



Pesquisa Comportamental

“PERCEPÇÃO DO CONSUMIDOR SOBRE VENDA DE MEDICAMENTOS”

Relatório

Em 2026, o Procon-SP completa 50 anos de atuação na defesa do consumidor no Estado de São Paulo, trajetória marcada pela realização contínua de ações voltadas ao acompanhamento das relações de consumo como a produção regular de pesquisas e informações técnicas. Este relatório apresenta dados e análises elaborados no âmbito dessa atividade.

Introdução / Objetivo

Despesas com medicamentos, na maioria das vezes, consomem grande parte da renda. Nesse sentido, acompanhar o comportamento do consumidor nesse segmento do mercado é primordial, com o objetivo de analisar os fatores que guiam a escolha do consumidor, tais como: preço, influência da publicidade e risco de automedicação, confiança na marca (referência x genérico), canais de aquisição de medicamentos (lojas físicas tradicionais, aplicativos e farmácias online), conhecimento sobre o Preço Máximo ao Consumidor (PMC), segurança quanto aos dados pessoais, etc.

Diante disto, o Núcleo de Pesquisas da Diretoria de Estudos e Pesquisas da Fundação Procon-SP elaborou mais uma pesquisa visando identificar comportamentos e opiniões dos consumidores no que diz respeito a venda de medicamentos.

Os resultados desta pesquisa também foram comparados com os resultados da pesquisa realizada em 2025.

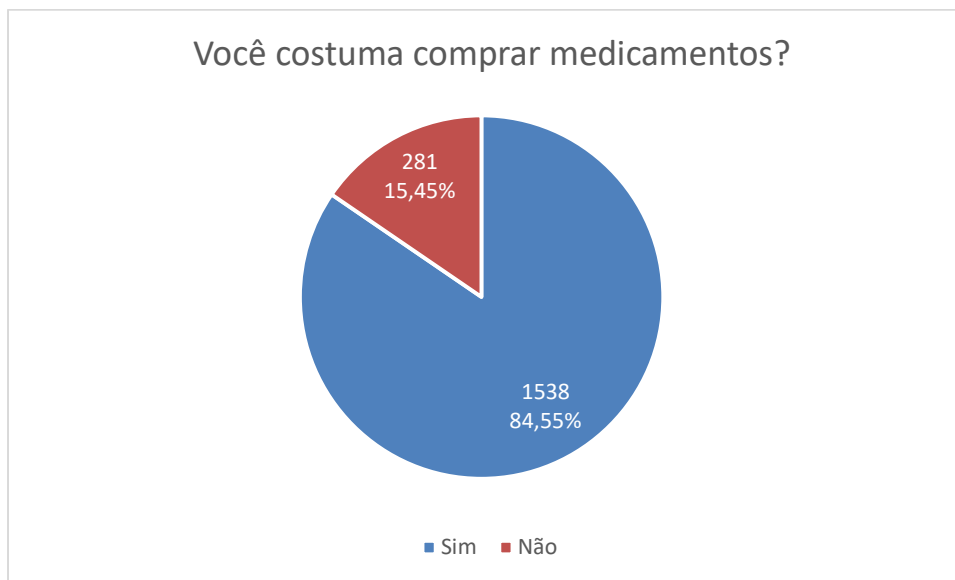
Metodologia

As informações foram obtidas pela aplicação de questionário estruturado, via internet (site da Fundação Procon-SP), no período de 04 a 29/05/26. O questionário foi constituído por vinte e duas questões fechadas de múltipla escolha, incluindo as do perfil do entrevistado que compra medicamentos.

Responderam à pesquisa 1819 pessoas.

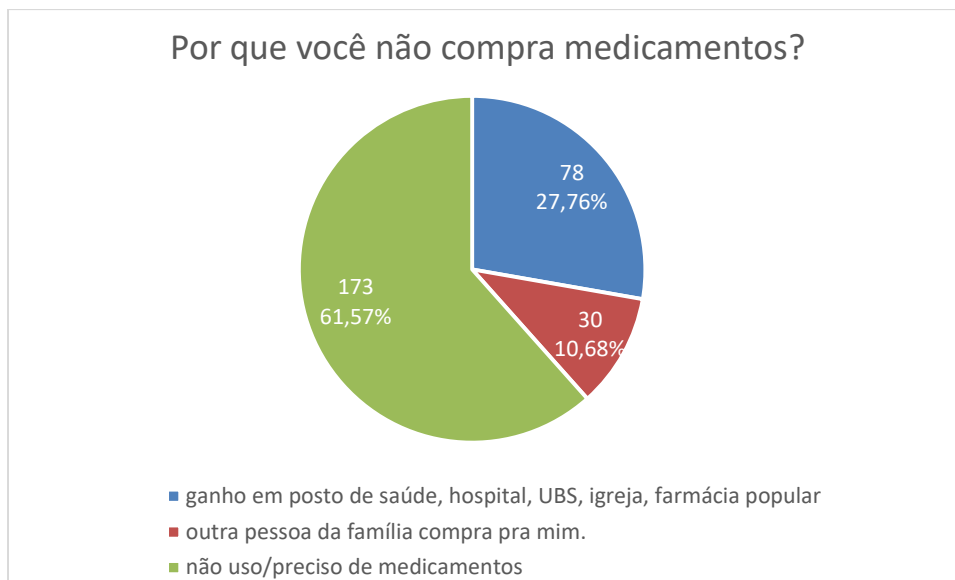
A seguir os resultados.

Resultados



Base: 1819 entrevistados

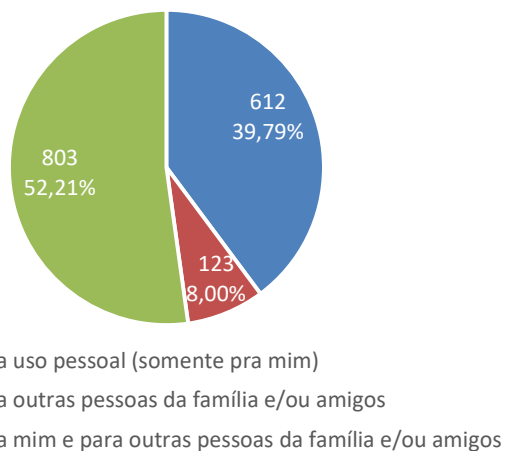
Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP



Base: 281 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

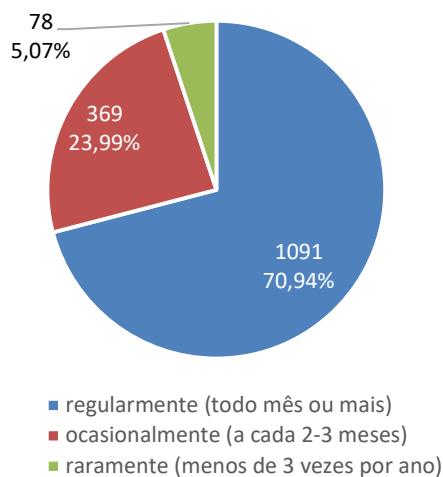
Para quem você costuma comprar?



