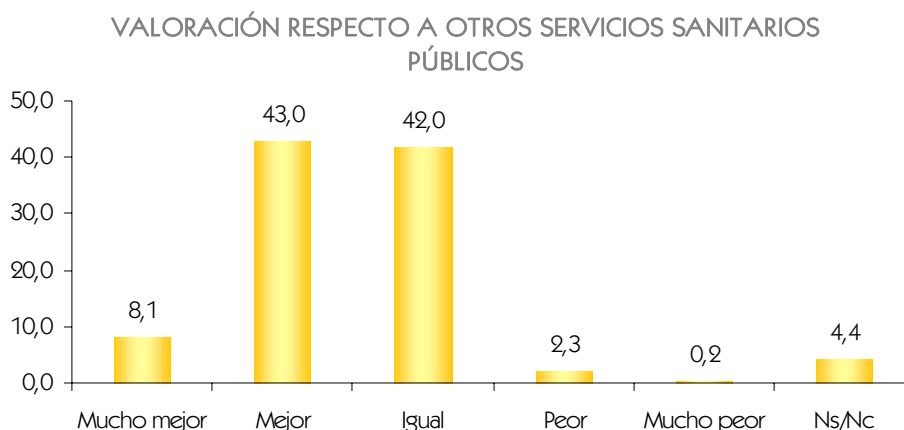
que no hacen ninguna consulta en la farmacia.

Por tanto, existe un alto grado de confianza en la labor de información, orientación y asesoramiento que realiza el personal farmacéutico en las diferentes facetas de su trabajo: suministrar un medicamento ante síntomas de enfermedad sin receta, aconsejar sobre el medicamento o producto más conveniente, atender urgencias, orientación sobre una dolencia no grave, etc.

3.9. Valoración del servicio farmacéutico en relación a otros servicios sanitarios

La mayor parte de las personas consideran los servicios de farmacia mejor (43,0%) o igual (42,0%) que los otros servicios de carácter sanitario. Esto se traduce en una puntuación de 3,59 puntos sobre un máximo de 5 puntos. Existe coincidencia en la valoración que hacen hombres y mujeres, aumentando ésta con la edad, aunque sin diferencias muy significativas.

8



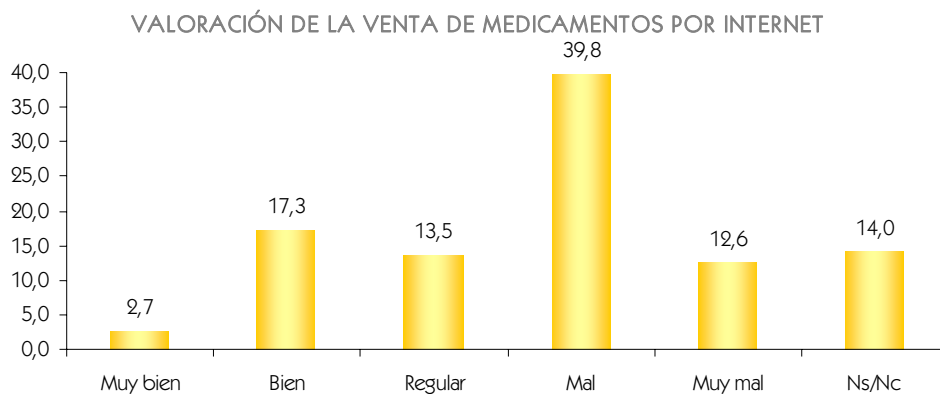
4.

