



BENCHMARKING

SAÚDE 2023

Estudo do Nível de Serviço e
Relação Comercial

Laboratórios



Empresas participantes (II)

Laboratórios - Segmentos

Inovadores

- Medicamentos sujeitos a receita médica com marca



Genéricos

- Medicamentos sujeitos a receita médica e OTCs sem marca



Consumer Health (OTCs)

- Medicamentos não sujeitos a receita médica



A. MENARINI PORTUGAL



Dermocosmética

- Produtos de beleza e prevenção



Parafarmácias



Armazenistas

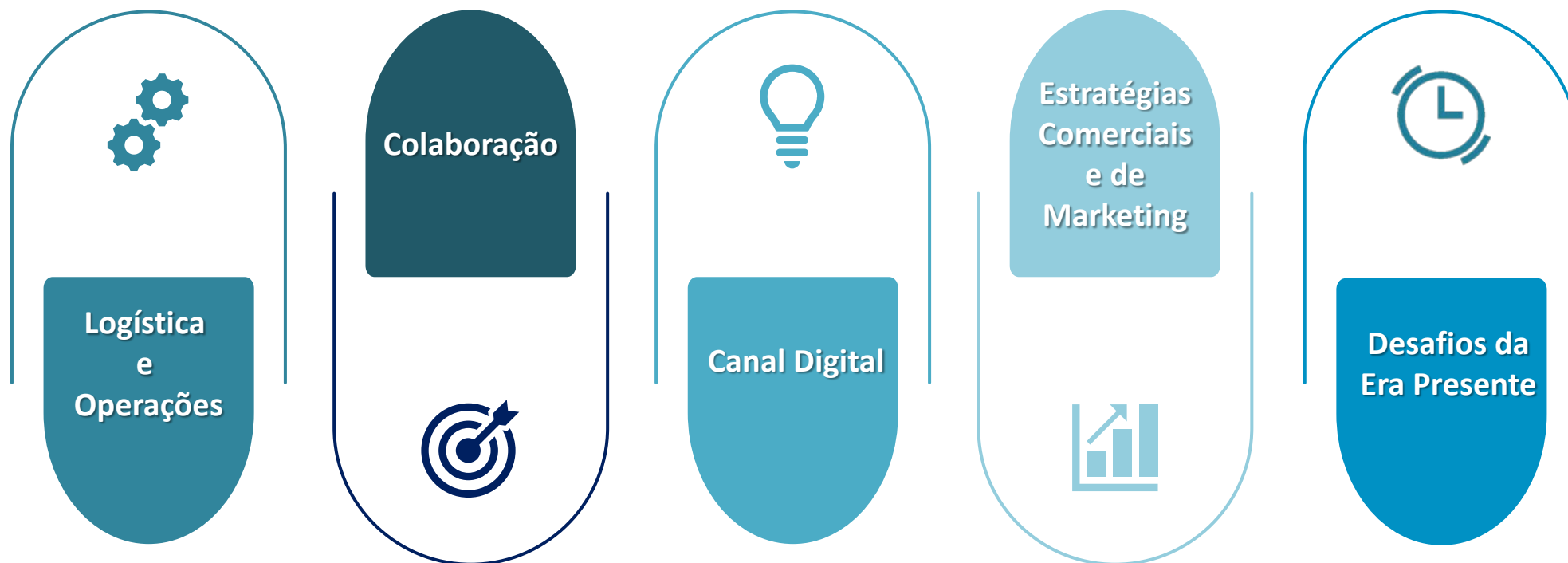


519 Farmácias



Grupos de Farmácias





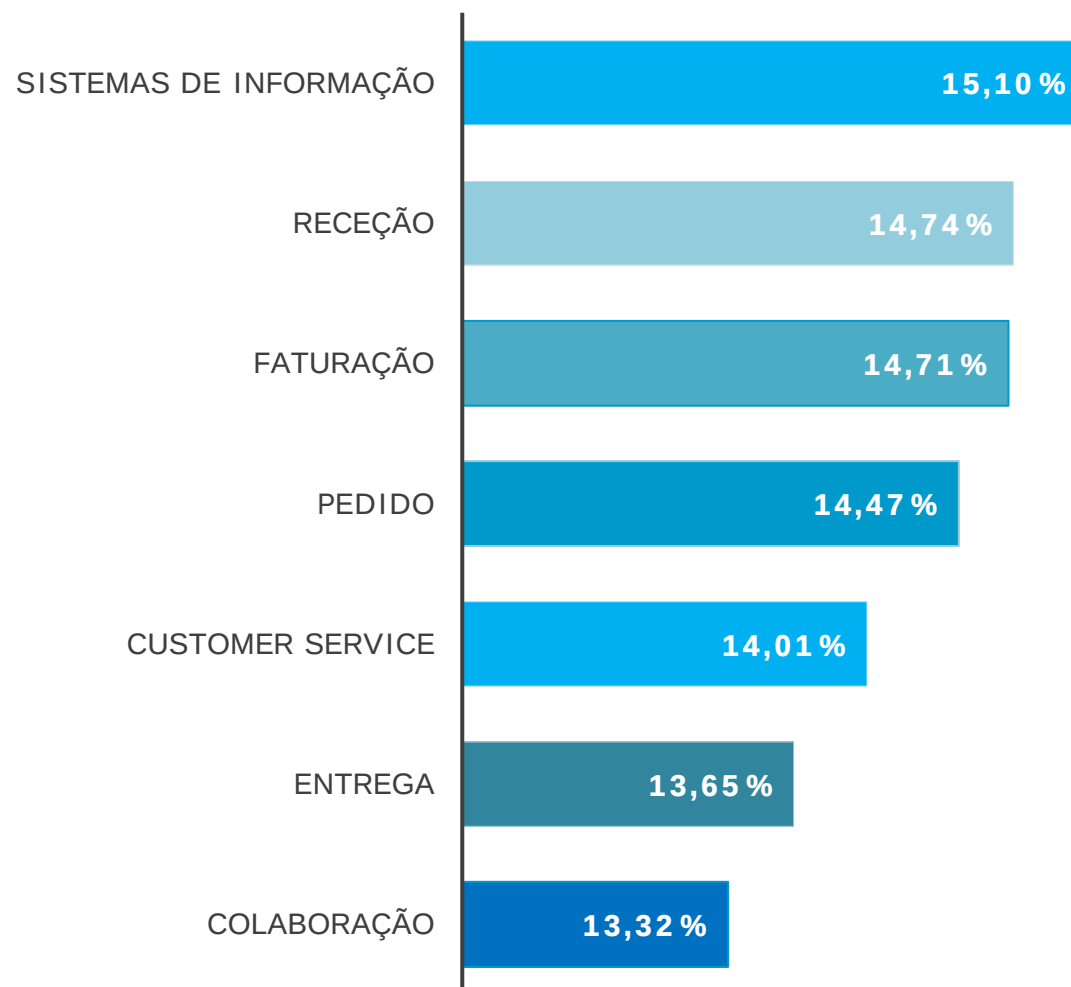


Top 10 perguntas mais importantes para as Parafarmácias

Prioridades das Parafarmácias – Serviço Logístico

	Grupo		Perguntas mais importantes do estudo	Importância 2023	Importância 2022	Evol. Importância
	Receção	1	Bom estado do produto na receção.	10.00	8,75 (7º)	▲
	Faturação	2	Erros nas faturas por discrepâncias nas quantidades ou referências faturadas.	9.38	9,38 (3º)	▶
	Faturação	3	Grau de clareza, quantidade e conteúdo das faturas geradas pelo laboratório.	9.38	9,38 (4º)	▶
	Pedido	4	Roturas de stocks recorrentes com as mesmas referências ou marcas.	9.38	8,75 (6º)	▲
	Receção	5	Configuração da encomenda, se facilita a sua abertura, desmontagem e manuseamento.	9.38	6,88 (24º)	▲
	Sist. Info.	6	Atualização e alinhamento de ficheiros mestre (sincronização de dados - informação de altas, baixas e lançamentos de novos produtos).	9.27	9,58 (1º)	▼