Base: 1538 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

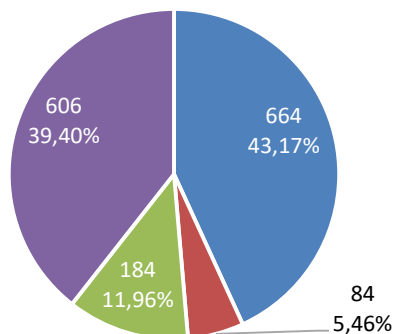
Com que frequência você compra medicamentos?



Base: 1538 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

Onde você costuma comprar medicamentos com mais frequência?



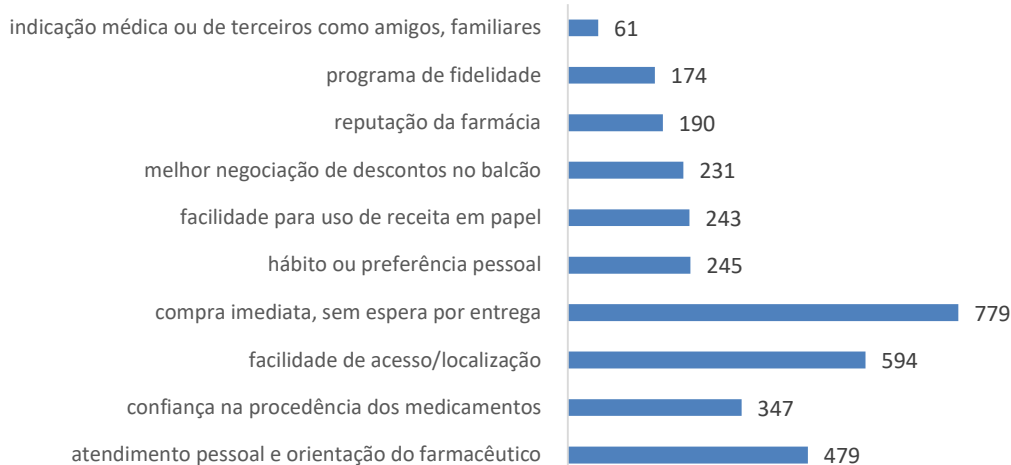
- farmácias e drogarias físicas de grandes redes
- farmácias e drogarias físicas independentes
- farmácias e drogarias online
- em ambas, tanto nas farmácias e drogarias físicas como nas online

Base: 1538 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

Quando você opta por comprar medicamentos em farmácias físicas, quais são os principais motivos?

Permitia apontar mais de uma alternativa.

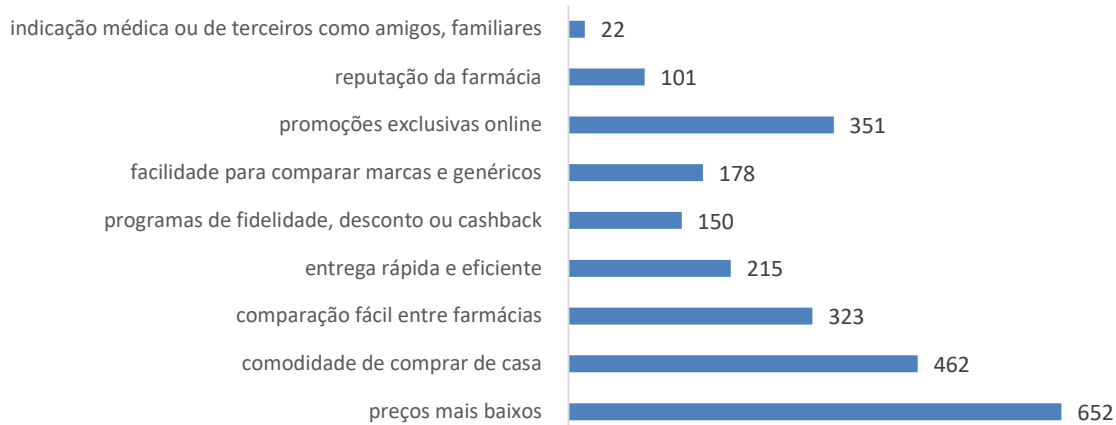


Base: 1354 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

Quando você opta por comprar medicamentos em farmácias online, quais são os principais motivos?

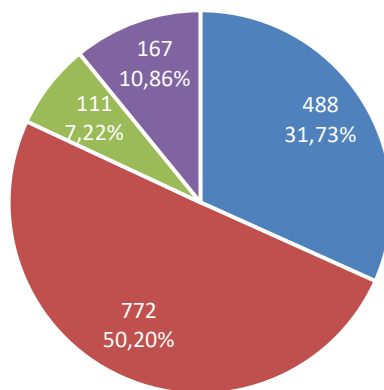
Permitia apontar mais de uma alternativa.



Base: 790 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

Quando precisa de um medicamento com prescrição, você costuma:

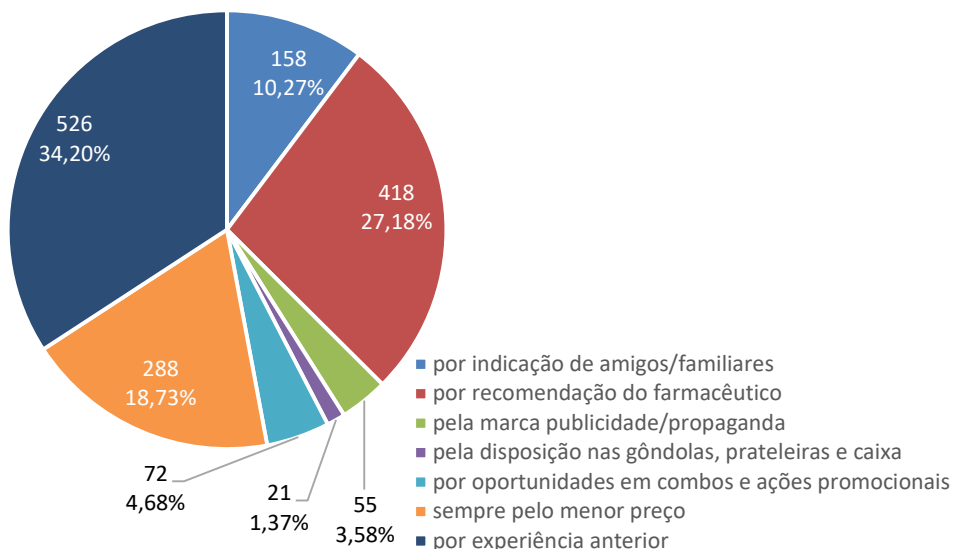


- comprar exatamente o que o médico prescreveu e nada mais
- trocar por um genérico ou outra opção mais barata
- perguntar ao farmacêutico por uma opção equivalente independente do preço
- pesquisar antes na internet por alternativas similares e outras opções