INTERNET COMO CANAL DE VENTA DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS

4.1. Venta de medicamentos por Internet

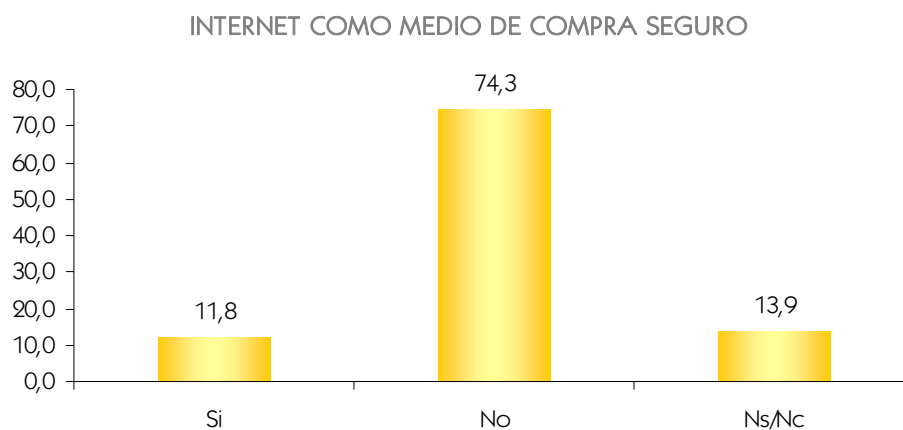
La venta de medicamentos a través de Internet es valorada, sobre todo, como mala (39,8%), mientras que apenas el 2,7% lo considera como muy bien y un 17,3% como bien. La valoración media es de 2,51 puntos, lo que se encuentra a medio camino entre regular y mal. Los hombres tienen una mejor opinión de

esta posibilidad, así como la población más joven, con mayor nivel de estudios y de renta, aunque en general las diferencias son reducidas y en ningún caso llega a regular (3 puntos).



4.2. Internet como medio seguro para la venta de medicamentos

El 74,3% de las personas considera que Internet no es un medio seguro para la venta de medicamentos frente al 11,8% que lo considera seguro. La proporción de hombres que considera Internet como un medio seguro casi duplica a la de mujeres, lo que confirma la tendencia de éstas a ser más cautas al valorar aspectos relativos a los medicamentos, así como, posiblemente, un menor conocimiento medio de internet.



Las personas de menor edad son, por lo general, más proclives a considerar Internet como un medio seguro para la venta de medicamentos. Además son las que tienen una opinión más formada sobre este tema, mientras que casi dos quintas partes de las personas de 60 y más años no opinan sobre esta cuestión.

La principal razón para considerar Internet como un medio seguro es que es usado para otras compras, sin que hayan existido problemas hasta el momento (2,8% del total de la muestra). A continuación se sitúa la opinión de que depende de quién sea el vendedor (2,5% del total de la muestra) y que Internet ofrece ciertas ventajas, como la facilidad de compra, la rapidez, la fiabilidad, etc. (1,8% del total de la muestra). Otros motivos menos importantes son que, tarde o temprano, todo estará en Internet y que ya se puedan comprar medicamentos por Internet, así como la existencia de controles de seguridad.

Por el contrario, las personas que consideran que Internet no es medio seguro para la venta de medicamentos señalan tres razones principales (en torno al 15,0% de la muestra total): que prefieren ir a la farmacia, ya que en Internet no hay profesionales, que en Internet se pueden producir engaños y que no existen controles y que Internet es inseguro en general, sin especificar más razones. El resto de razones tienen menos importancia, como que no existan controles sanitarios, la necesidad de ver el producto que se compra, que se desconozca a la entidad vendedora, la posibilidad de que se vendan productos perjudiciales o la desconfianza para dar los datos personales.

5.

MEJORA DEL SERVICIO

La principal prioridad para la mejora del servicio es que figure de nuevo el precio de los medicamentos en los envases (66,0%). A continuación, aunque con un peso en torno a la mitad del anterior, se sitúan tres elementos: incrementar los niveles de intimidad, aumentar la disponibilidad de medicamentos y que la atención sea más personalizada. El resto de aspectos tienen un peso muy reducido, pues en ningún caso supera el 3,0%. Por su parte, un 7,5% considera que no es necesario introducir ninguna mejora, lo que indica un grado de plena satisfacción con los servicios que ofrecen las farmacias en la actualidad.

POSIBLES MEJORAS DEL SERVICIO FARMACÉUTICO

