



PARACETAMOL

REPORTE DE CATEGORÍAS 2020

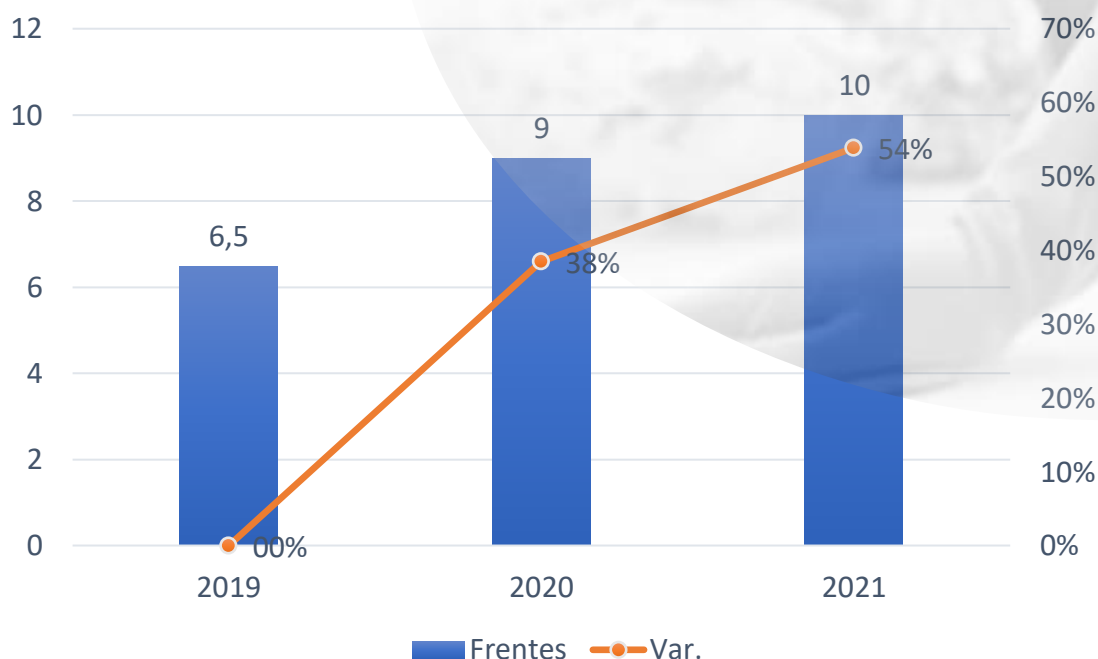
2020/2021

ANÁLISIS DE LA CATEGORÍA

El consumo de paracetamol viene experimentando una tendencia alcista de consumo desde 2019, logrando un aumento promedio de 6,5 p.p.. Los motivos principales que potenciaron su consumo, según la Confederación Farmacéutica Argentina (COFA), fueron el contexto de COVID-19, postergación de tratamientos médicos y su combinación con otros fármacos que actúan sobre el sistema nervioso central.

En este sentido, el aumento del nivel de consumo generó a un mayor nivel de exhibición en las farmacias de todo el país. La exhibición de esta categoría, en líneas generales, se encuentra detrás del mostrador, siendo el farmacéutico el principal asesor de compra de la marca.

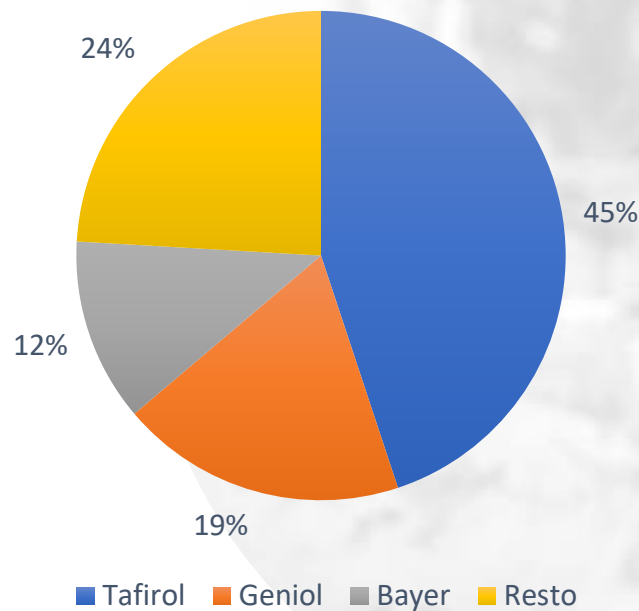
Evolución de Exhibición



El espacio asignado a Paracetamol pasó de 6,5 frentes, a nivel nacional en 2019, a casi 9 frentes en 2020 (+38,5% vs 2019) y 10 frentes en 2021 (+53,8% vs 2019).

Con respecto a las marcas que integran este medicamento de venta libre, se destacan fuertemente Tafirol, Geniol y Bayer. Cabe señalar que existe un sector atomizado de marcas con mayor orientación al “genérico”.

Distribución de marcas en Paracetamol



Dada la cantidad de marcas que participan dentro del sector, y el acotado espacio que tienen detrás del mostrador, la comunicación de marca es sumamente importante a la hora de la decisión del consumidor. La comunicación vía POP cumple un rol central para orientar al comprador a buscar la marca que desea llevar, salvo que pida asesoramiento al farmacéutico.

Distribución de materiales POP



La comunicación principal de marca en las farmacias, por su fácil implementación y target de exhibición, se centra en las cenefas. Este es un material que permite blindar frentes y, a su vez, captar visualmente la atención del Shopper. El resto de los materiales se componen de glorificadores/exhibidores/calcos/otros tipos de pop, cuya implementación requiere un paso previo de negociación en la farmacia, por lo que resulta muy importante aquí, fortalecer la relación con el encargado.

El 2022, con la presente variante Omicron, traerá nuevos desafíos a la Categoría, en donde nuestro pronóstico marca que el consumo de Paracetamol profundizará su tendencia alcista. En este contexto, la correcta implementación en la farmacia cumplirá un rol central, donde aquel que blinde el espacio, construya relación con el farmacéutico y comunique de manera clara su marca potenciará su volumen comercial. Estas variables que se nombran previamente, deben tener un marco permanente de monitoreo basado en Business Intelligence. ¿ya tenés definido quién va a ser tu guardián de ejecución comercial?



Business Intelligence

CONTACTO:

Consultas:

info@intellitradestore.com

Comercial:

comercial@intellitradestore.com

Administración:

urruyp@intellitradestore.com