Base: 1538 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

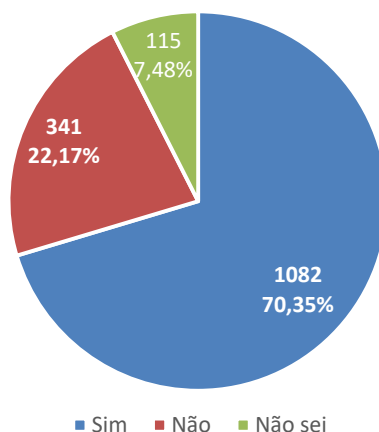
Quando o medicamento é sem prescrição (venda liberada), como você escolhe?



Base: 1538 entrevistados

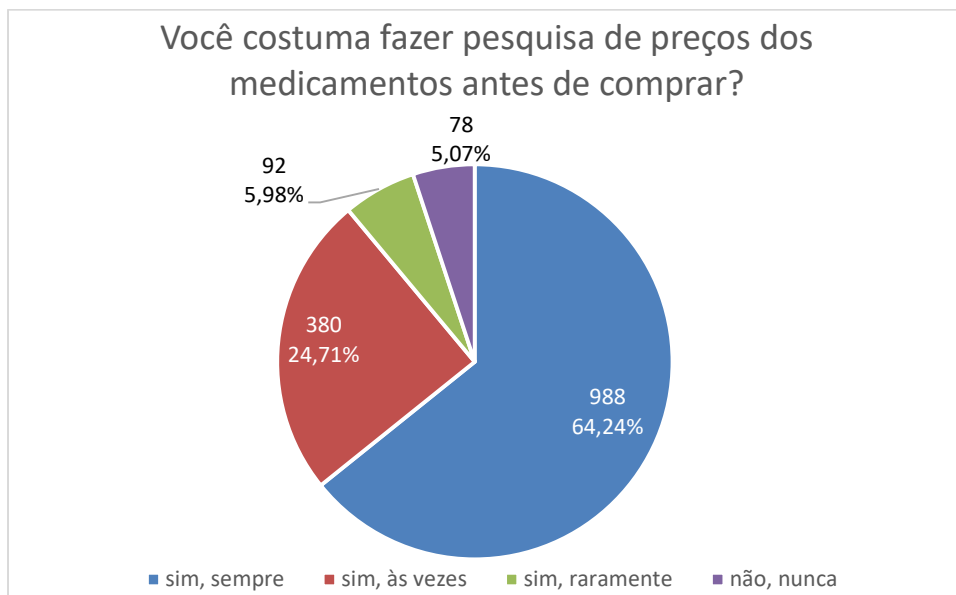
Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

Você acha que a publicidade de medicamentos induz à automedicação?



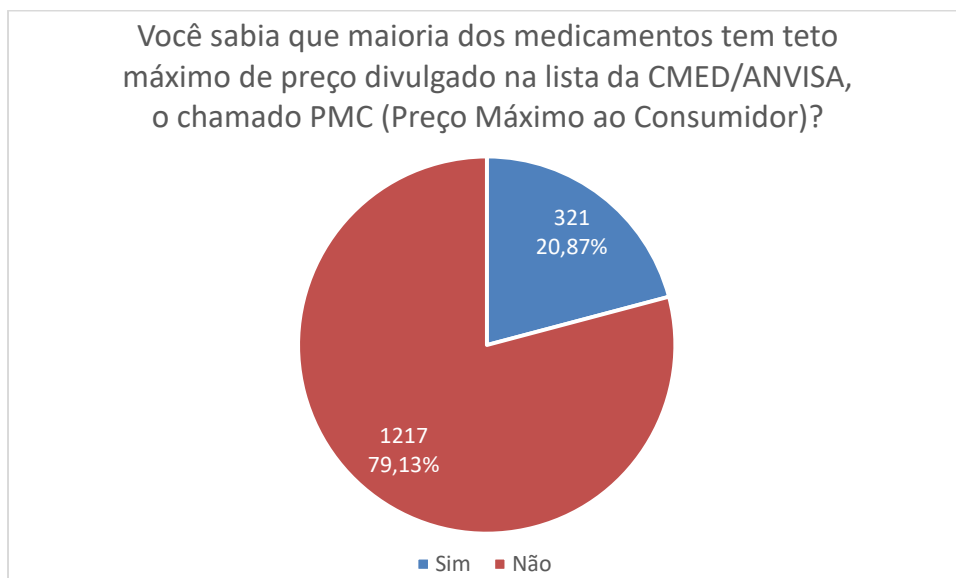
Base: 1538 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP



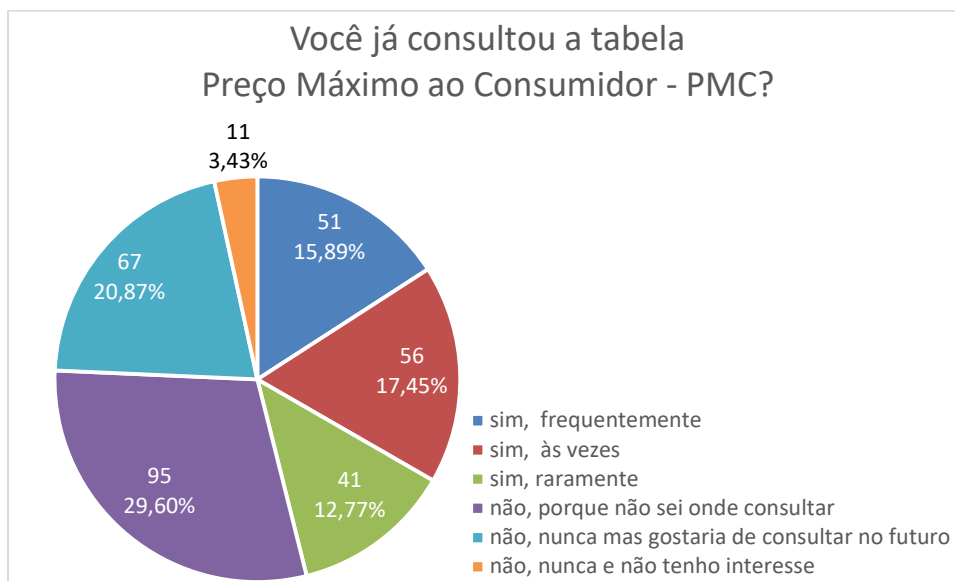
Base: 1538 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP



