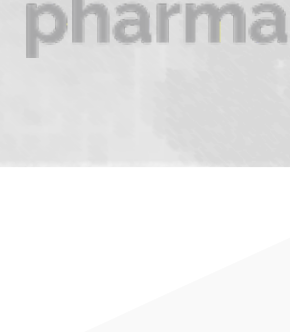


IV ESTUDIO PATIENT DIGITAL TOUCHPOINTS 2024

Categoría OTC | Abril 2024

by Elogia



Perfil del Paciente

Género



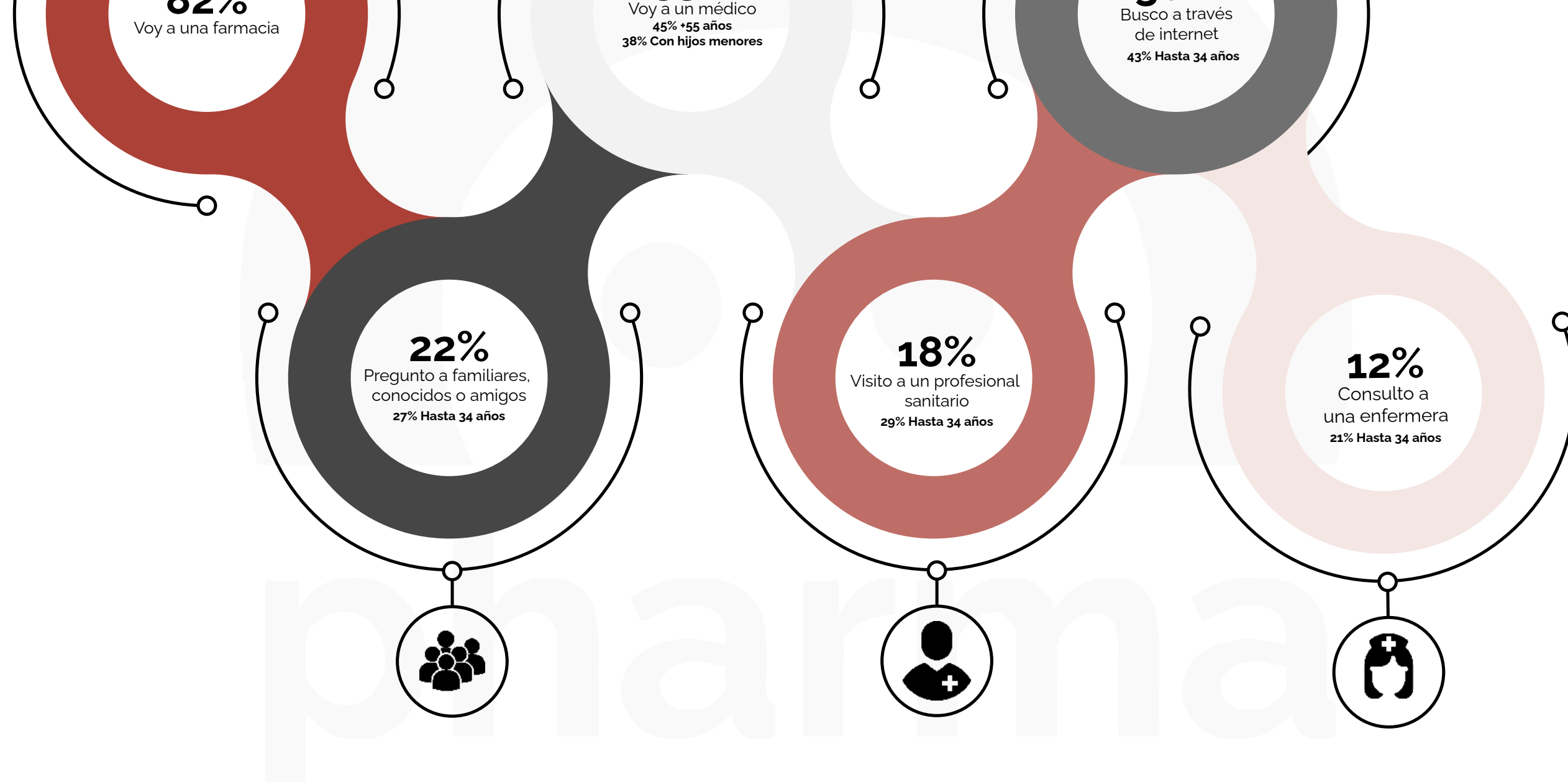
Edad

Promedio: 44 años



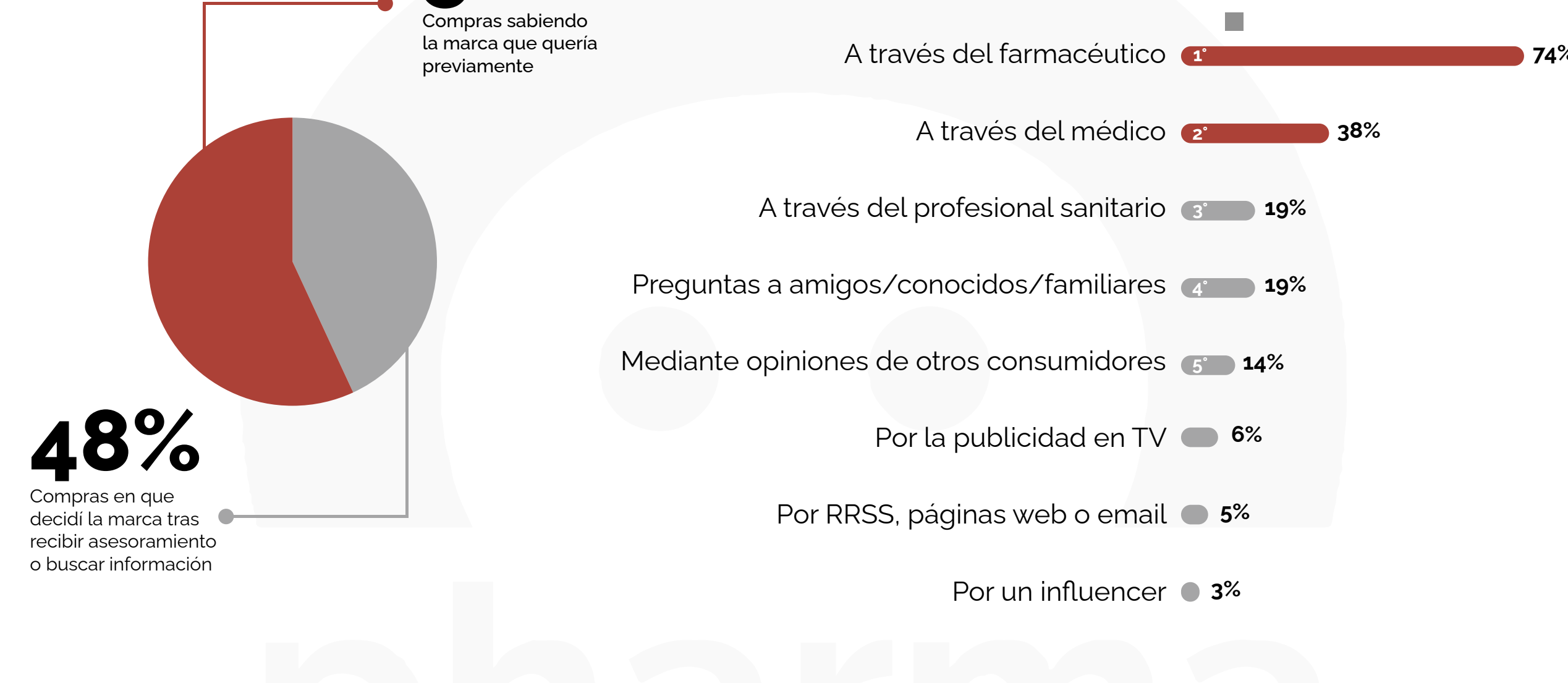
Canal búsqueda información

La **farmacia** sigue siendo el principal canal de búsqueda de información en la categoría de productos OTC, bastante por delante del **médico e internet**. Este año el médico consigue el segundo puesto, que el año pasado tenía Internet.



Elección de marcas

La mitad de las compras de medicamentos de venta libre sin receta se hacen sabiendo previamente la marca que quieren, especialmente los usuarios más senior (58%).