	Pedido	7	Erros entre as referências e quantidades pedidas e as recebidas.	9.06	8,12 (9º)	▲
	Sist. Info.	8	Correta codificação dos produtos e agrupamentos (Tem código? Tem qualidade de impressão? A relação hierárquica está correta?).	9.06	7,92 (13º)	▲
	Sist. Info.	9	Correta codificação dos produtos em promoção.	9.06	7,92 (14º)	▲
	Colaboração	10	Solidez da relação criada com o seu departamento de Supply Chain/Logística.	9.06	7,50 (20º)	▲

O **peso de cada grupo** foi calculado em função da importância expressa pelas parafarmácias a cada uma das perguntas que fazem parte do questionário:



Importância dos grupos (II)

Prioridades das Parafarmácias – Serviço Logístico

A evolução no nível de importância de cada um dos grupos, de 2018 a 2023.

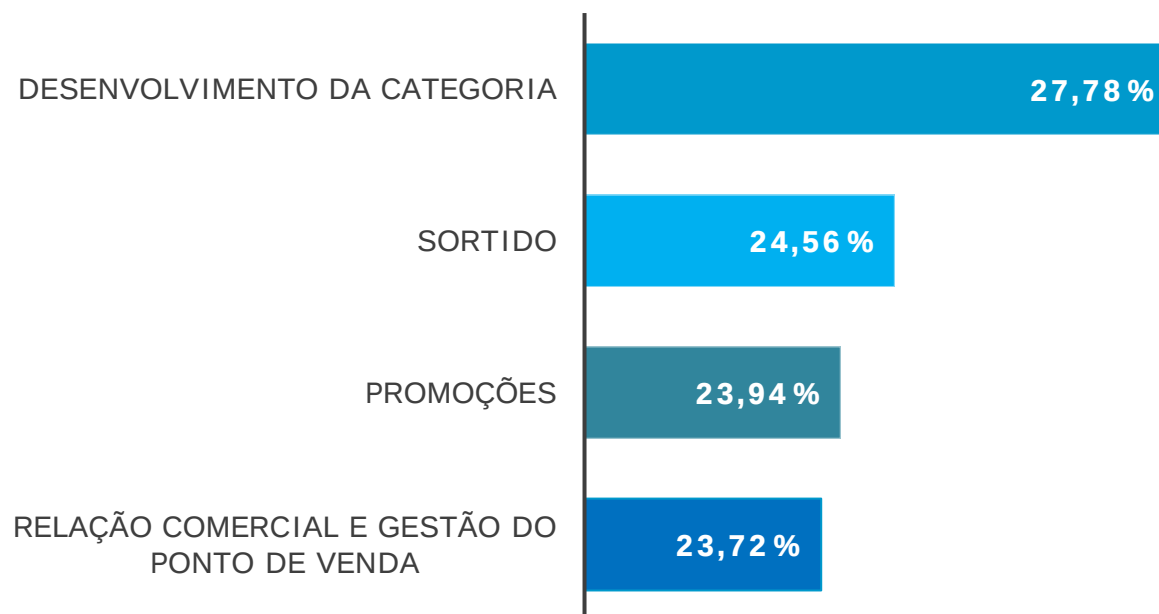
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
 Pedido	17,02%	15,52%	14,75%	15,69%	15,49%	14,47%
 Entrega	13,76%	13,27%	14,56%	13,55%	13,82%	13,65%
 Receção	10,96%	14,88%	17,10%	16,32%	14,42%	14,74%
 Faturação	14,77%	15,49%	15,68%	15,24%	15,43%	14,71%
 Sistemas de Informação	16,16%	15,50%	13,54%	14,94%	16,05%	15,10%
 Customer Service	13,61%	13,73%	12,25%	12,55%	11,92%	14,01%
 Colaboração	13,70%	11,60%	12,11%	11,71%	12,87%	13,32%

Top 10 perguntas mais importantes para as Parafarmácias

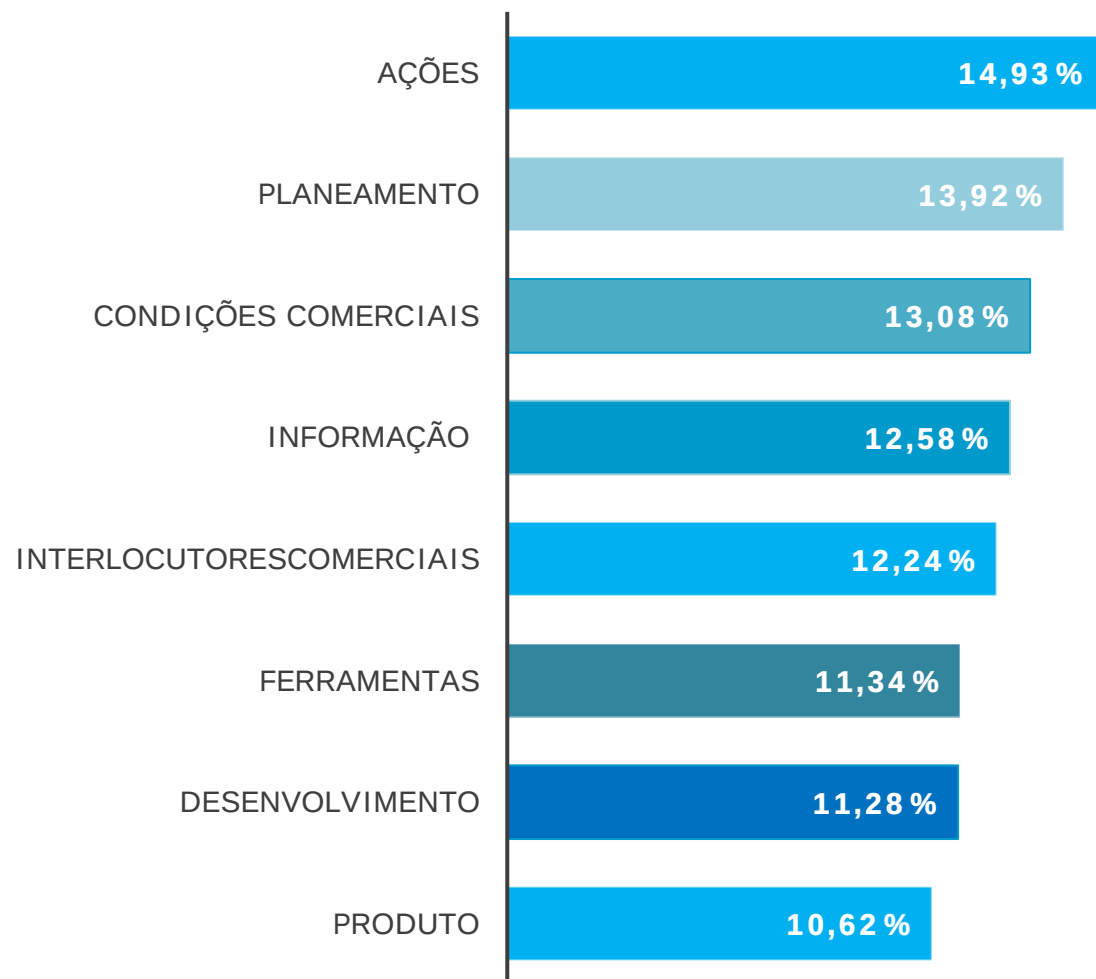
Prioridades das Parafarmácias – Relação Comercial