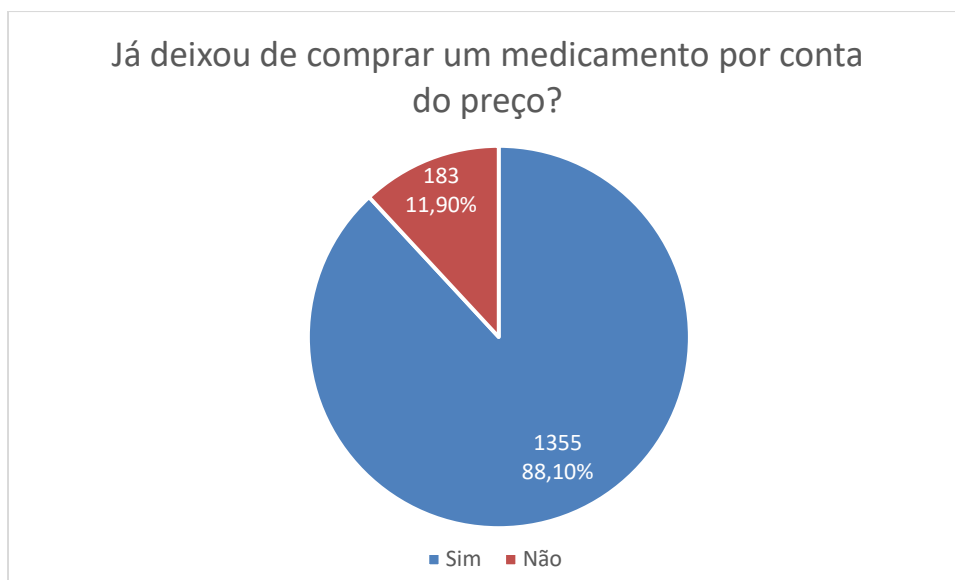
Base: 1538 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP



Base: 321 entrevistados

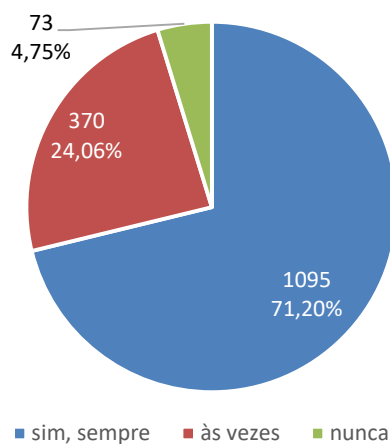
Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP



Base: 1538 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

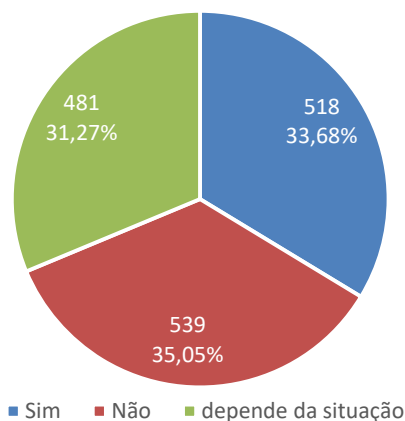
Você costuma fornecer seu CPF em farmácias para acessar descontos?



Base: 1538 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

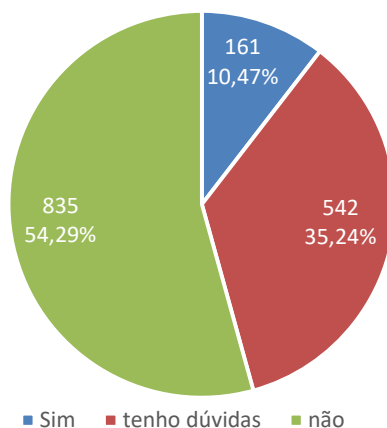
Você se sente confortável em fornecer seus dados pessoais (CPF, telefone, e-mail) para farmácias?



Base: 1538 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

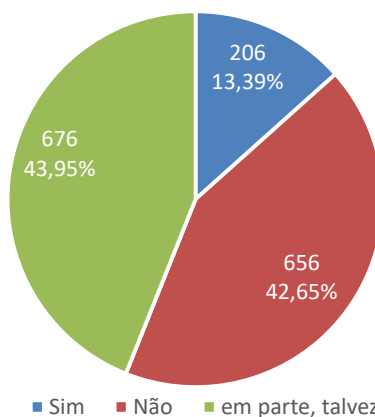
Você sabe como esses dados são utilizados pelas farmácias?



Base: 1538 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

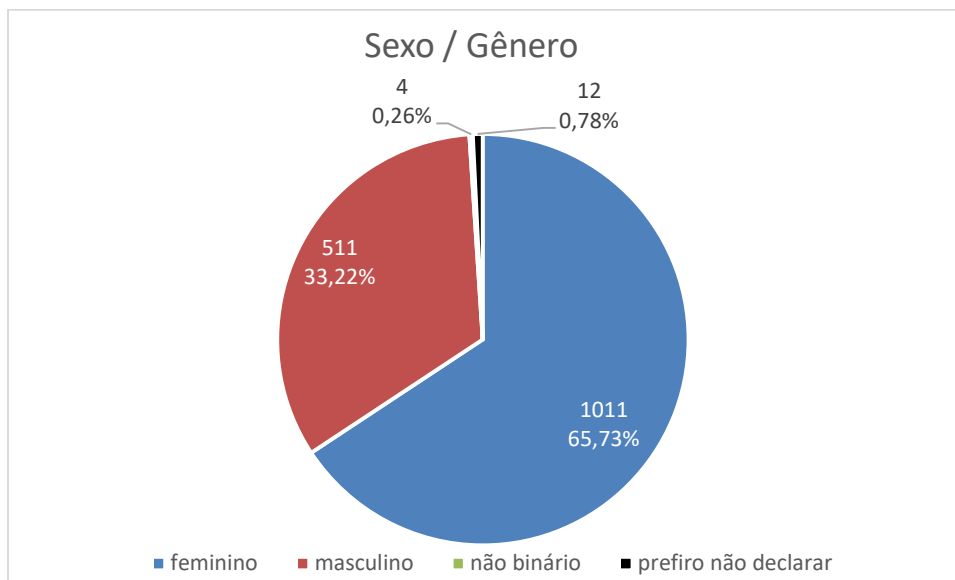
Em sua opinião, o consumidor tem informações suficientes para fazer boas escolhas ao comprar medicamentos?