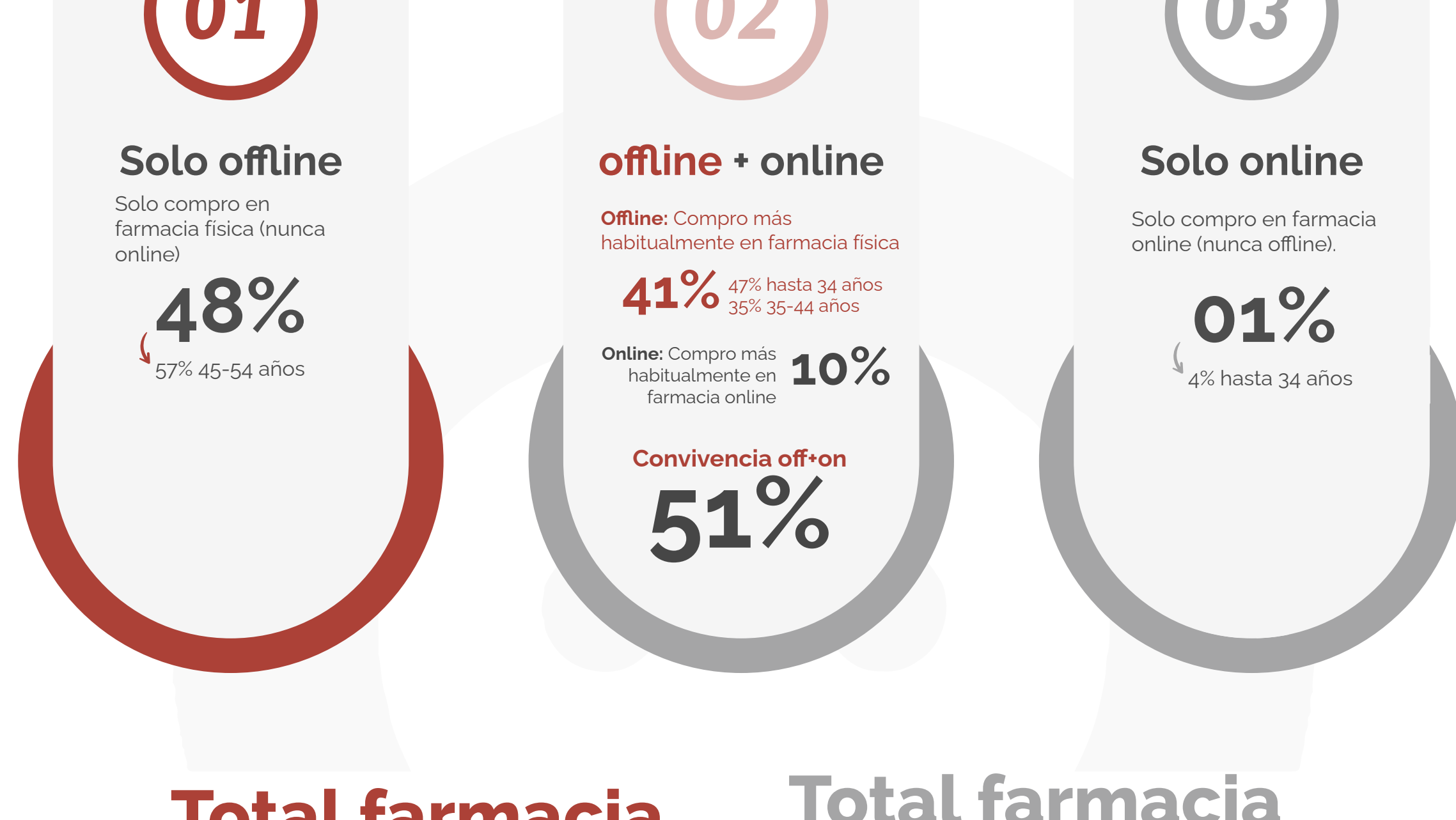
Canal de compra

De cada 10 compras de medicamentos, el 82% de los pacientes dicen realizarlas en farmacias físicas, mientras que el resto dice hacerlo en farmacias online.

La **farmacia física** se mantiene como el principal canal para la compra de medicamentos sin prescripción médica.