Grupo		Perguntas mais importantes do estudo	Importância 2023	Importância 2022	Evol. Importância
Relação Comercial	1	Informação atualizada das alterações do produto (altas, baixas, preços, etc.).	9.79	8,88 (2º)	▲
Desenv Categoria	2	Número de ações realizadas na Parafarmácia para aumentar as vendas.	9.38	8,44 (4º)	▲
Sortido	3	Marcas fortes e conhecidas.	9.38	7,34 (9º)	▲
Desenv Categoria	4	Qualidade das ações propostas na Parafarmácia para aumentar as vendas.	9.17	7,97 (6º)	▲
Relação Comercial	5	Qualidade da formação oferecida pelo laboratório.	8.96	6,62 (12º)	▲
Sortido	6	Competitividade das condições comerciais (descontos, pedido mínimo, etc.).	8.75	9,53 (1º)	▼
Promoções	7	Antecedência com que o laboratório partilha/avisa as incidências relacionadas com a falta de stock.	8.75	8,75 (3º)	▶
Promoções	8	Planeamento e apresentação com antecedência as ações promocionais.	8.54	7,88 (7º)	▲
Sortido	9	Desenvolvimento dos formatos promocionais adequados à Parafarmácia (pack promocional, 3x2. etc.).	8.54	7,03 (10º)	▲
Desenv Categoria	10	Capacidade de se adaptar às especificidades da Parafarmácia (tamanho, situação, etc.) para propor ações personalizadas.	8.54	6,56 (13º)	▲

O **peso de cada grupo** foi calculado em função da importância expressa pelas parafarmácias a cada uma das perguntas que fazem parte do questionário:



O **peso de cada subgrupo** foi calculado em função da importância expressa pelas parafarmácias a cada uma das perguntas que fazem parte do questionário:



Importância dos grupos (III)

Prioridades das Parafarmácias – Relação Comercial

A evolução no nível de importância de cada um dos subgrupos, de 2018 a 2023.

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
 Informação	13,83%	12,71%	12,30%	11,36%	11,31%	12,58%
 Ações	14,27%	13,53%	15,23%	15,33%	14,84%	14,93%
 Interlocutores Comerciais	13,32%	12,13%	12,94%	12,92%	13,17%	12,24%
 Ferramentas	10,72%	10,66%	11,16%	11,13%	11,58%	11,34%
 Planeamento	14,05%	14,62%	14,13%	13,63%	15,04%	13,92%
 Desenvolvimento	10,97%	12,30%	10,74%	10,65%	9,77%	11,28%
 Produto	11,53%	12,03%	11,01%	11,55%	11,56%	10,62%
 Condições Comerciais	11,31%	12,03%	12,48%	13,44%	12,72%	13,08%