Base: 1538 entrevistados

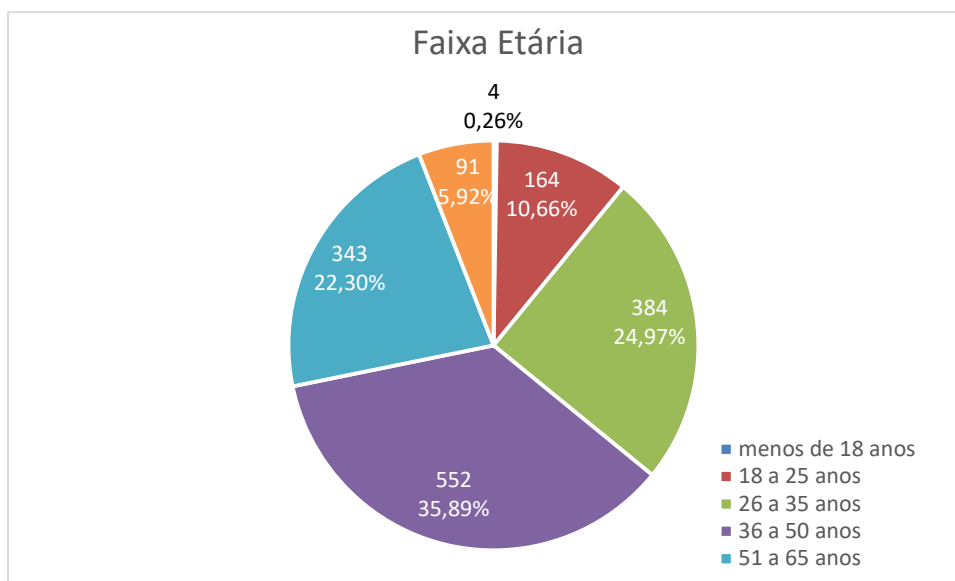
Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

Perfil dos Entrevistados que compram medicamentos



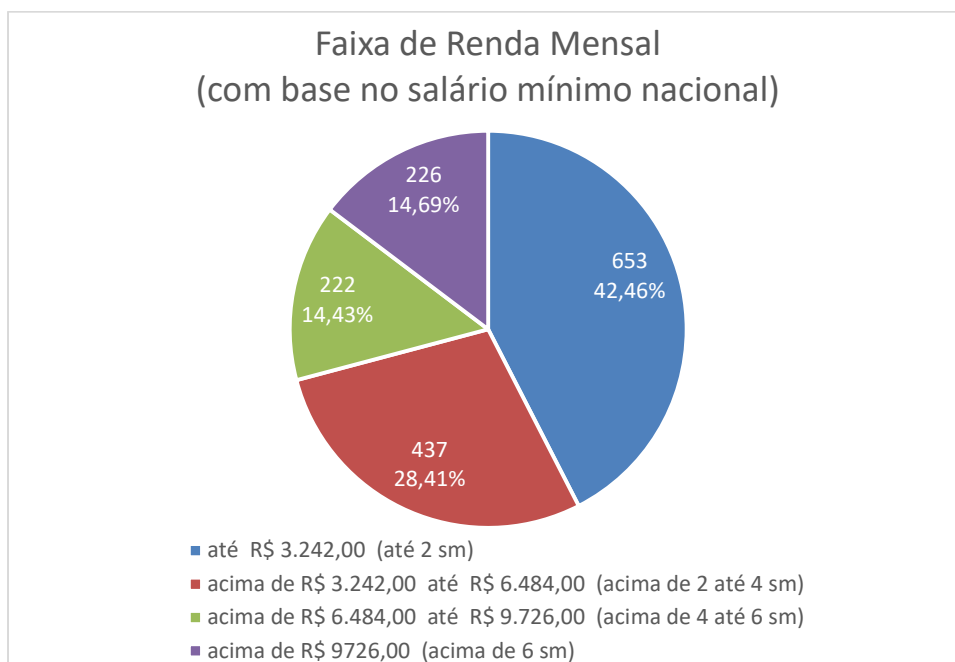
Base: 1538 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP



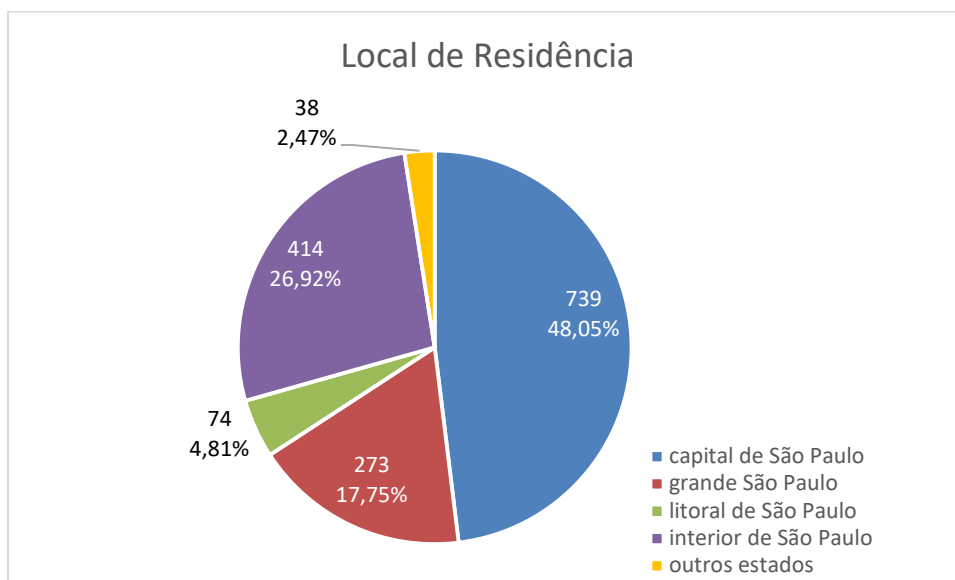
Base: 1538 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP



Base: 1538 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP



Base: 1538 entrevistados

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP



Análise dos Resultados

84,55% (1538) dos entrevistados informaram que costumam comprar medicamentos.

15,45% (281) declararam que não compram, os motivos apontados para não adquirir medicamentos foram: não necessita; obtém em posto de saúde/hospital/UBS/igreja/farmácia popular; comprado por outra pessoa da família.

Como a pesquisa é sobre a percepção do consumidor sobre venda de medicamentos, o restante do levantamento foi focado nos consumidores que compram (1538 entrevistados).

Quando questionamos aos 1538 entrevistados a frequência que compram, a maioria, 70,94% (1091), informou que regularmente (todo mês ou mais) compram medicamentos.

48,63% (748) adquirem o medicamento só em loja física; 11,96% (184) só em loja online; 39,40% (606) tanto na física como na online.

Os quatro motivos mais apontados por comprar em lojas físicas foram: compra imediata (sem espera por entrega); facilidade de acesso / localização; atendimento pessoal (orientação farmacêutico); confiança na procedência do medicamento.

Os motivos mais apontados pelo entrevistado que opta por comprar em lojas online foram: preços mais baixos; comodidade de comprar de casa; promoções exclusivas online; comparação fácil entre as farmácias.

