

























Benchmarking Saúde 2019

Estudo do Nível de Serviço e
Relação Comercial

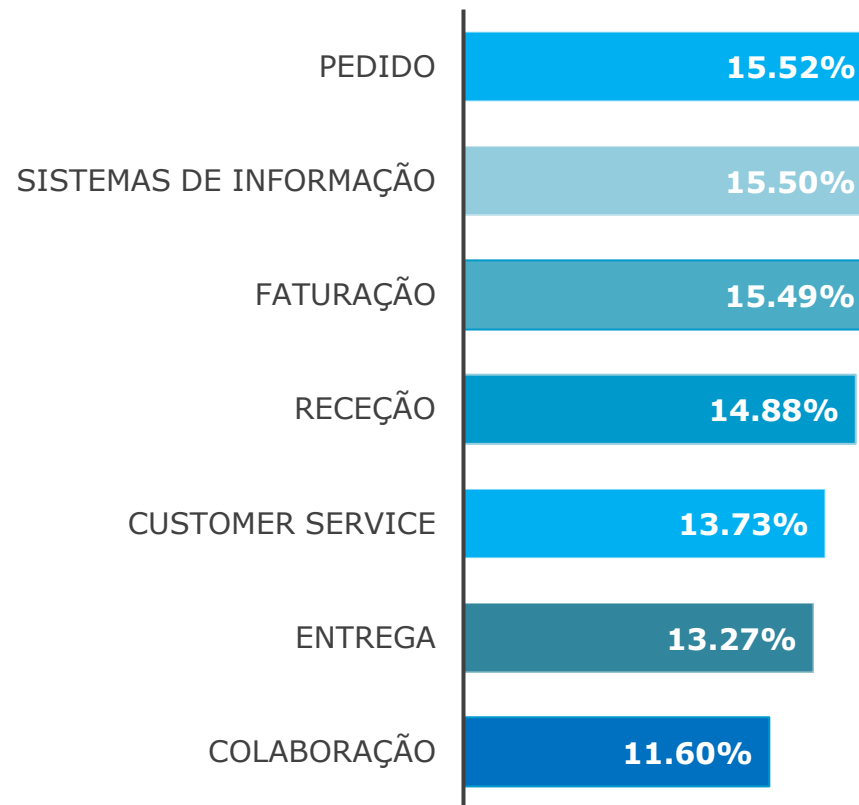


Top 10 perguntas mais importantes para as Parafarmácias









Prioridades das Parafarmácias – Nível de Serviço Logístico

Grupo	Perguntas mais importantes do estudo	Importância 2019	Importância 2018	Evol. Importância
 Sistemas de Informação	1 Proatividade na gestão de informação de altas, baixas e lançamentos de novos produtos (atualização em tempo e qualidade dos dados)	8,75	8,75 (6º)	
 Receção	2 Configuração da encomenda na palete facilita a sua abertura, desmontagem e manuseamento	8,75	5,00 (36º)	
 Pedido	3 Erros entre referências pedidas e referências recebidas	8,50	8,75 (2º)	
 Faturação	4 Grau de satisfação no processamento de débitos e créditos fruto de discrepâncias nas faturas	8,13	6,88 (17º)	
 Faturação	5 Grau de clareza, quantidade e conteúdo das faturas geradas pelo laboratório	8,13	5,63 (33º)	
 Pedido	6 Roturas de stocks com as mesmas referências ou marcas	8,00	8,75 (2º)	
 Faturação	7 Erros nas faturas por discrepâncias nas quantidades ou referências faturadas	8,00	8,13 (8º)	
 Faturação	8 Erros em faturas por discrepâncias entre os preços faturados e os que constam no seu sistema	8,00	7,50 (12º)	
 Receção	9 Bom estado do produto na receção	7,92	7,50 (12º)	
 Faturação	10 O laboratório informa com antecedência de alterações de preços, variações no IVA, alterações de wholesale price, etc	7,50	8,75 (4º)	
 Sistemas de Informação	10 Grau de capacidade do laboratório para se adaptar às suas necessidades EDI	7,50	8,75 (4º)	

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



A evolução no nível de importância de cada um dos grupos, de 2016 a 2019.