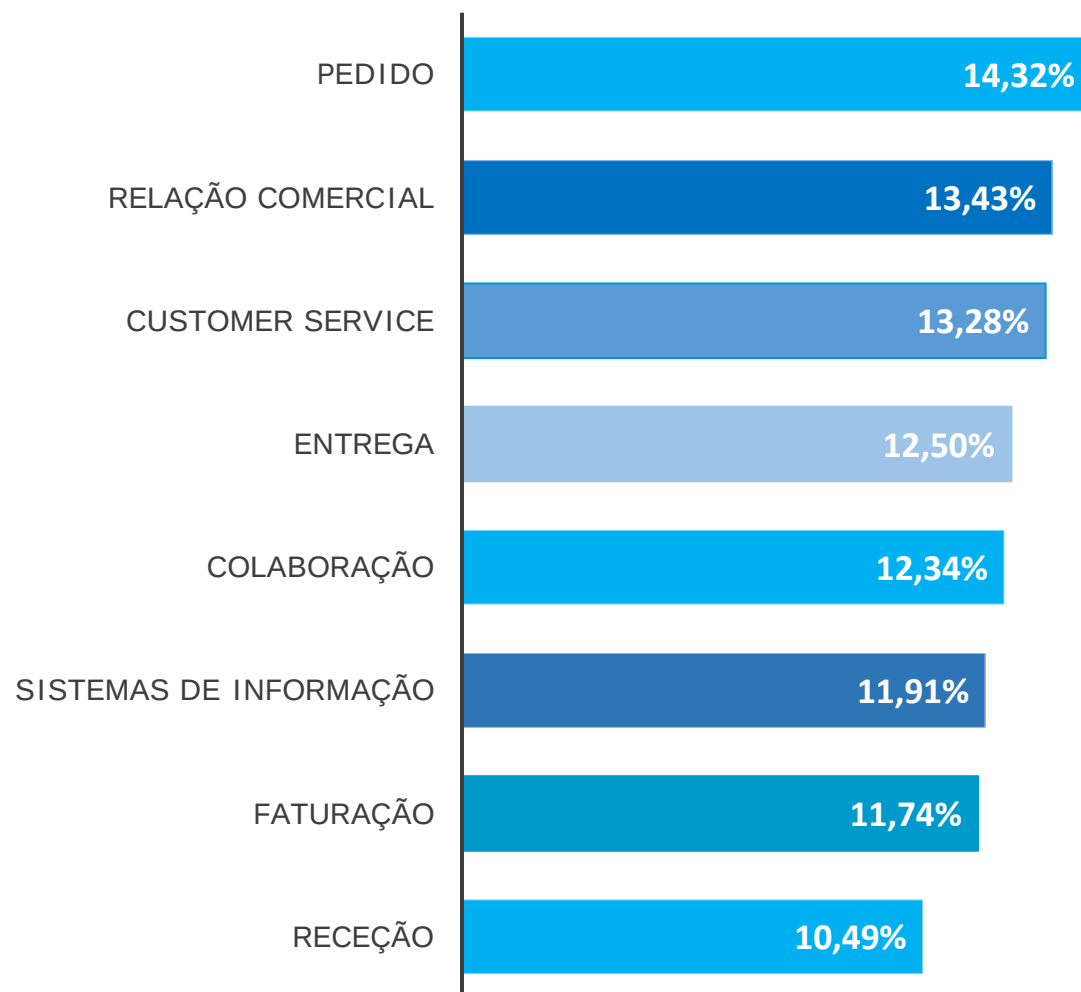


Top 10 perguntas mais importantes para os Armazenistas

Prioridades dos Armazenistas

Grupo		Perguntas mais importantes do estudo	Importância 2023	Importância 2022	Evol. Importância
 Entrega		Satisfação com o prazo de entrega acordado com o laboratório (lead time).	10,00	7,50 (17º)	▲
 Pedido		Roturas de stocks recorrentes com as mesmas referências ou marcas.	9,50	9,50 (1º)	▶
 Relação Comercial		Solidez da relação criada com o departamento comercial.	9,50	9,00 (2º)	▲
 Relação Comercial		Condições comerciais oferecidas pelo laboratório (descontos, pedidos mínimos, etc.).	9,50	9,00 (3º)	▲
 Colaboração		Solidez da relação criada com o departamento de Supply Chain/Logística.	9,50	9,00 (5º)	▲
 Relação Comercial		Prazo de pagamento acordado com o laboratório.	9,50	8,50 (7º)	▲
 Pedido		Erros entre as referências e quantidades pedidas e as recebidas.	9,00	8,50 (8º)	▲
 Pedido		Rapidez e eficiência do laboratório na gestão da logística inversa (devoluções).	9,00	8,50 (9º)	▲
 Receção		Grau de satisfação com o operador logístico do laboratório	9,00	8,00 (10º)	▲
 Customer Service		Existência de uma boa comunicação quotidiana (se são acessíveis, fáceis de contactar, de interlocução simples e com autoridade para tomar decisões).	9,00	8,00 (12º)	▲

O **peso de cada grupo** foi calculado em função da importância expressa pelos armazenistas a cada uma das perguntas que fazem parte do questionário:



Importância dos grupos (II)

Prioridades dos Armazenistas

A evolução no nível de importância de cada um dos grupos, de 2018 a 2023.

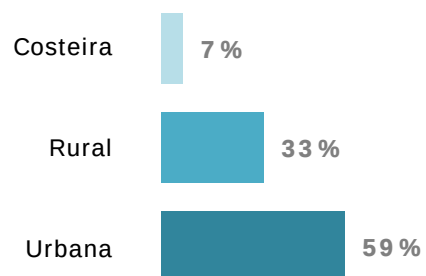
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
 Pedido	15,88%	14,27%	12,47%	12,65%	14,32%	14,32%
 Entrega	13,84%	13,60%	13,00%	12,51%	12,21%	12,50%
 Receção	11,25%	11,27%	11,33%	11,25%	10,11%	10,49%
 Faturação	11,12%	12,53%	11,79%	10,96%	11,43%	11,74%
 Sistemas de Informação	12,86%	12,14%	11,56%	13,28%	11,37%	11,91%
 Customer Service	10,98%	11,41%	12,47%	12,02%	12,42%	13,28%
 Colaboração	12,45%	11,72%	13,06%	13,16%	13,48%	12,34%
 Relação Comercial	11,62%	13,07%	14,33%	14,17%	14,66%	13,43%