Convivencias de canales



Total farmacia física 89%

Solo en física + Habitualmente en física

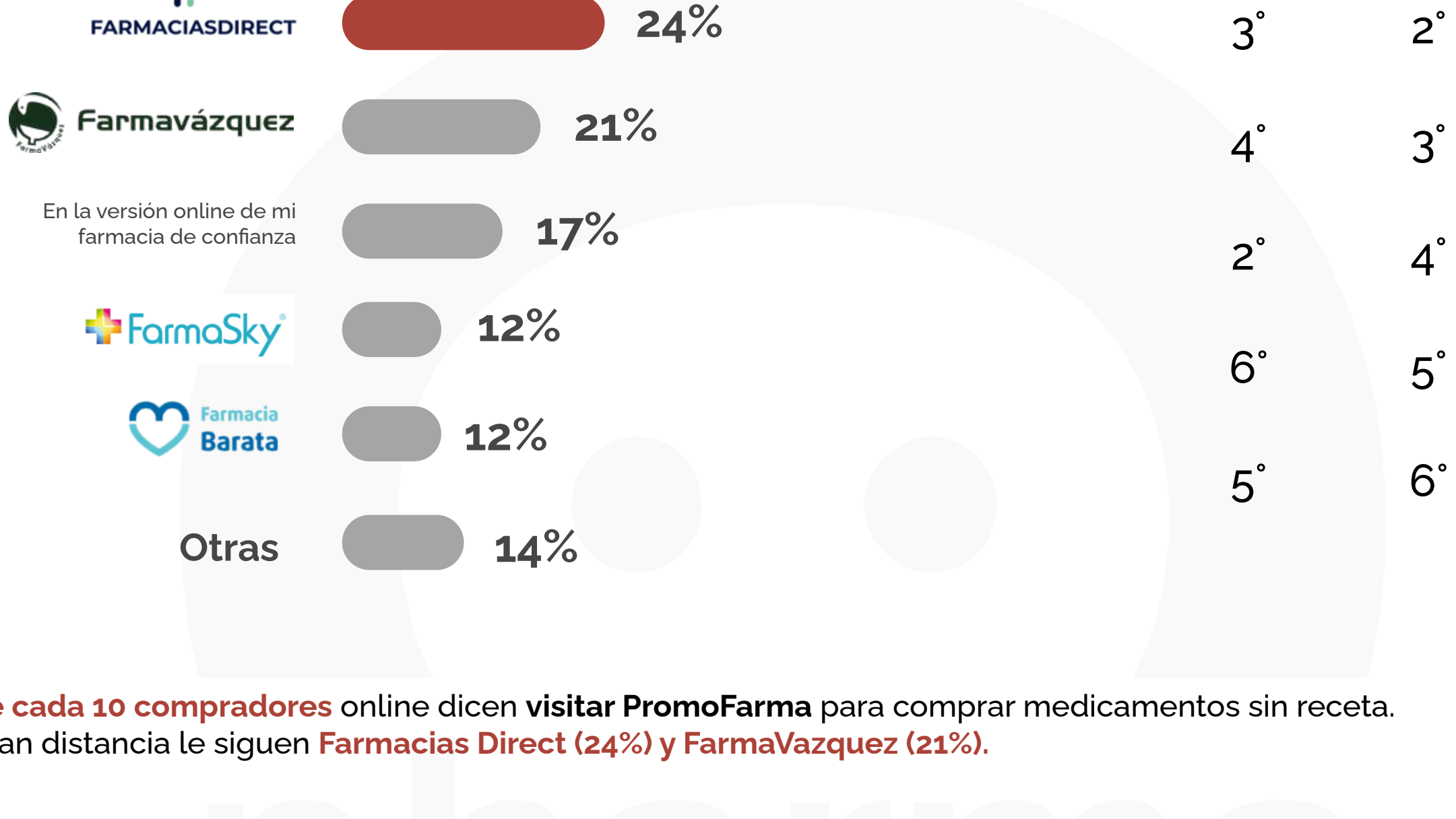
Total farmacia online 52%

Habitualmente en física + Habitualmente online + Solo online

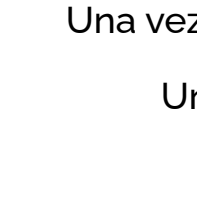