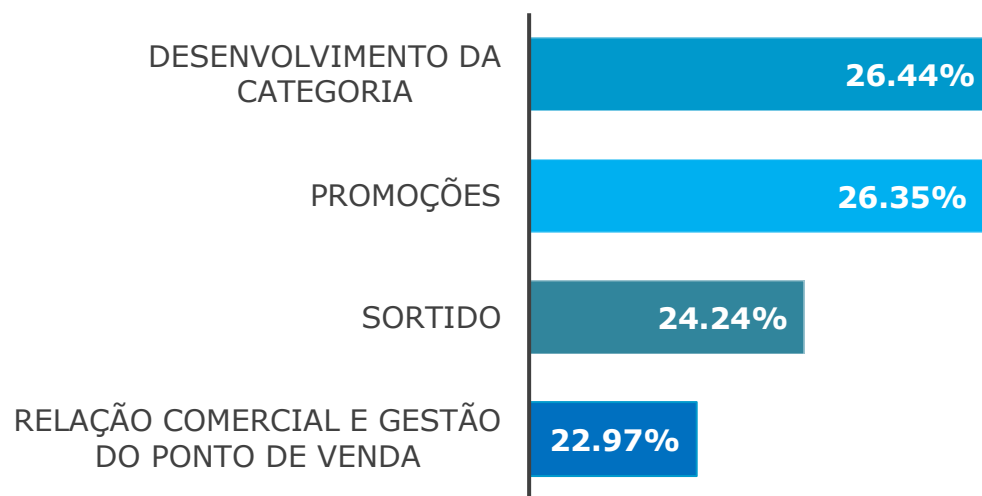
	2016	2017	2018	2019
 Pedido	13,94%	17,19%	17,02%	15,52%
 Entrega	12,42%	14,04%	13,76%	13,27%
 Receção	10,39%	12,40%	10,96%	14,88%
 Faturação	12,83%	15,01%	14,77%	15,49%
 Sistemas de Informação	13,73%	14,99%	16,16%	15,50%
 Customer Service	11,62%	12,53%	13,61%	13,73%
 Colaboração	12,39%	13,85%	13,70%	11,60%
 Devoluções	12,68%	-	-	-

Top 10 perguntas mais importantes para as Parafarmácias

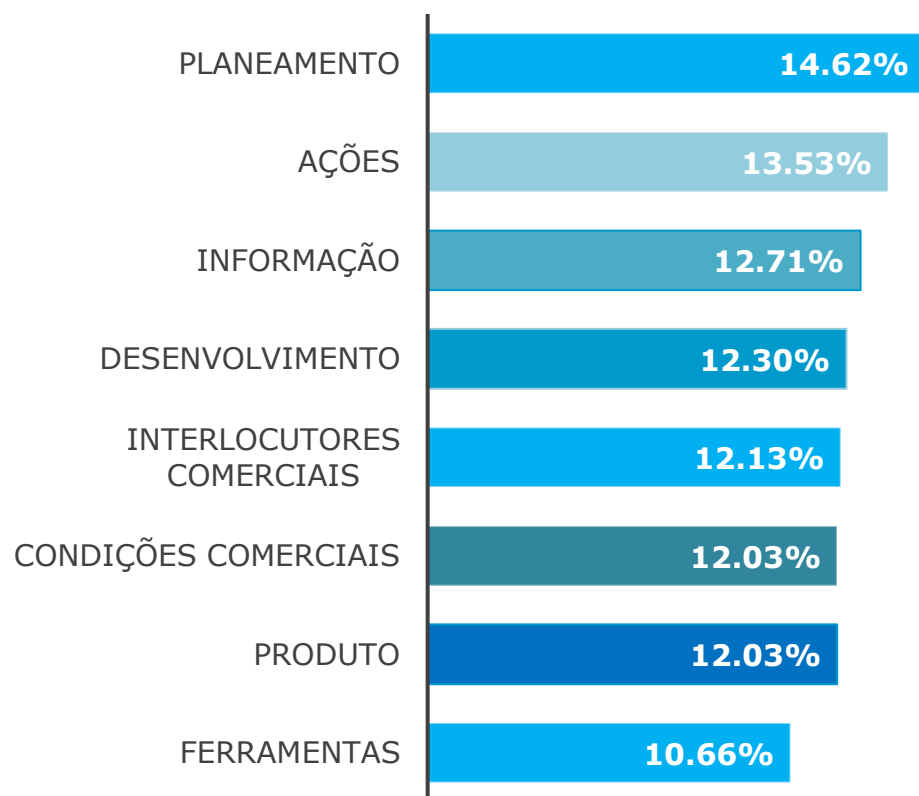
Prioridades das Parafarmácias – Relação Comercial