**CANAL FARMÁCIA
2023**

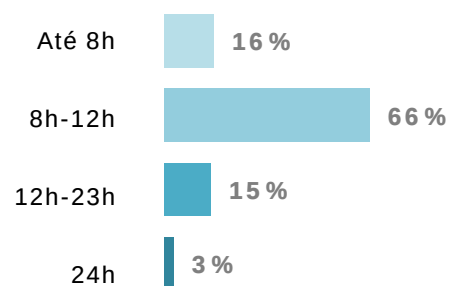


Amostra de 514 Farmácias

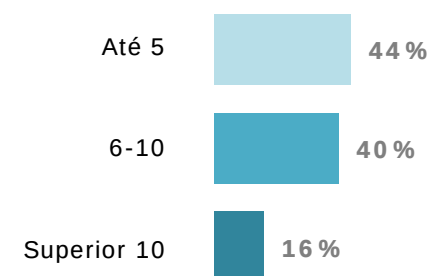
Localização



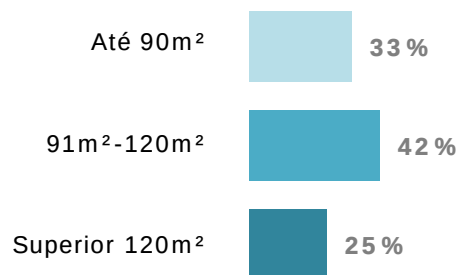
Horário



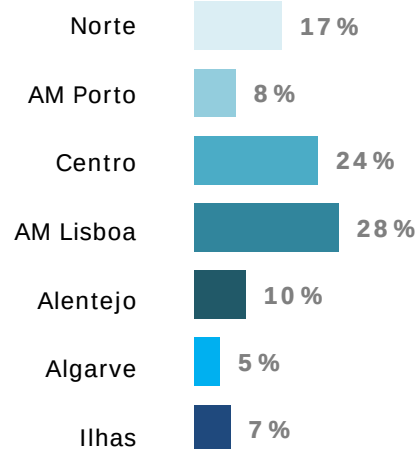
Nº Empregados



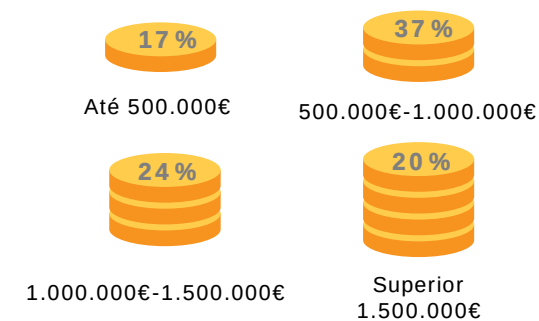
Superfície Comercial



Zona Geográfica

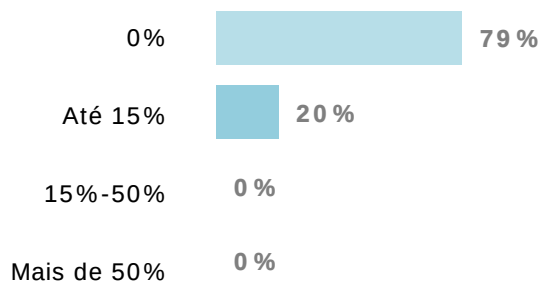


Faturação

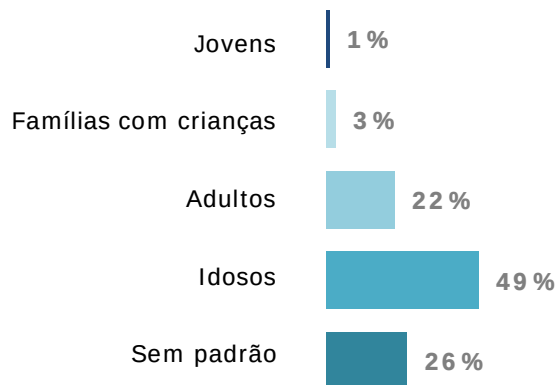


Amostra de 514 Farmácias

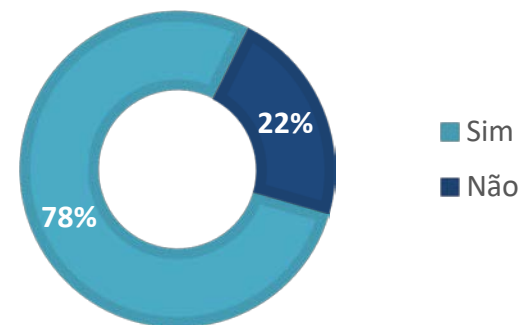
Peso das vendas online



Tipologia de utentes



Pertence a Grupo de Farmácia?



Grupos mais representativos:



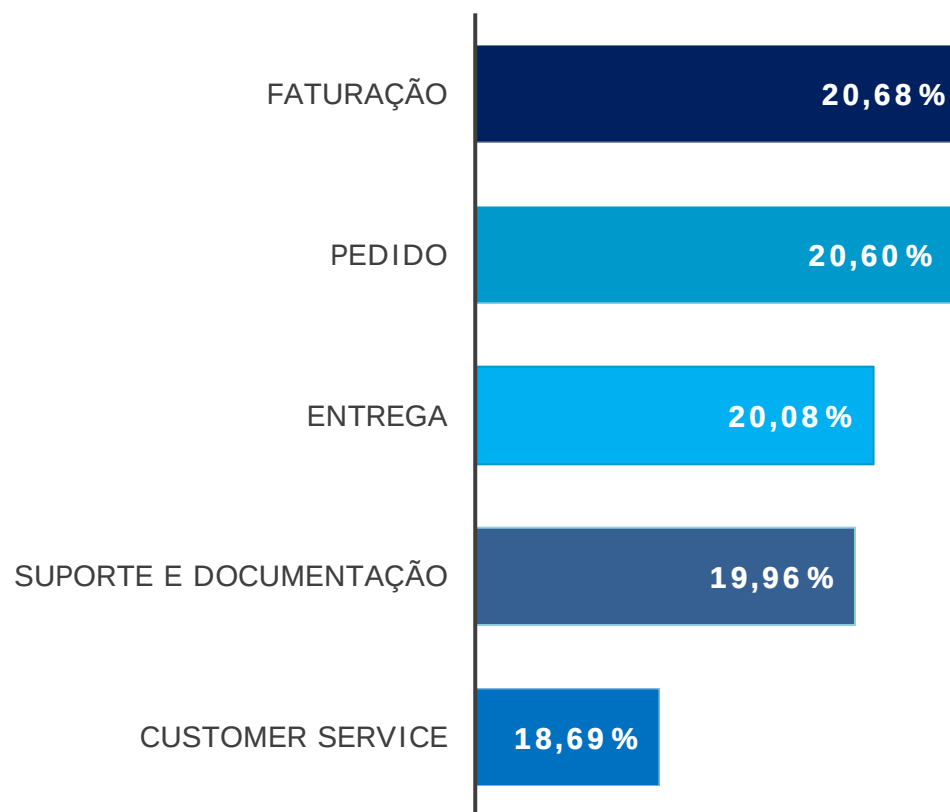
Nota: 2 farmácias com vendas online em 15%-50% e 2 com mais de 50%.

Top 10 perguntas mais importantes para as Farmácias

Prioridades das Farmácias – Serviço Logístico

Grupo		Perguntas mais importantes do estudo	Importância 2023	Importância 2022	Evol. Importância
 Faturação	1	Eficiência na gestão de notas de crédito referente a devoluções.	8,42	7,69 (3º)	▲
 Pedido	2	Rapidez e eficiência do laboratório na gestão da logística inversa (devoluções).	8,36	7,98 (1º)	▲
 Suporte e Documentação	3	Bom estado do produto na receção.	8,32	7,59 (6º)	▲
 Entrega	4	Cumprimento do prazo de entrega acordado.	8,28	7,64 (4º)	▲
 Faturação	5	Erros nas faturas (quantidades, referências, preços).	8,28	7,58 (7º)	▲
 Pedido	6	Erros entre o pedido solicitado e a encomenda realmente entregue.	8,27	7,63 (5º)	▲
 Entrega	7	Prazo de entrega real das campanhas promocionais.	7,93	7,28 (11º)	▲
 Customer Service	8	Facilidade para contactar o serviço de apoio ao cliente do laboratório.	7,81	7,41 (8º)	▲
 Suporte e Documentação	9	Clareza e conteúdo da documentação que acompanha a mercadoria.	7,80	7,34 (10º)	▲
 Customer Service	10	Partilha de informação do estado do pedido através de diferentes meios de comunicação.	7,29	6,85 (14º)	▲

O **peso de cada grupo** foi calculado em função da importância expressa pelas farmácias a cada uma das perguntas que fazem parte do questionário:



Importância dos grupos (II)

Prioridades das Farmácias – Serviço Logístico

A evolução no nível de importância de cada um dos grupos, de 2018 a 2023.

