

Logística Farmacêutica está em alta no país

De olho no potencial de crescimento do setor, One Medicamentos se destaca ao ajudar pequenas e médias farmácias atendendo pedidos de menor valor e com entregas em 24h

11/08/2016 14:19:24

A distribuidora farmacêutica One Medicamentos tem na mira dobrar de faturamento no próximo ano. A expectativa é fechar 2016 na marca dos R\$ 30 mi e 2017 em R\$ 60 mi. Para isso, conta não só com a performance na distribuição de remédios, como também de itens de perfumaria, vitaminas e nutracêuticos – esses dois últimos, o novo nicho de destaque nas farmácias.

Um dos poucos segmentos a não sentir os efeitos da crise, o setor farmacêutico avançou 10,6% nos quatro primeiros meses deste ano, segundo dados do Sindicato da Indústria de Produtos Farmacêuticos no estado de São Paulo. O número representa as vendas de remédios, mas as farmácias comemoram também o aumento do volume de vendas dos “não medicamentos” – itens como sabonete, escova de dente, tinta de cabelos, barbeador, cujas vendas acumulam crescimento ainda maior. Segundo a Abrafarma, a venda de itens de perfumaria já cresce mais do que a dos medicamentos (cerca de 14%), somando quase metade do volume comercializado em remédios.

Para fazer essa engrenagem girar, o grande desafio é manter abastecidas as 72 mil farmácias do país – 80% de pequeno porte. E para reduzir custos operacionais e manter a qualidade de entrega, entra em cena a logística farmacêutica, a bola da vez do setor.

É nesse filão que a One Medicamentos está de olho. “Enxergamos que havia uma demanda reprimida no Estado de São Paulo pelas entregas rápidas e investimos nesse diferencial, agregando ainda a possibilidade da realização de pedidos pequenos. Entregamos pedidos a partir de R\$ 80,00 e em menos de 24h”, afirma Marcos Avelar, sócio da empresa, complementando que “um projeto de logística customizado permite que o varejo diminua os gastos com estoque”.

A exclusividade na distribuição de nutracêuticos e vitaminas da marca Liteé para todo o estado de São Paulo é outro diferencial. “É raro encontrar hoje alguém que não tenha incorporado ao menos uma cápsula de vitamina ou nutracêutico na rotina, como forma de cuidado com a saúde. Atrelar a exclusividade da distribuição de uma marca conceituada no mercado à nossa atuação, foi uma forma que encontramos para fidelizar nossos clientes”, completa. “A farmácia precisa ter um parceiro logístico que agregue valor ao negócio, com os nutracêuticos, é isso que estamos fazendo, pois o

consumidor atual, quer entrar na loja e encontrar esses novos produtos, e esses precisam já estarem disponíveis nas gôndolas”.

“Para crescer, investimos em infraestrutura e expansão da área de atuação. Já temos uma área para estoque seis vezes maior do que a do ano passado e estamos trabalhando para, em 2017, passar a atender também toda a região Sul e, em 2018, atuar em Minas Gerais”, explica.

Para não perder de vista o pronto atendimento e agilidade de entrega, 130 profissionais compõem o organograma da empresa, que recebe pedidos online 24h, além do atendimento convencional via call center e consultores de vendas externos em horário comercial.