Grupo	Perguntas mais importantes do estudo	Importância 2019	Importância 2018	Evol. Importância
Sortido	1 Competitividade das condições comerciais (Descontos, pedido mínimo, etc)	10,00	9,00 (1º)	▲
Promoções	2 Planeamento e apresentação com antecedência das ações promocionais	9,50	8,75 (2º)	▲
Desenvolvimento da Categoria	3 Capacidade de se adaptar às especificidades da Parafarmácia (tamanho, situação, etc) para propor ações personalizadas	9,00	8,50 (3º)	▲
Desenvolvimento da Categoria	4 Número de ações realizadas na Parafarmácia para aumentar as vendas	9,00	8,50 (4º)	▲
Sortido	5 Dispõe de marcas fortes e conhecidas	8,50	7,50 (8º)	▲
Promoções	6 As promoções são fáceis de entender pelos clientes (simples, claras e fácil de entender)	8,50	7,00 (14º)	▲
Promoções	7 Antecedência com o laboratório partilha/avisa as incidências relacionadas com a falta de stock	8,33	7,50 (8º)	▲
Relação Comercial e Gestão do Ponto de Venda	8 Oferece informação atualizada das alterações do produto (altas, baixas, preços, etc)	8,00	8,50 (4º)	▼
Relação Comercial e Gestão do Ponto de Venda	9 Os interlocutores comerciais realizam de forma correta as suas funções	8,00	8,13 (6º)	▼
Desenvolvimento da Categoria	10 Qualidade das ações propostas na Parafarmácia para aumentar as vendas	7,50	8,00 (7º)	▼