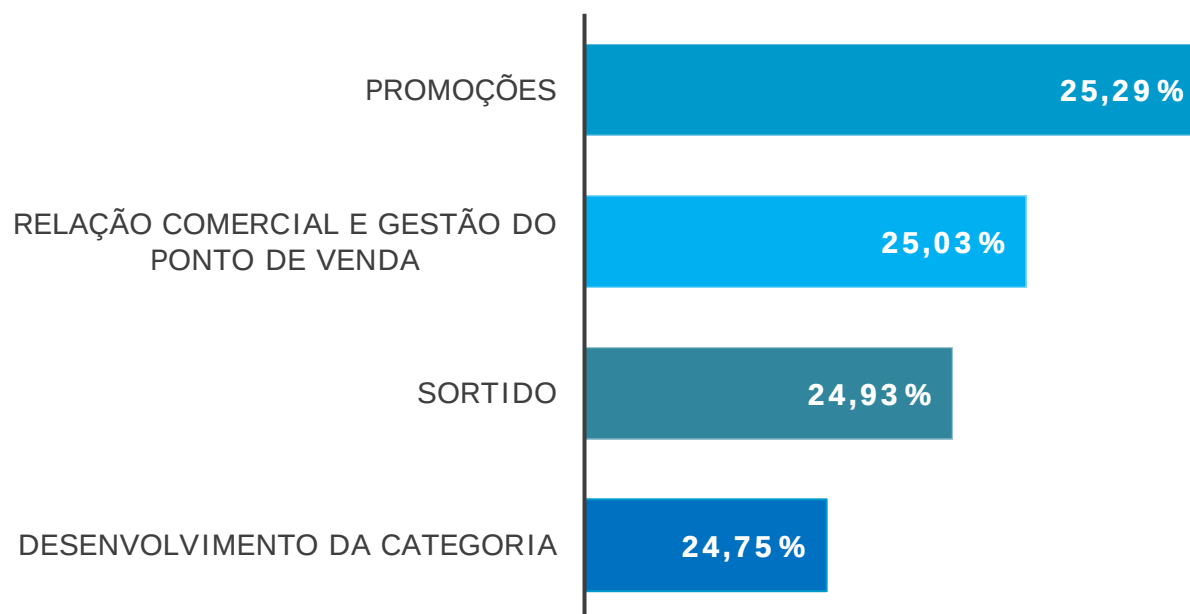
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
 Pedido	21,44%	22,14%	22,00%	21,53%	20,96%	20,60%
 Entrega	20,64%	19,76%	19,77%	19,64%	20,00%	20,08%
 Suporte e Documentação	20,44%	20,46%	20,79%	20,62%	20,03%	19,96%
 Customer Service	17,38%	17,23%	17,20%	18,15%	19,11%	18,69%
 Faturação	20,10%	20,41%	20,24%	20,07%	19,90%	20,68%

Top 10 perguntas mais importantes para as Farmácias

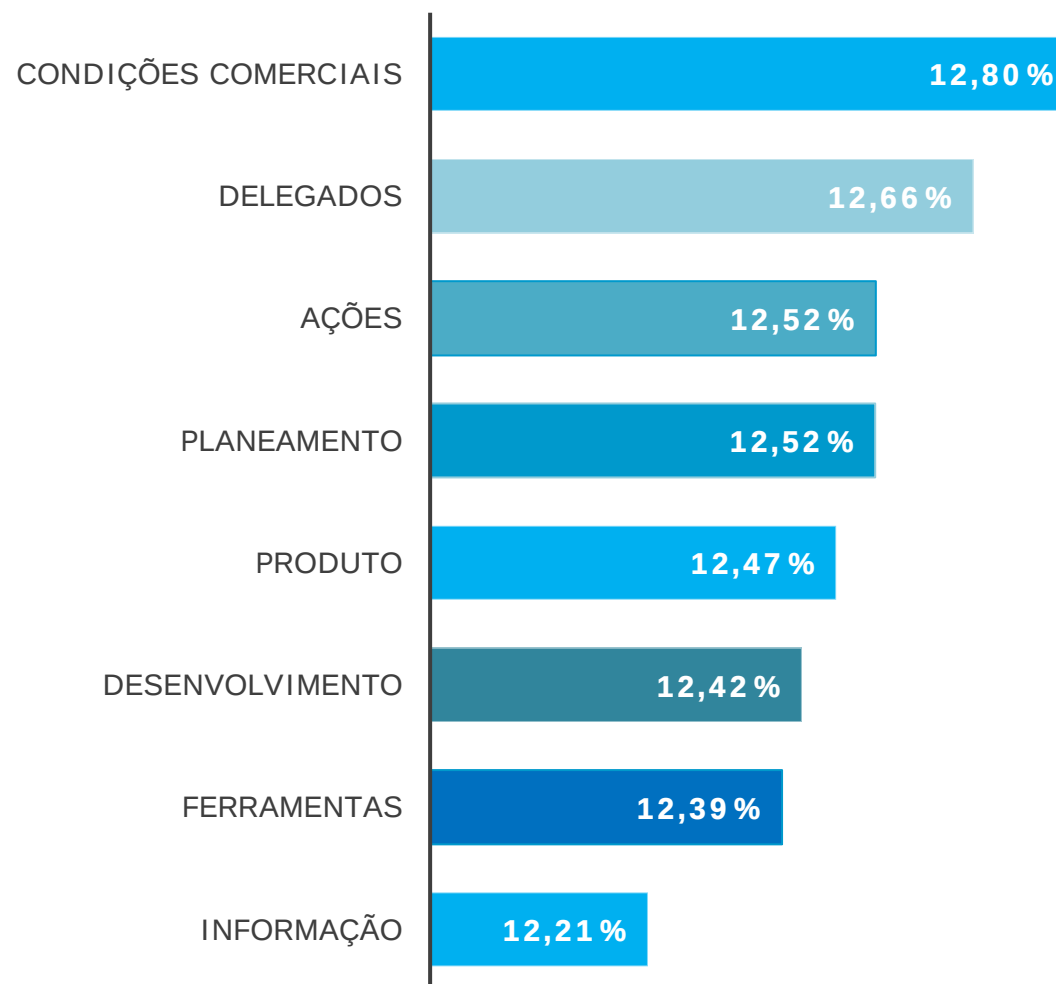
Prioridades das Farmácias – Relação Comercial

Grupo		Perguntas mais importantes do estudo	Importância 2023	Importância 2022	Evol. Importância
Sortido	1	Competitividade das condições comerciais (descontos, pedido mínimo, etc.).	8,68	7,97 (1º)	▲
Relação Comercial e Gestão do Ponto de Venda	2	Ajuste do perfil dos delegados às necessidades da farmácia (venda, formação, etc.) e se existe uma boa relação comercial.	8,38	7,81 (2º)	▲
Desenvolvimento da Categoria	3	Capacidade de se adaptar às especificidades da farmácia (tamanho, localização, tipo de cliente, etc.).	8,13	7,66 (3º)	▲
Relação Comercial e Gestão do Ponto de Venda	4	Partilha de informação atualizada das alterações do produto (lançamentos ou descontinuação de artigos, preços, etc.).	8,11	7,63 (4º)	▲
Promoções	5	Desenvolvimento de ações promocionais fáceis de executar nas farmácias.	8,00	7,27 (14º)	▲
Desenvolvimento da Categoria	6	Qualidade das ações propostas na farmácia para aumentar as vendas.	7,96	7,60 (5º)	▲
Relação Comercial e Gestão do Ponto de Venda	7	Qualidade da formação oferecida pelo laboratório.	7,78	7,42 (8º)	▲
Sortido	8	Marcas fortes e conhecidas.	7,78	7,42 (9º)	▲
Promoções	9	Planeamento e apresentação com antecedência as ações promocionais.	7,78	7,15 (18º)	▲
Sortido	10	Abrangência do portfólio oferecido pelo laboratório.	7,71	7,45 (7º)	▲