50,20% (772) trocam o remédio prescrito pelo médico por um genérico ou outra opção mais barata, enquanto 31,73% (488) compram exatamente o que o médico prescreveu.

Quando o medicamento não necessita de prescrição médica os entrevistados escolhem o medicamento, principalmente, por experiência anterior; por recomendação do farmacêutico; pelo menor preço; por indicação de amigos e familiares.

70,35% (1082) entendem que a publicidade de medicamentos induz a automedicação.

94,93% (1460) declararam que fazem pesquisa de preços antes de comprar os medicamentos.

79,13% (1217) desconhecem que a maioria dos medicamentos possui um teto máximo de preço, denominado de PMC (Preço Máximo ao Consumidor).



Dos que conhecem a lista da CMED / ANVISA do PMC, 53,89% (173) não a consultam antes de comprar um medicamento.

71,20% (1095) dos entrevistados sempre fornecem o CPF em farmácias para acessar descontos; 24,06% (370) informaram que às vezes fornecem e 4,75% (73) nunca fornecem o CPF.

35,05% (539) declaram que se sentem desconfortável em fornecer seus dados pessoais (CPF, telefone, e-mail) e 31,27% (481) “depende da situação”.

A maioria informou que não sabe como esses dados são utilizados, 54,29% (835); 35,24% (542) declararam que têm dúvidas e 10,47% (161) informaram que sabe como os dados são utilizados pelas farmácias.

88,10% (1355) dos entrevistados deixam de comprar medicamentos por conta do preço, 44,58% (604) desses ganham até dois salários mínimos.

Quando indagados se o consumidor tem informação suficiente para fazer boas escolhas ao comprar medicamentos, 42,65% (656) informaram que não; 13,39% (206) opinaram que sim e 43,95% (676) que em parte, talvez.

Dentro da amostra obtida pelo site do Procon-SP, verificamos que a maioria que compra medicamentos (1538) tem o seguinte perfil:

- sexo feminino, 65,73% (1011);
- está na faixa etária de 36 a 50 anos, 35,89% (552);
- ganha até 4 salários mínimos, 70,87% (1090);
- reside na capital de São Paulo, 48,05% (739).



COMPARATIVO ENTRE AS PESQUISAS 2025 X 2026

	2025	2026
. Você costuma comprar medicamentos?	<ul style="list-style-type: none">• Sim: 1283 (93,11%)• Não: 95 (6,89%)<i>Total: 1378 (100,00%)</i>	<ul style="list-style-type: none">• Sim: 1538 (84,55%)• Não: 281 (15,45%)<i>Total: 1819 (100,00%)</i>
. Por que você não costuma comprar medicamentos?	<ul style="list-style-type: none">• Não uso/preciso: 40 (42,11%)• Ganho em posto, UBS, etc.: 19 (20%)• Outra pessoa compra: 15 (15,79%)• Outros: 21 (22,11%)<i>Total: 95 (100,00%)</i>	<ul style="list-style-type: none">• Não uso/preciso: 173 (61,57%)• Ganho em posto, UBS, etc.: 78 (27,76%)• Outra pessoa compra: 30 (10,68%)<i>Total: 281 (100,00%)</i>
. Para quem você costuma comprar?	<ul style="list-style-type: none">• Para mim e outras pessoas: 794 (61,89%)• Só para mim: 463 (36,09%)• Só para outras pessoas: 26 (2,03%)<i>Total: 1283 (100,00%)</i>	<ul style="list-style-type: none">• Para mim e outras pessoas: 803 (52,21%)• Só para mim: 612 (39,79%)• Só para outras pessoas: 123 (8%)<i>Total: 1538 (100,00%)</i>
. Com que frequência você compra?	<ul style="list-style-type: none">• Regularmente: 861 (67,11%)• Ocasionalmente: 309 (24,08%)• Raramente: 113 (8,81%)<i>Total: 1283 (100,00%)</i>	<ul style="list-style-type: none">• Regularmente: 1091 (70,94%)• Ocasionalmente: 369 (23,99%)• Raramente: 78 (5,07%)<i>Total: 1538 (100,00%)</i>
. Onde costuma comprar com mais frequência?	<ul style="list-style-type: none">• Lojas físicas de grandes redes: 666 (51,91%)• Físicas independentes: 79 (6,16%)• Online: 124 (9,66%)• Ambas (física e online): 401 (31,25%)• Farmácias Populares: 13 (1,01%)<i>Total: 1283 (100,00%)</i>	<ul style="list-style-type: none">• Lojas físicas de grandes redes: 664 (43,17%)• Físicas independentes: 84 (5,46%)• Online: 184 (11,96%)• Ambas (física e online): 606 (39,40%)<i>Total: 1538 (100,00%)</i>
. Principais motivos para comprar em farmácias físicas? (Múltipla escolha)	<ul style="list-style-type: none">• Compra imediata: 701• Acesso/localização: 557• Atendimento/orientação: 459• Confiança na procedência do medicamento: 322• Descontos no balcão: 218• Hábito/preferência: 203• Facilidade para receita em papel: 186• Reputação da farmácia: 140• Fidelidade: 136• Indicação: 35<i>Total: 1146 entrevistados</i>	<ul style="list-style-type: none">• Compra imediata: 779• Acesso/localização: 594• Atendimento/orientação: 479• Confiança na procedência do medicamento: 347• Hábito/preferência: 245• Facilidade para receita em papel: 243• Descontos no balcão: 231• Reputação da farmácia: 190• Fidelidade: 174• Indicação: 61<i>Total: 1354 entrevistados</i>