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

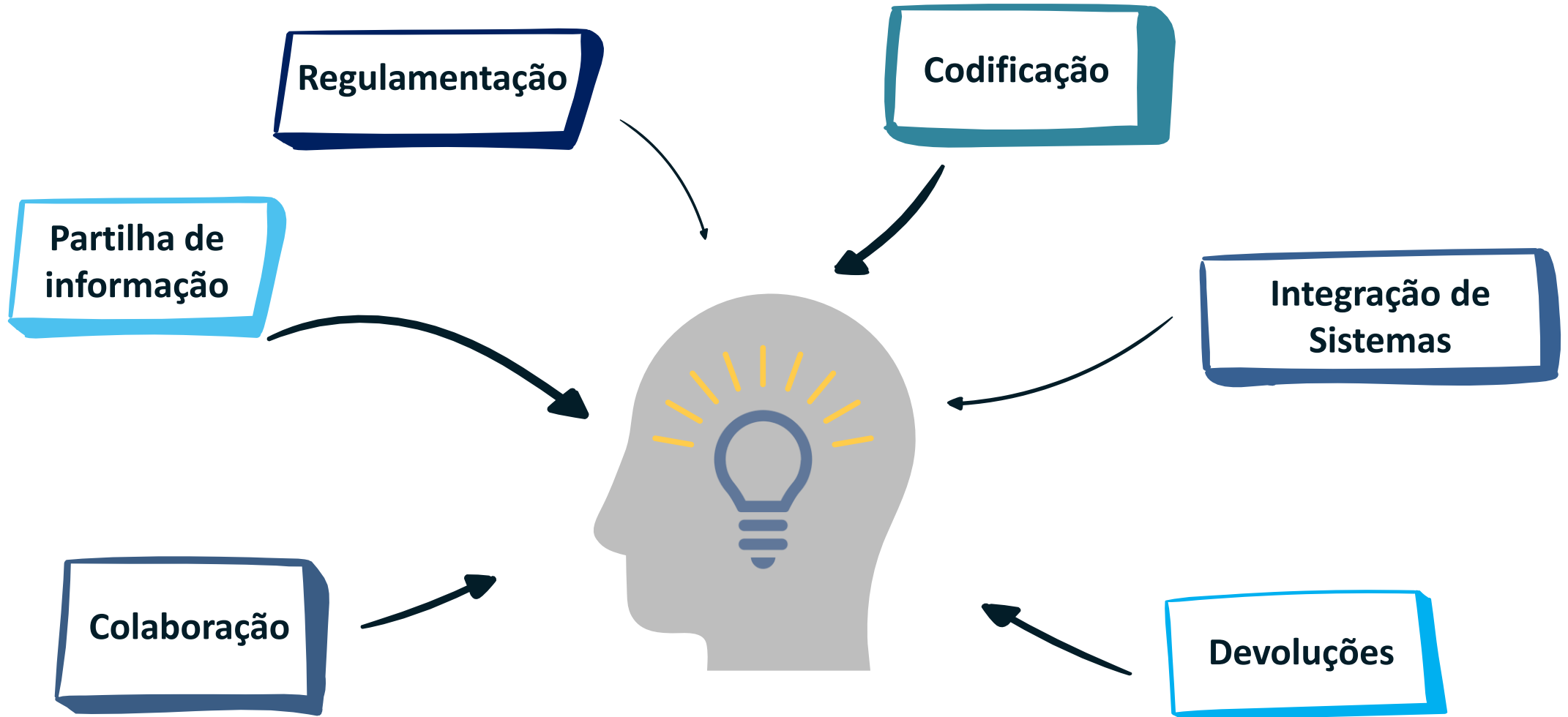


O **peso de cada subgrupo** foi calculado em função da importância expressada pelas parafarmácias a cada uma das perguntas que fazem parte do questionário:



A evolução no nível de importância de cada um dos subgrupo, de 2016 a 2019.

	2016	2017	2018	2019
 Informação	13,52%	13,47%	13,83%	12,71%
 Ações	12,52%	14,18%	14,27%	13,53%
 Interlocutores Comerciais	13,02%	12,19%	13,32%	12,13%
 Ferramentas	12,02%	10,78%	10,72%	10,66%
 Planeamento	13,02%	12,76%	14,05%	14,62%
 Desenvolvimento	11,52%	12,05%	10,97%	12,30%
 Produto	12,02%	11,34%	11,53%	12,03%
 Condições Comerciais	12,35%	13,23%	11,31%	12,03%