O **peso de cada grupo** foi calculado em função da importância expressa pelas farmácias a cada uma das perguntas que fazem parte do questionário:



O **peso de cada subgrupo** foi calculado em função da importância expressa pelas farmácias a cada uma das perguntas que fazem parte do questionário:

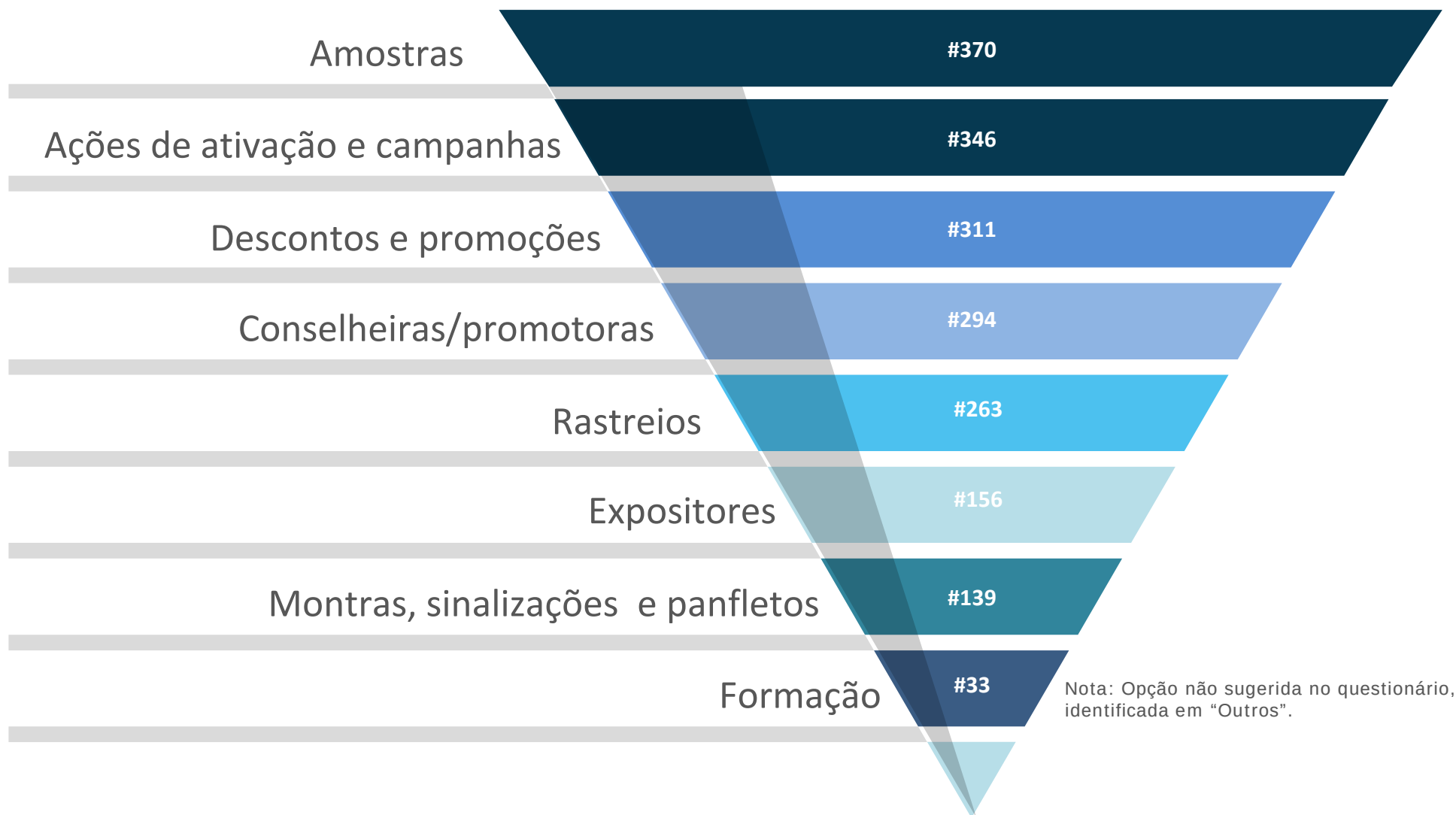


A evolução no nível de importância de cada um dos subgrupos, de 2018 a 2023.

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
 Informação	13,40%	13,00%	12,86%	13,30%	12,61%	12,21%
 Ações	13,90%	12,76%	13,26%	13,15%	12,80%	12,52%
 Delegados	12,36%	12,64%	12,71%	12,87%	12,81%	12,66%
 Ferramentas	11,60%	12,08%	11,59%	12,10%	12,35%	12,39%
 Planeamento	12,51%	12,70%	12,43%	12,09%	12,26%	12,52%
 Desenvolvimento	12,17%	12,74%	12,35%	11,91%	12,17%	12,42%
 Produto	11,41%	10,76%	11,35%	11,73%	12,23%	12,47%
 Condições Comerciais	12,65%	13,33%	13,45%	12,84%	12,76%	12,80%



Feedback das farmácias: Ações mais valorizadas.
Número de farmácias que identificou cada iniciativa.



PERSPETIVA **CENTRAL**
DOS
GRUPOS DE FARMÁCIAS
2023



Top 5 perguntas mais importantes na perspetiva central

Prioridades – Serviço Logístico

	Perguntas mais importantes do estudo	Importância 2023	Importância 2022	Evol. Importância
	Erros entre o pedido solicitado e a encomenda realmente entregue.	9.58	8,61 (1º)	▲
	Erros nas faturas (quantidades, referências, preços).	9.17	8,06 (3º)	▲
	Bom estado do produto na receção.	9.17	7,50 (4º)	▲
	Cumprimento do prazo de entrega acordado com o laboratório.	8.33	7,22 (6º)	▲
	Gestão de notas de crédito de devoluções.	8.33	7,22 (7º)	▲

Feedback dos Grupos: Principais motivos das devoluções



Troca de produtos, quantidades enviadas em excesso e por motivos de validade



Danificados, não solicitados / trocas e prazo de validade curto



Prazo de validade curto e produto danificado



Produto danificado, prazos de validade curto e produto que veio trocado



Validade (só aceitamos prazos de validade superiores a 1 ano)



Validade

Top 5 perguntas mais importantes na perspetiva central

Prioridades – Relação Comercial

	Perguntas mais importantes do estudo	Importância 2023	Importância 2022	Evol. Importância
1	Competitividade das condições comerciais (descontos, preços atrativos, pedido mínimo, etc.).	9.71	9,50 (1º)	▲
2	Comprometimento do laboratório para trabalhar em parceria.	9.22	9,31 (2º)	▼
3	Proposta de ações adequadas à estratégia do grupo.	8.82	8,56 (3º)	▲
4	Planeamento e apresentação com antecedência das ações.	8.28	7,88 (4º)	▲
5	Boa relação e perfil dos interlocutores comerciais do laboratório.	8.26	7,75 (5º)	▲

Feedback dos Grupos: Ações mais valorizadas pelos **grupos de farmácias de grande dimensão.**



- Tudo o que seja facilitador da relação com o consumidor e dar a conhecer o produto. Amostras, expositores, rastreios, e outros. TV e campanhas de media.