<p>. Principais motivos para comprar em farmácias online? (Múltipla escolha)</p>	<ul style="list-style-type: none">• Preços mais baixos: 836• Comodidade: 530• Promoções exclusivas: 341• Comparação fácil entre farmácias: 336• Entrega rápida: 243• Facilidade em comparar marcas/genéricos: 153• Fidelidade/cashback: 142• Reputação da farmácia: 106• Indicação: 15 <p>Total: 525 entrevistados</p>	<ul style="list-style-type: none">• Preços mais baixos: 652• Comodidade: 462• Promoções exclusivas: 351• Comparação fácil entre farmácias: 323• Entrega rápida: 215• Facilidade em comparar marcas/genéricos: 178• Fidelidade/cashback: 150• Reputação da farmácia: 101• Indicação: 22 <p>Total: 790 entrevistados</p>
<p>. Quando tem que comprar um medicamento com prescrição, o que costuma fazer?</p>	<ul style="list-style-type: none">• Trocar por genérico/barato: 626 (48,79%)• Comprar exatamente o prescrito: 468 (36,48%)• Perguntar ao farmacêutico por outro equivalente: 104 (8,11%)• Pesquisar antes na internet alternativas similares: 85 (6,63%) <p>Total: 1283 (100,00%)</p>	<ul style="list-style-type: none">• Trocar por genérico/barato: 772 (50,20%)• Comprar exatamente o prescrito: 488 (31,73%)• Pesquisar antes na internet alternativas similares: 167 (10,86%)• Perguntar ao farmacêutico por outro equivalente: 111 (7,22%) <p>Total: 1538 (100,00%)</p>
<p>. Como escolhe o medicamento, quando ele é sem prescrição (venda liberada)?</p>	<ul style="list-style-type: none">• Experiência anterior: 400 (31,18%)• Recomendação do farmacêutico: 393 (30,63%)• Sempre pelo menor preço: 238 (18,55%)• Indicação amigos/família: 142 (11,07%)• Marca/publicidade: 42 (3,27%)• Combos/promoções: 39 (3,04%)• Disposição nas gôndolas/caixa: 29 (2,26%) <p>Total: 1283 (100,00%)</p>	<ul style="list-style-type: none">• Experiência anterior: 526 (34,20%)• Recomendação do farmacêutico: 418 (27,18%)• Sempre pelo menor preço: 288 (18,73%)• Indicação amigos/família: 158 (10,27%)• Combos/promoções: 72 (4,68%)• Marca/publicidade: 55 (3,58%)• Disposição nas gôndolas/caixa: 21 (1,37%) <p>Total: 1538 (100,00%)</p>
<p>. A publicidade de medicamentos induz à automedicação?</p>	<ul style="list-style-type: none">• Sim: 848 (66,10%)• Não: 336 (26,19%)• Não sei: 99 (7,72%) <p>Total: 1283 (100,00%)</p>	<ul style="list-style-type: none">• Sim: 1082 (70,35%)• Não: 341 (22,17%)• Não sei: 115 (7,48%) <p>Total: 1538 (100,00%)</p>
<p>. Costuma fazer pesquisa de preços antes de comprar?</p>	<ul style="list-style-type: none">• Sim, sempre: 764 (59,55%)• Sim, às vezes: 348 (27,12%)• Sim, raramente: 98 (7,64%)• Não, nunca: 73 (5,69%) <p>Total: 1283 (100,00%)</p>	<ul style="list-style-type: none">• Sim, sempre: 988 (64,24%)• Sim, às vezes: 380 (24,71%)• Sim, raramente: 92 (5,98%)• Não, nunca: 78 (5,07%) <p>Total: 1538 (100,00%)</p>
<p>. Sabia do teto máximo de preço (PMC) da CMED / ANVISA?</p>	<ul style="list-style-type: none">• Não: 960 (74,82%)• Sim: 323 (25,18%) <p>Total: 1283 (100,00%)</p>	<ul style="list-style-type: none">• Não: 1217 (79,13%)• Sim: 321 (20,87%) <p>Total: 1538 (100,00%)</p>



. Já consultou a tabela PMC?	<ul style="list-style-type: none">• Não sei onde consultar: 80 (24,77%)• Não, mas gostaria no futuro: 68 (21,05%)• Não e não tenho interesse: 29 (8,98%)• Sim, raramente: 46 (14,24%)• Sim, às vezes: 54 (16,72%)• Sim, frequentemente: 46 (14,24%) Total: 323 (100,00%)	<ul style="list-style-type: none">• Não sei onde consultar: 95 (29,60%)• Não, mas gostaria no futuro: 67 (20,87%)• Não e não tenho interesse: 11 (3,43%)• Sim, raramente: 41 (12,77%)• Sim, às vezes: 56 (17,45%)• Sim, frequentemente: 51 (15,89%) Total: 321 (100,00%)
. Costuma fornecer seu CPF em farmácias para descontos?	<ul style="list-style-type: none">• Sim, sempre: 934 (72,80%)• Às vezes: 282 (21,98%)• Nunca: 67 (5,22%) Total: 1283 (100,00%)	<ul style="list-style-type: none">• Sim, sempre: 1095 (71,20%)• Às vezes: 370 (24,06%)• Nunca: 73 (4,75%) Total: 1538 (100,00%)
. Sente-se confortável em fornecer dados pessoais para farmácias?	<ul style="list-style-type: none">• Não: 506 (39,44%)• Sim: 418 (32,58%)• Depende da situação: 359 (27,98%) Total: 1283 (100,00%)	<ul style="list-style-type: none">• Não: 539 (35,05%)• Sim: 518 (33,68%)• Depende da situação: 481 (31,27%) Total: 1538 (100,00%)
. Sabe como esses dados são utilizados pelas farmácias?	<ul style="list-style-type: none">• Não: 664 (51,75%)• Tenho dúvidas: 439 (34,22%)• Sim: 180 (14,03%) Total: 1283 (100,00%)	<ul style="list-style-type: none">• Não: 835 (54,29%)• Tenho dúvidas: 542 (35,24%)• Sim: 161 (10,47%) Total: 1538 (100,00%)
. Consumidor tem informações suficientes para boas escolhas?	<ul style="list-style-type: none">• Em parte, talvez: 559 (43,57%)• Não: 520 (40,53%)• Sim: 204 (15,90%) Total: 1283 (100,00%)	<ul style="list-style-type: none">• Em parte, talvez: 676 (43,95%)• Não: 656 (42,65%)• Sim: 206 (13,39%) Total: 1538 (100,00%)

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

PERFIL DOS ENTREVISTADOS (que compram medicamentos)

. Sexo/Gênero	<ul style="list-style-type: none">• Feminino: 818 (63,76%)• Masculino: 451 (35,15%)• Prefiro não declarar: 9 (0,70%)• Não binário: 5 (0,39%) Total: 1283 (100,00%)	<ul style="list-style-type: none">• Feminino: 1011 (65,73%)• Masculino: 511 (33,22%)• Prefiro não declarar: 12 (0,78%)• Não binário: 4 (0,26%) Total: 1538 (100,00%)
. Faixa Etária	<ul style="list-style-type: none">• Menos de 18 anos: 4 (0,31%)• 18 a 25 anos: 101 (7,87%)• 26 a 35 anos: 301 (23,46%)• 36 a 50 anos: 506 (39,44%)• 51 a 65 anos: 305 (23,77%)• Acima de 65 anos: 66 (5,14%) Total: 1283 (100,00%)	<ul style="list-style-type: none">• Menos de 18 anos: 4 (0,26%)• 18 a 25 anos: 164 (10,66%)• 26 a 35 anos: 384 (24,97%)• 36 a 50 anos: 552 (35,89%)• 51 a 65 anos: 343 (22,30%)• Acima de 65 anos: 91 (5,92%) Total: 1538 (100,00%)