TENDÊNCIAS PARAFARMÁCIAS

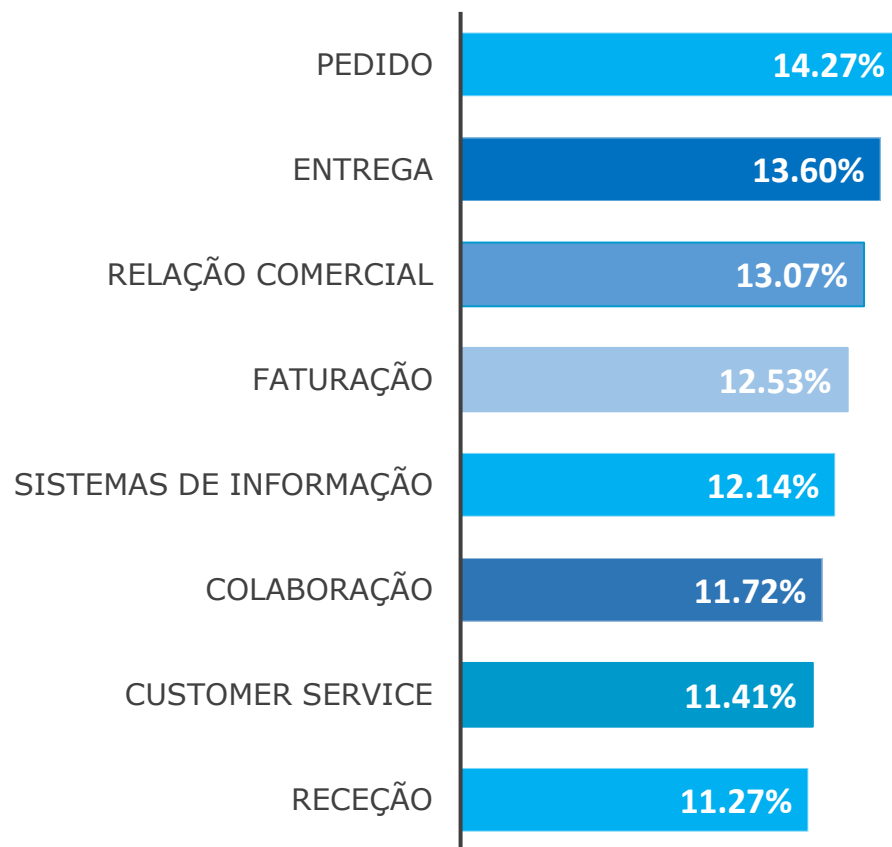


Top 10 perguntas mais importantes para os Armazenistas









Prioridades dos Armazenistas

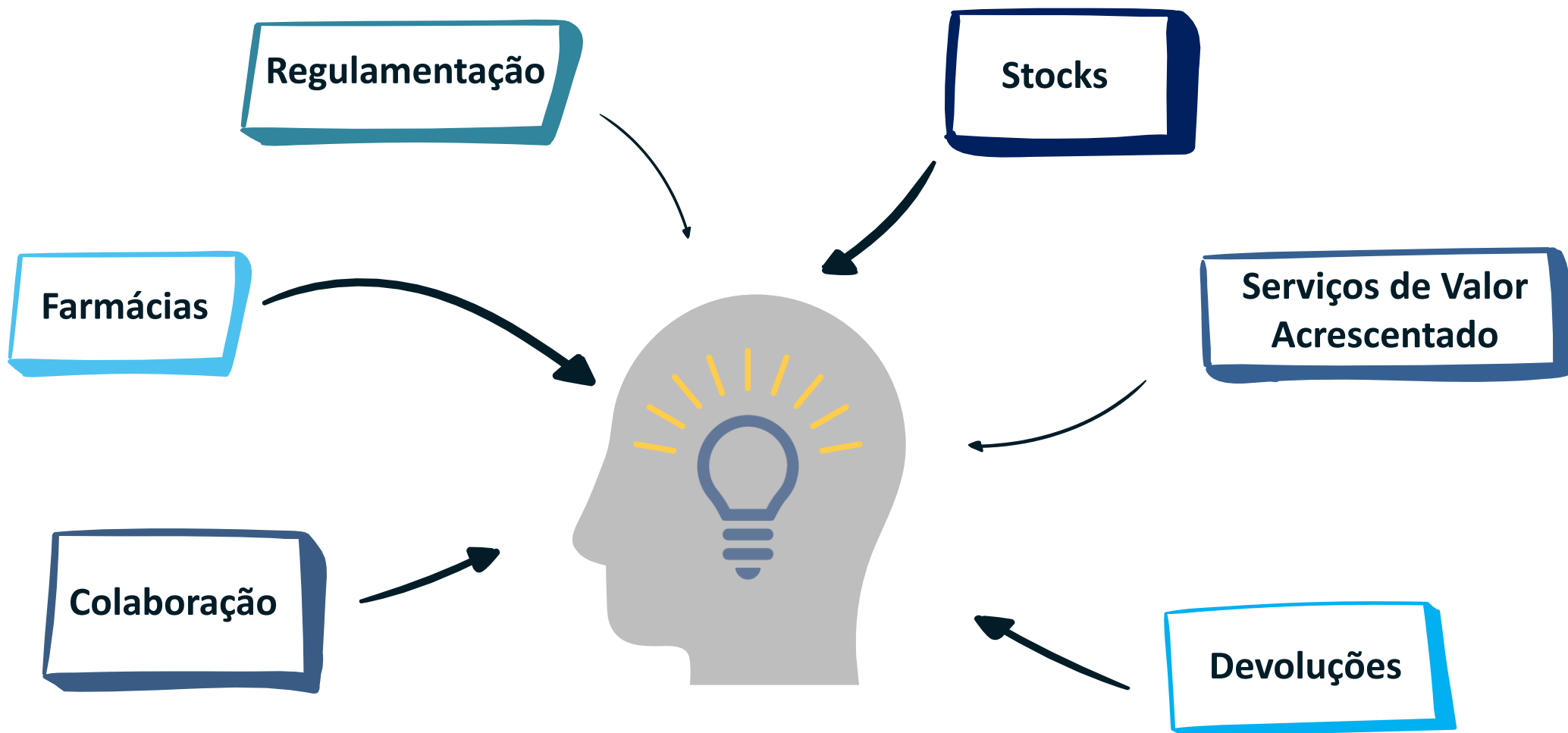
Grupo	Perguntas mais importantes do estudo	Importância 2019	Importância 2018	Evol. Importância
 Entrega	1 Prazo de entrega estabelecido pelo laboratório (Lead Time)	9,00	8,75 (3º)	▲
 Pedido	2 Roturas de stocks com as mesmas referências ou marcas	8,75	8,75 (3º)	▶
 Pedido	3 Erros entre quantidades pedidas e quantidades recebidas	8,33	8,75 (2º)	▼
 Entrega	4 Correto controlo da temperatura dos produtos durante o transporte	8,33	8,33 (5º)	▶
 Relação Comercial	5 Condições comerciais oferecidas pelo laboratório (descontos, pedidos mínimos, etc)	8,33	6,50 (19º)	▲
 Pedido	6 Erros entre referências pedidas e referências recebidas	7,92	9,58 (1º)	▼
 Entrega	7 Proatividade do laboratório na hora de avisar pedidos com incidências por falta de stock	7,92	7,50 (10º)	▲
 Colaboração	7 Solidez da relação criada com o seu departamento de logística/compras	7,92	7,50 (10º)	▲
 Receção	9 Bom estado do produto na receção	7,92	6,25 (23º)	▲
 Faturação	10 Erros nas faturas por discrepâncias nas quantidades ou referências faturadas	7,92	5,42 (36º)	▲

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



A evolução no nível de importância de cada um dos grupos, de 2016 a 2019.