Canal de compra

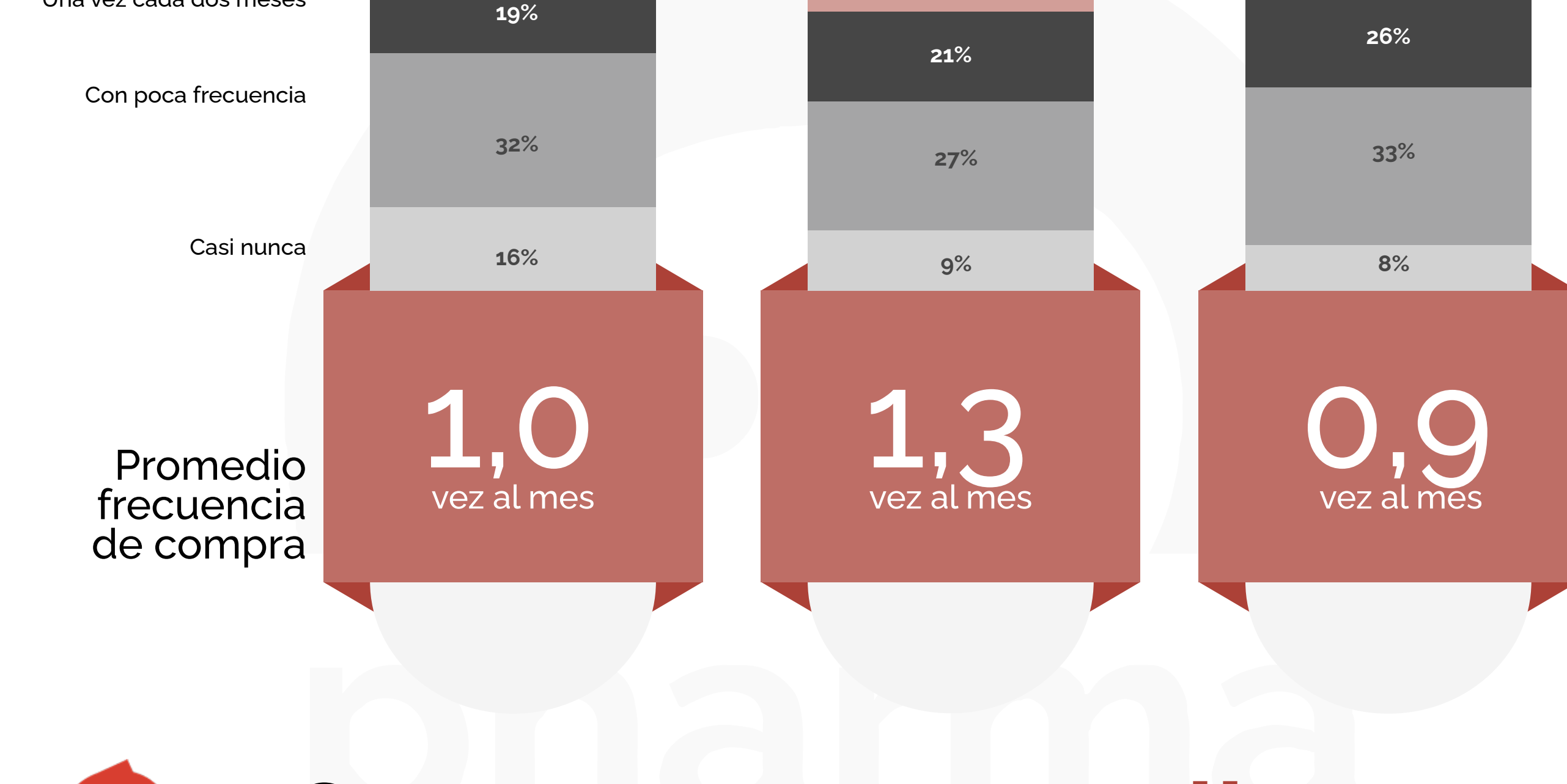
Farmacias online



6 de cada 10 compradores online dicen visitar PromoFarma para comprar medicamentos sin receta. A gran distancia le siguen Farmacias Direct (24%) y FarmaVázquez (21%).