. Faixa de Renda Mensal (base: Salário Mínimo Nacional - SM)	<ul style="list-style-type: none">• Até 2 SM: 462 (36,01%)• Acima de 2 a 4 SM: 366 (28,53%)• Acima de 4 a 6 SM: 212 (16,52%)• Acima de 6 SM: 243 (18,94%)<i>Total: 1283 (100,00%)</i>	<ul style="list-style-type: none">• Até 2 SM: 653 (42,46%)• Acima de 2 a 4 SM: 437 (28,41%)• Acima de 4 a 6 SM: 222 (14,43%)• Acima de 6 SM: 226 (14,69%)<i>Total: 1538 (100,00%)</i>
. Local de Residência	<ul style="list-style-type: none">• Capital de SP: 594 (46,30%)• Interior de SP: 409 (31,88%)• Grande SP: 187 (14,58%)• Litoral de SP: 41 (3,20%)• Outros estados: 52 (4,05%)<i>Total: 1283 (100,00%)</i>	<ul style="list-style-type: none">• Capital de SP: 739 (48,05%)• Interior de SP: 414 (26,92%)• Grande SP: 273 (17,75%)• Litoral de SP: 74 (4,81%)• Outros estados: 38 (2,47%)<i>Total: 1538 (100,00%)</i>

Núcleo de Pesquisas - DEP - Procon-SP

Análise comparativa dos dados de 2025 e 2026

Perfil de Compra e Consumo

- **Queda no hábito de compra:** o grupo que costuma comprar medicamentos recuou de 93,11% para 84,55%.
- **Desinteresse ou desnecessidade:** entre quem não compra, o motivo "não uso/preciso" saltou de 42,11% para 61,57%.
- **Foco no uso pessoal:** a compra exclusiva para si cresceu (36,09% para 39,79%), enquanto as compras conjuntas (mim e outros) caíram de 61,89% para 52,21%.
- **Frequência:** o hábito de comprar "regularmente" subiu, passando de 67,11% para 70,94%.

Canais de Venda

- **Força do modelo híbrido:** a preferência por comprar em "ambos canais (físico e online)" cresceu, subindo de 31,25% para 39,40%.
- **Perda de espaço das grandes redes:** a preferência exclusiva por lojas físicas de grandes redes recuou de 51,91% para 43,17%.
- **Fatores de decisão:** na loja física, a "compra imediata" e o "acesso/localização" continuam como os maiores atrativos. No ambiente online, "preços mais baixos" e "comodidade" lideram as motivações em ambos os anos.

Escolha de Medicamentos e Prescrição

- **Avanço dos genéricos:** diante de uma receita, a opção por "trocar por genérico/barato" subiu de 48,79% para 50,20%.
- **Pesquisa digital:** o hábito de "pesquisar antes na internet" quando há prescrição médica subiu de 6,63% para 7,22%.
- **Automedicação e publicidade:** a percepção de que a propaganda induz à automedicação cresceu, subindo de 66,10% para 70,35%.

Sensibilidade a Preço e Regulação

- **Pesquisa de mercado:** consumidores que "sempre" pesquisam preços antes de comprar subiram de 59,55% para 64,24%.
- **Desconhecimento regulatório:** o desconhecimento sobre o teto de preço (PMC da CMED/ANVISA) aumentou de 74,82% para 79,13%. Entre a minoria que conhece, subiu de 24,77% para 29,60% o grupo que "não sabe onde consultar" essa tabela.

Dados Pessoais e Privacidade

- **Fornecimento de CPF:** a entrega do CPF para obter descontos segue massiva entre os entrevistados que sempre fornecem (72,80% em 2025 contra 71,20% em 2026).
- **Desconforto silencioso:** há um padrão claro onde os consumidores abrem mão de dados pessoais e aceitam fornecer o CPF nas farmácias em troca de descontos. Contudo, muitos desconhecem como essas informações são processadas pelas redes, embora continuem dando o CPF, a desconfiança aumentou. O percentual de pessoas que "não sabem" como as farmácias usam seus dados subiu de 51,75% para 54,29%. Também subiu o percentual das pessoas que "têm dúvidas" de 34,22% para 35,24%.

Perfil Socioeconômico dos Respondentes

- **Sexo/Gênero e Idade:** o público feminino expandiu sua maioria na pesquisa (de 63,76% para 65,73%). A faixa de 36 a 50 anos encolheu (39,44% para 35,89%), com ganho de participação dos jovens de 18 a 25 anos (de 7,87% para 10,66%).
- **Renda:** a fatia de consumidores com renda "até 2 salários mínimos" cresceu de 36,01% para 42,46%
- **Geografia:** a Capital de SP aumentou sua concentração na amostragem, subindo de 46,30% para 48,05%.

Lojas Físicas X Lojas Online

O formato puramente físico de grandes redes perdeu espaço para o uso combinado de físico e online, que saltou de **31,25% para 39,40%**.

Lojas Físicas

O canal físico perdeu a exclusividade (grandes redes caíram de 51,91% para 43,17%), mas mantém a preferência da maioria do público.

- **Gatilho de conveniência:** "compra imediata" e "acesso/localização", os principais motivos de escolha do canal.
- **Atendimento no balcão:** a "recomendação do farmacêutico" define 27,18% das compras sem receita.
- **Retenção via CPF:** uso do CPF para descontos continua altíssimo.



Canais Digitais (E-commerce e Apps)

A pesquisa na internet antes de comprar com receita subiu para **10,86%**, e o ambiente online é puramente guiado por economia.

- **Preços:** e-commerce é escolhido por "preços mais baixos" e "promoções exclusivas".
- **Facilidade de comparação:** o consumidor valoriza a "comparação fácil entre farmácias e marcas/genéricos" do canal online.

Orientações Importantes

Conforme determina a ANVISA, as farmácias e drogarias não podem cobrar pelos medicamentos preço acima do permitido pela CMED. A lista de preços máximos (PMC) permitidos para a venda de medicamentos é disponibilizada no site da ANVISA para consulta dos consumidores e é atualizada mensalmente.

O PMC é o valor máximo que a maioria dos medicamentos podem ser vendidos ao consumidor final, portanto, medicamentos sujeitos ao teto máximo, não podem ser vendidos acima do PMC.

As variações de preço encontradas no mercado podem ocorrer em face dos descontos concedidos pelos estabelecimentos. Esses descontos variam de acordo com critérios livremente estabelecidos por cada fornecedor.

Medicamentos controlados, ou seja, os que possuem tarja preta na sua embalagem, antibióticos e alguns outros definidos pela Anvisa, não podem ser vendidos sem apresentação e retenção da receita médica original. Assim, os sites podem oferecer o remédio, informar o seu preço, mas não podem fornecê-los sem a prévia apresentação e devida retenção da receita.

Núcleo de Pesquisas – DEP – PROCON-SP – 10.06.2026