	2016	2017	2018	2019
 Pedido	16,48%	14,34%	15,88%	14,27%
 Entrega	16,10%	13,12%	13,84%	13,60%
 Receção	11,34%	12,16%	11,25%	11,27%
 Faturação	13,11%	10,96%	11,12%	12,53%
 Sistemas de Informação	14,04%	12,33%	12,86%	12,14%
 Customer Service	14,04%	11,95%	10,98%	11,41%
 Colaboração	14,89%	12,83%	12,45%	11,72%
 Relação Comercial	-	12,33%	11,62%	13,07%

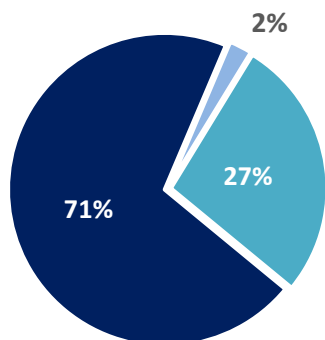


TENDÊNCIAS ARMAZENISTAS



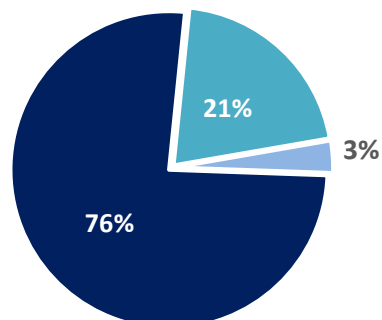
Amostra de 200 Farmácias

Localização



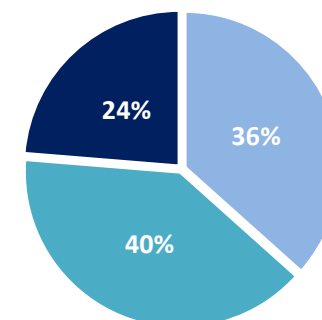
■ Costeira ■ Rural ■ Urbana

Horário



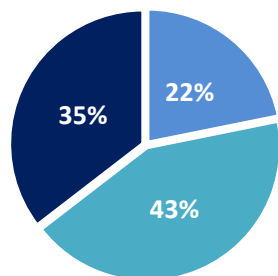
■ Entre 8h e 12h ■ Entre 12h e 24h ■ Mais de 24h

Empregados



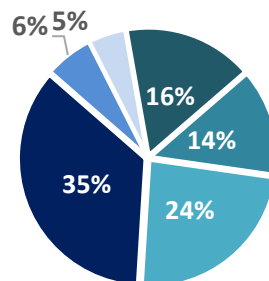
■ Até 5 ■ De 6 a 10 ■ Mais de 10

Superfície comercial



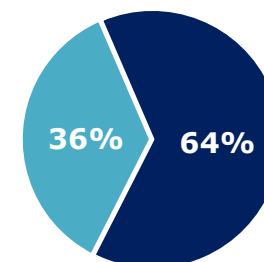
■ Entre 71m2 e 90m2 ■ Entre 91m2 e 120m2
■ Mais de 120m2

Zona geográfica



■ Norte ■ AM do Porto ■ Centro
■ AM de Lisboa ■ Alentejo ■ Algarve

Pertence a grupo de farmácias?













