

PERFIL DE PACIENTES Y HÁBITOS DE CONSUMO EN UNA OFICINA DE FARMACIA, 150 AÑOS DESPUÉS

*GIMENEZ ZURIAGA MA.; **GIMENEZ MUÑOZ MP.; **GIMENEZ MUÑOZ MR.; **MUÑOZ ESPILEZ, MF; *GARCÍA GARCÍA, J.

* Farmacia M. Giménez Zuriaga. Teruel. * *Farmacia MF. Muñoz Espílez. Teruel

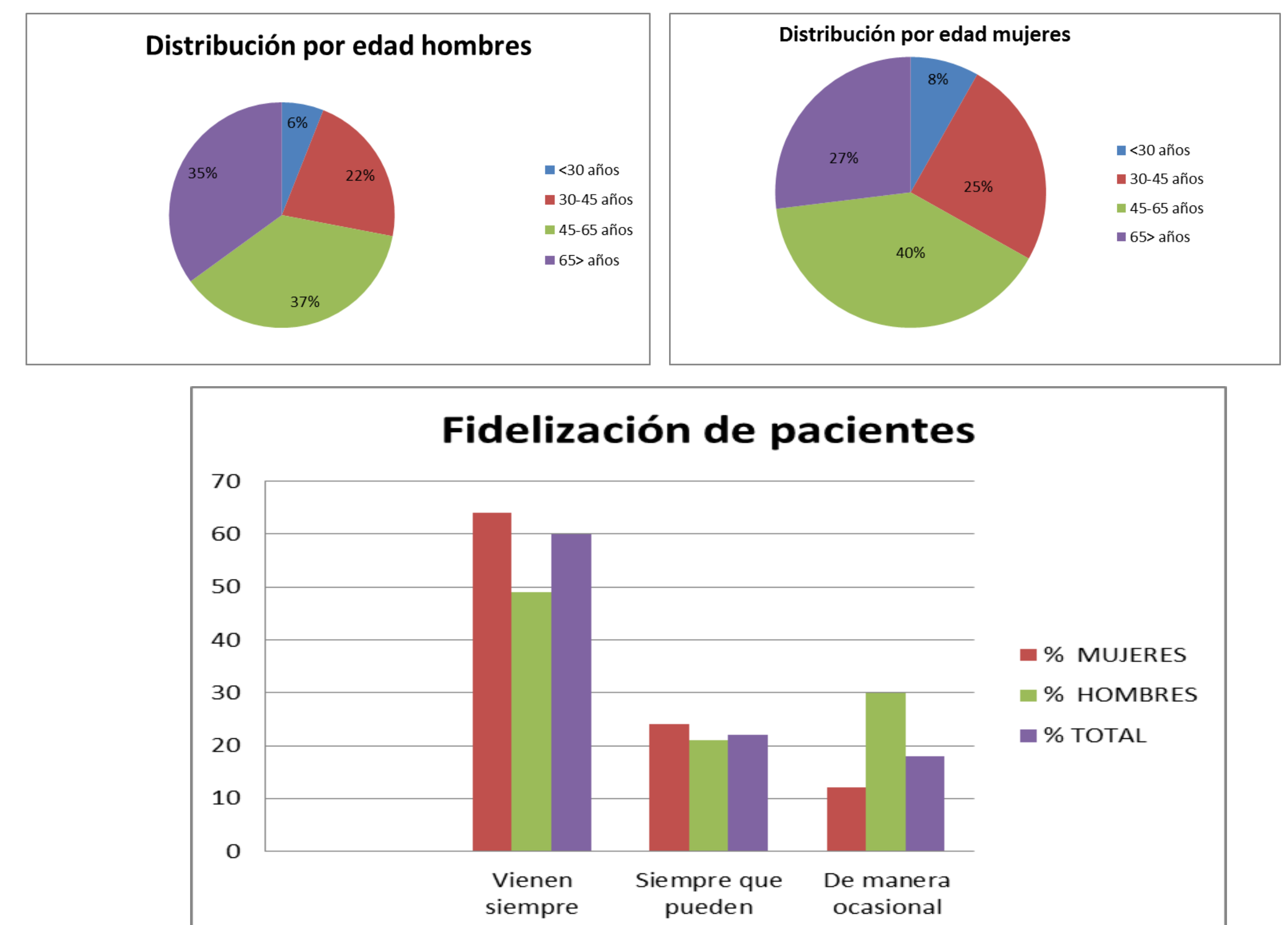
OBJETIVOS:

En una farmacia con más de 150 años de antigüedad, y con el objetivo de mejorar la calidad de nuestra atención e implantar nuevos servicios, se decidió medir los pacientes que eran atendidos diariamente, diferenciando hombres de mujeres y conocer si existen diferencias en los hábitos de consumo, rangos de edad, fidelización y grado de satisfacción con la atención recibida.

MATERIAL Y METODOS

Una entrevistadora ajena a la farmacia encuestó a todas las personas a la salida de la misma.

RESULTADOS



RESULTADOS:

- Se han entrevistado 209 pacientes, siendo mujeres el 75,6 % de los mismos. Todos ellos manifestaron estar muy satisfechos con la atención recibida.
- El 34 % de los encuestados sólo retiró medicamentos con receta financiada, el 33 % medicamentos de venta libre y el 9 % ambos tipos. 18 % retiraron productos de parafarmacia, 2 % medicamentos financiados y otros productos de parafarmacia. El 2 % de los entrevistados retiraron tres categorías de productos. El 1 % dermocosmética (mujeres el 2,8%) y otro 1 % medicamentos y dermocosmética.
- A la pregunta de en qué canal compra la cosmética, el 39 % respondió que en perfumerías, el 35 % en farmacia, el 19 % en grandes superficies y el 7 % en otros canales.
- Por edades, los hombres mayores de 65 años son el 35 %, mientras que de las mujeres solo el 27 %.
- En relación a la fidelización, 60 % de los entrevistados manifestaron venir siempre a esta farmacia, 22 % siempre que pueden y el 18 % de manera ocasional. Separado por sexos, 64 % de las mujeres vienen siempre, 24 % siempre que pueden y el 12 % de manera ocasional.
- El 49 % de los hombres vienen siempre, el 21% siempre que pueden y el 30 % de manera ocasional.

CONCLUSIONES:

- Todos los entrevistados están muy contentos con la atención recibida.
- Solo un tercio de los encuestados retiraron únicamente medicamentos con receta financiada, un indicador optimista sobre las grandes posibilidades de las oficinas de farmacia.
- En dermocosmética es donde tenemos una gran oportunidad de mejora, ya que los clientes manifiestan comprarla mayoritariamente en perfumerías, muy seguido de Oficina de farmacia, .
- Dada la elevada edad de los pacientes, nos debemos plantear introducir servicios dirigidos a este sector poblacional.
- La fidelización es muy elevada, más de la mitad de los encuestados vienen siempre a esta farmacia, lo que teniendo en cuenta la cercanía de otras farmacias, indica un extra de atención y valor añadido.