

PRESENTE Y FUTURO DE LA DISTRIBUCIÓN FARMACÉUTICA ESPAÑOLA*

(*) II Reunión Nacional del Canal Mayorista y Grünenthal Pharma, Septiembre 2018

PRESENTE



FORTALEZAS

1

Orientación al servicio y compromiso



2

Capilaridad territorial



3

Disponibilidad de información de *sell out*



4

Relación *win-win* con la industria



5

Mercado regulado y saturado



FUTURO

1

Aumento del mercado del autocuidado



2

Existencia de otros mercados (Ejemplo, hospitalario)

3

Aumento del *e-commerce*



OPORTUNIDADES



4

Demanda de una labor asistencial en la farmacia



5

Posibilidad de generar sinergias con la administración



ASPIRACIONES

POSICIONARSE COMO EXPERTOS INTEGRALES EN EL CUIDADO DE LA SALUD

1

Consolidar el valor asistencial de la farmacia



2

Ser canal de farmacia referente en venta *online* del autocuidado



3

Disponer de un sistema para compartir información



4

Distribuir al domicilio del paciente/consumidor



1

Poner en valor el *sell out* de las farmacias



RESULTADOS A CORTO PLAZO (1-2 años)

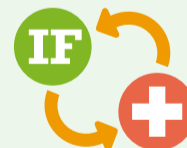
2

Desarrollar una plataforma *online* única "Pharmazon"



3

Crear simbiosis con la industria y la farmacia



4

Ofrecer *Home-care delivery*



RESULTADOS A LARGO PLAZO (> 5 años)

1

Integrar los datos del *sell out*



2

Mejorar la experiencia de compra de productos de salud *online*



3

Entrar en el mercado hospitalario



Puede visualizar los datos completos escaneando el siguiente QR