■ Individuais ■ Grupo

Grupos mais representativos:

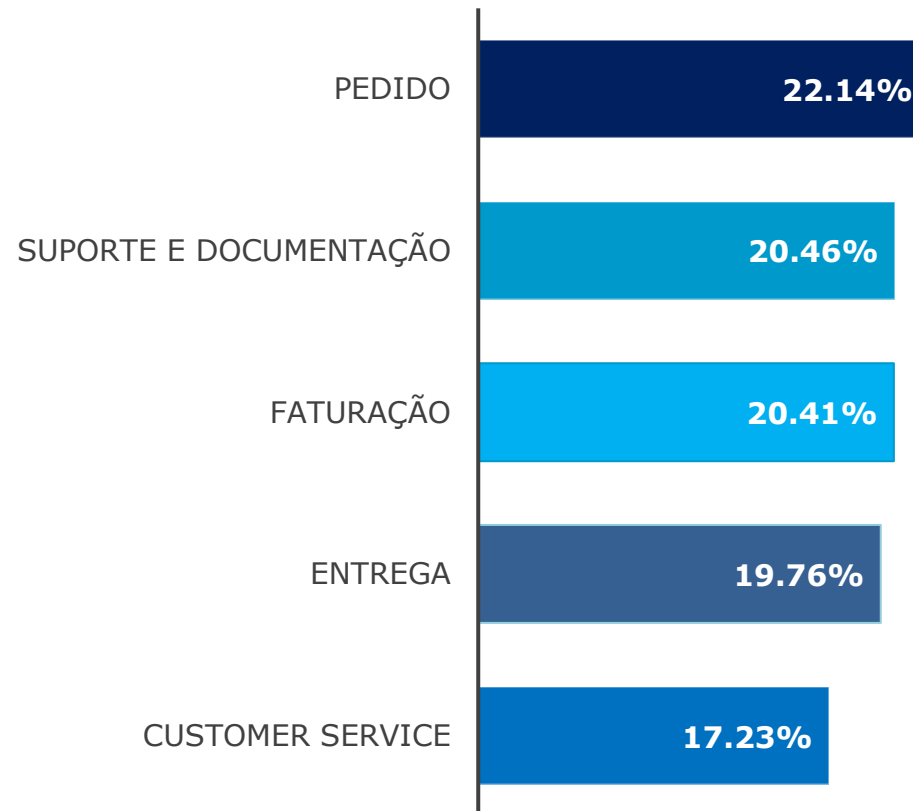
- Única
- Addo Pharm
- Firstpharma
- Silveira
- Rede Claro

Top 10 perguntas mais importantes para as Farmácias







Prioridades das Farmácias – Nível de Serviço Logístico

Grupo	Perguntas mais importantes do estudo	Importância 2019	Importância 2018	Evol. Importância
 Pedido	1 Erros entre pedido solicitado e encomenda entregue	9,29	8,54 (8º)	▲
 Pedido	2 Rapidez e eficiência na gestão da logística inversa (devoluções)	8,74	9,26 (4º)	▼
 Suporte e Documentação	3 O produto chega em mau estado, estragado, sujo, etc	8,66	8,96 (5º)	▼
 Faturação	4 Erros de faturas (quantidades, referências, preços)	8,54	9,28 (3º)	▼
 Pedido	5 Os produtos são entregues com uma data de validade curta	8,45	9,44 (1º)	▼
 Entrega	6 Prazo de entrega real desde que se realiza o pedido até que chega o produto	8,35	9,39 (2º)	▼
 Faturação	7 Clareza e conteúdo das faturas	8,12	8,24 (10º)	▼
 Faturação	8 Gestão de notas de crédito de devoluções	8,05	8,70 (7º)	▼
 Faturação	9 Dispõe de informação relativa a pagamentos, cobranças, envios, etc	7,84	7,82 (13º)	▲
 Suporte e Documentação	10 Clareza e conteúdo das faturas/notas de encomenda	7,66	8,35 (9º)	▼

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



A evolução no nível de importância de cada um dos grupos, de 2016 a 2019.