- Rastreios
- Expositores adequados a balcão



- Projetos
- Rastreios (pode ter dinâmica de produto associada)
- Formação
- Campanhas SI e SO



- Formação das equipas das farmácias
- Comunicação dentro da farmácia com o utente



- Hoje, mais do que nunca, é importante que os diversos parceiros do grupo sejam proativos na relação que mantêm com as farmácias, de forma que esta saia fortalecida. Rastreios, iniciativas com a comunidade e dinâmicas que envolvam os utentes são extremamente valorizadas e reforçam os laços da farmácia com o parceiro comercial.



- Rastreios
- Formações
- Amostras



- Rastreio
- Amostras
- Formações de produto



- As Farmácias do Grupo Unica valorizam as ações que façam destacar a Farmácia na sua zona. Desde material de merchandising para o seu espaço a ações para o consumidor final (rastreios, amostras).

Feedback dos Grupos: Ações mais valorizadas pelos **grupos de farmácias de pequena dimensão.**



- Rastreios



- Amostras



- Ações de dinamização no ponto de venda como rastreio/diagnósticos
- Apoio ao sell out
- Merchandising



- Rastreios, amostras e destaques dos lineares
- Rastreios ao público
- Amostras
- Sinalizações (apenas) de promoções
- Formações à equipa
- Expositores
- Amostras
- Promotoras
- Montras



- O que mais valorizamos é a diferenciação das farmácias do Grupo versus o mercado geral. Assim sendo, valorizamos tudo o que é tailor-made, quer a ideia parta do Grupo, quer da Indústria Farmacêutica. Estamos sempre disponíveis para as ideias pioneiras e dinâmicas!



- Investimento em ações de formação próprias
- Investimento em reuniões do grupo
- Investimento em novas tecnologias na farmácia



- As ações mais importantes são as ações de formação, oferta de amostras aos consumidores e agendamento de conselhos.



- Ações de conselho diferenciadoras, rastreios cutaneos e capilares, workshops temáticos, amostras, brindes ao consumidor.



- Amostras e ajudarem no desenvolvimento do espaço da Farmácia, sem poluição visual de expositores e sem muitas sinalizações.



CONCLUSÕES 2023



Resumo da evolução dos segmentos (I)

Evolução e comparação das avaliações nos diferentes canais por segmento.

Parafarmácias

Armazenistas

Farmácias

Inovadores

Inovadores

Serviço Logístico

7.21 (2023) ▲

7.04 (2022) ▲

6.57 (2021)

Serviço Logístico

5.85 (2023) ▲

5.84 (2022) ▲

5.32 (2021)

Relação Comercial

5.77 (2023) ▲

5.71 (2022) ▲

5.42 (2021)

OTCs

OTCs

OTCs

Serviço Logístico

5.80 (2023) ▼

6.02 (2022) ▲

5.73 (2021)

Relação Comercial

5.52 (2023) ▲

5.19 (2022) ▲

5.11 (2021)

Serviço Logístico

6.81 (2023) ▲

6.80 (2022) ▲

6.38 (2021)

Serviço Logístico

5.81 (2023) ▼

5.86 (2022) ▲

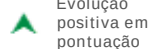
5.29 (2021)

Relação Comercial

5.51 (2023) ▼

5.65 (2022) ▲

5.36 (2021)



Evolução
positiva em
pontuação



Evolução
negativa em
pontuação

Resumo da evolução dos segmentos (II)

Evolução e comparação das avaliações nos diferentes canais por segmento.

Parafarmácias

Dermocosmética

Serviço Logístico

5.72 (2023) ▼

5.84 (2022) ▲

5.58 (2021)

Relação Comercial

6.05 (2023) ▼

6.14 (2022) ▼

6.16 (2021)

Armazenistas

Dermocosmética

Serviço Logístico

6.44 (2023) ▼

6.45 (2022) ▲

5.87 (2021)

Farmácias

Dermocosmética

Serviço Logístico

5.89 (2023) ▲

5.88 (2022) ▲

5.37 (2021)

Relação Comercial

6.17 (2023) ▲

5.93 (2022) ▲

5.80 (2021)

Genéricos

Serviço Logístico

5.72 (2023) ▼

6.05 (2022) ▲

5.94 (2021)

Relação Comercial

4.85 (2023) ▲

3.08 (2022) ▲

2.89 (2021)

Genéricos

Serviço Logístico

6.81 (2023) ▼

7.04 (2022) ▲

6.61 (2021)

Genéricos

Serviço Logístico

6.06 (2023) ▲

5.94 (2022) ▲

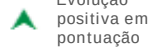
5.20 (2021)

Relação Comercial

5.80 (2023) ▲

5.65 (2022) ▲

5.22 (2021)



Evolução
positiva em
pontuação



Evolução
negativa em
pontuação

Evolução e comparação das avaliações nos diferentes canais por segmento.

Centrais dos Grupos de Farmácias

OTCs

Serviço Logístico

7.17 (2023) ▲

6.62 (2022) ▲

6.11 (2021)

Relação Comercial

5.67 (2023) ▼

6.01 (2022) ▼

6.04 (2021)

Genéricos

Serviço Logístico

6.54 (2023) ▼

6.75 (2022) ▲

6.15 (2021)

Relação Comercial

6.93 (2023) ▲

6.31 (2022) ▼

6.87 (2021)

Inovadores

Serviço Logístico

7.41 (2023) ▲

n/a

5.98 (2021)

Relação Comercial

5.50 (2023) ▼

6.20 (2022) ▲

5.97 (2021)

Dermocosmética

Serviço Logístico

7.46 (2023) ▲

5.76 (2022) ▼

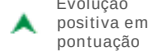
5.83 (2021)

Relação Comercial

6.71 (2023) ▲

6.27 (2022) ▲

6.21 (2021)



Evolução
positiva em
pontuação



Evolução
negativa em
pontuação



A Visão da GS1 Portugal

A nossa Visão é a de um Mundo onde os bens e a sua informação se movimentam de forma eficiente e segura, para benefício dos negócios e melhoria da vidas das Pessoas, todos os dias.

GS1 Portugal

Estrada do Paço do Lumiar, Campus do Lumiar, Ed. K3
1649-038 Lisboa
Telefone: +351 21 752 07 51

<http://www.gs1pt.org/>
benchmarking@gs1pt.org