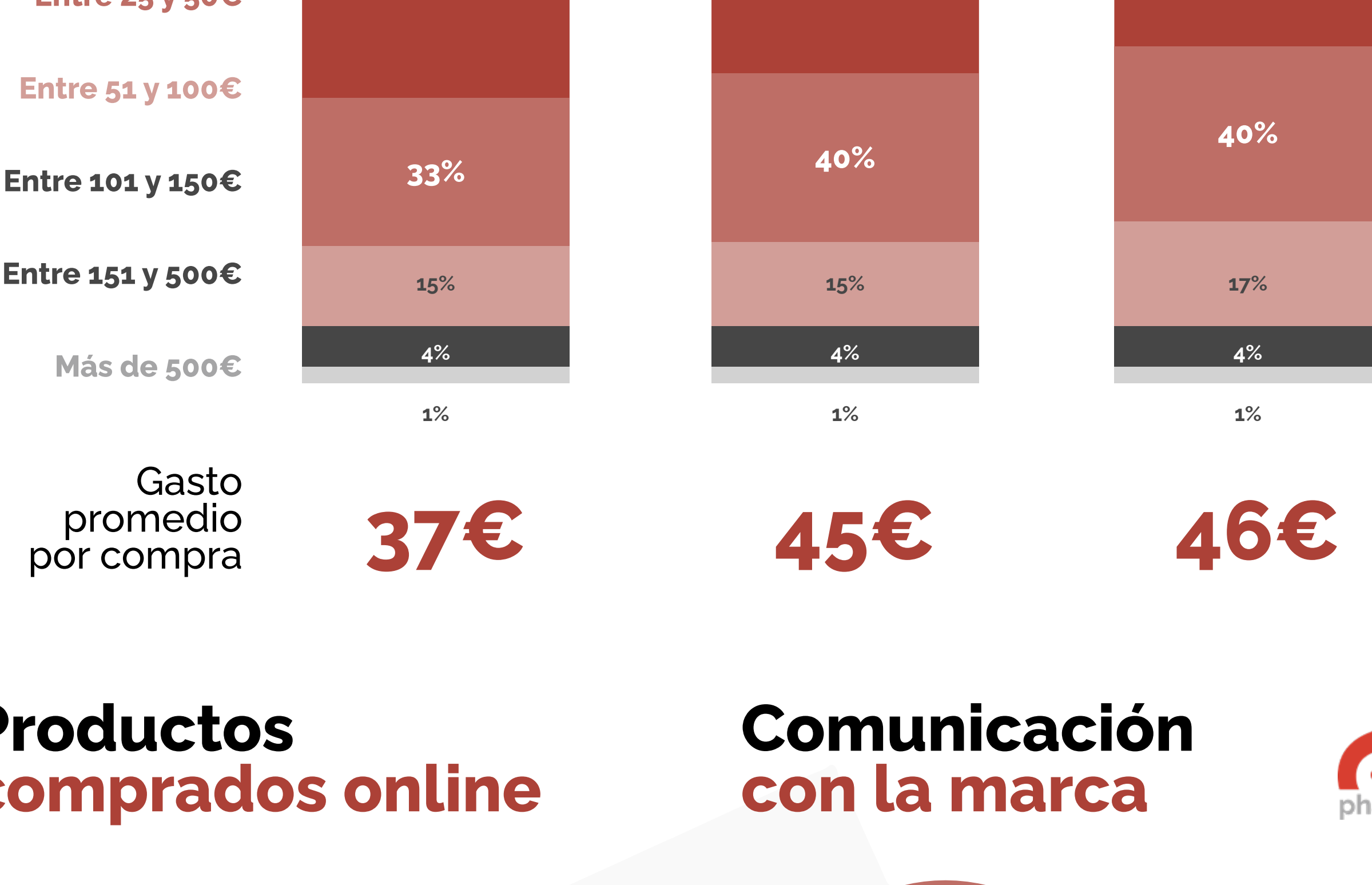


Frecuencia de compra online



Gasto por compra online

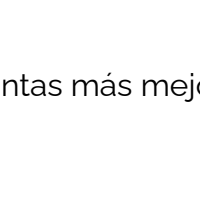
Los compradores online de medicamentos sin receta han incrementado algo su gasto promedio desde 2023 (de 37€ en 2022 a 45€ en 2023), alcanzado en 2024 los 46€ de media por compra.



Productos comprados online



Comunicación con la marca



Redes sociales



Redes sociales | Contenidos

¿Qué contenidos se esperan encontrar en RRSS?