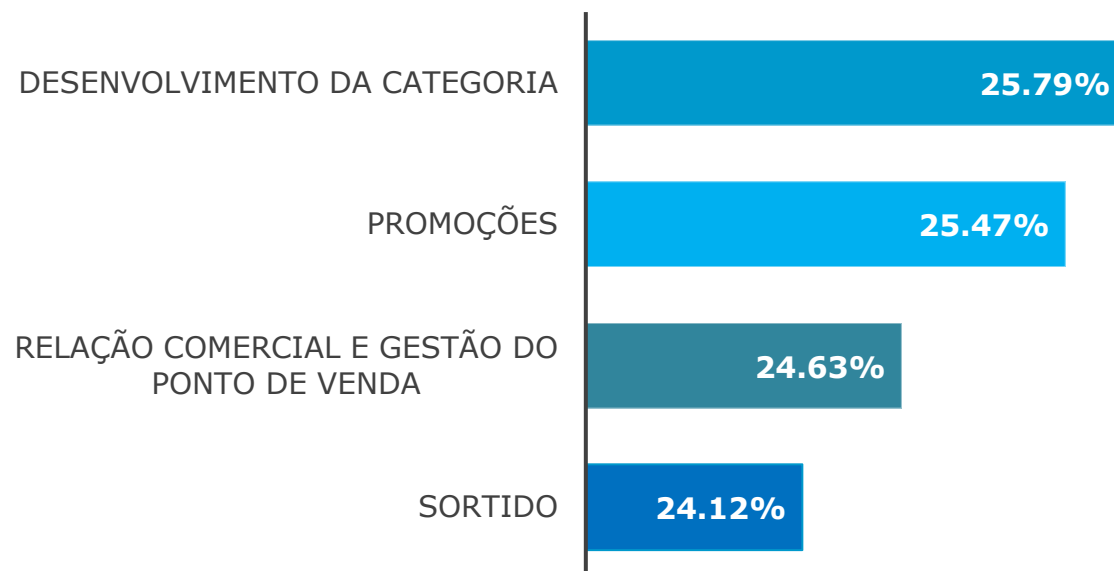
	2016	2017	2018	2019
 Pedido	18,07%	17,35%	21,44%	22,14%
 Entrega	16,10%	16,56%	20,64%	19,76%
 Suporte e Documentação	17,30%	17,07%	20,44%	20,46%
 Customer Service	13,23%	14,20%	17,38%	17,23%
 Faturação	17,03%	16,76%	20,10%	20,41%
 Devoluções	18,26%	18,07%	-	-

Top 10 perguntas mais importantes para as Farmácias

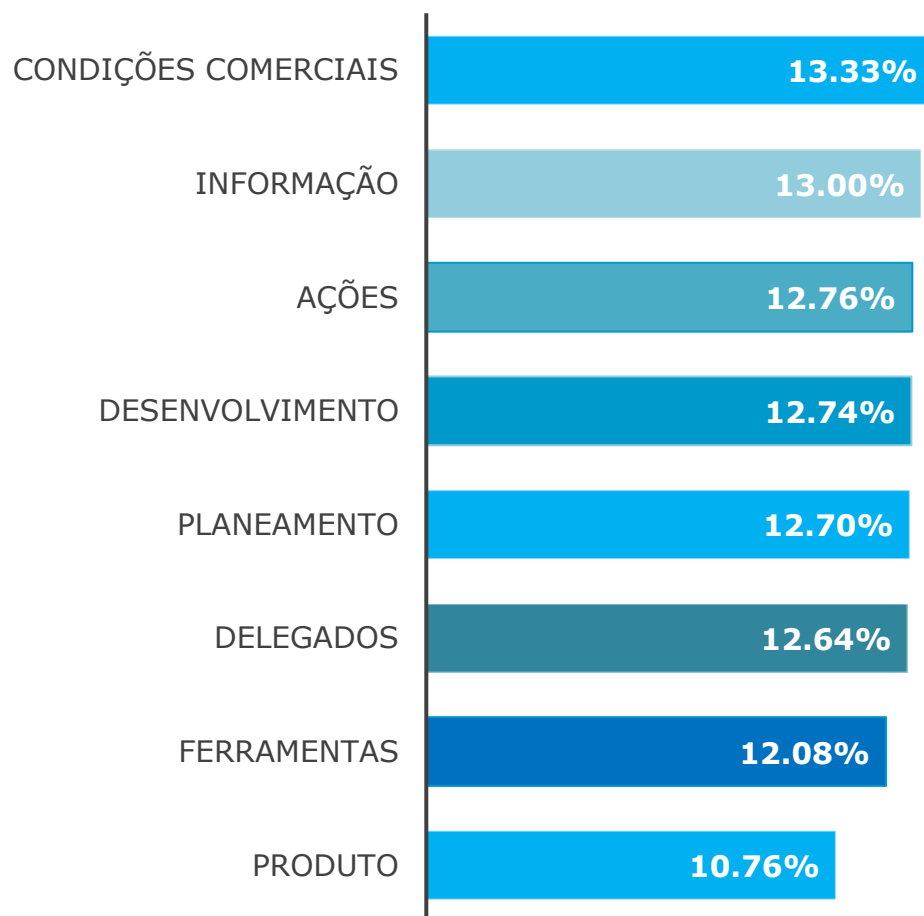
Prioridades das Farmácias – Relação Comercial

Grupo	Perguntas mais importantes do estudo	Importância 2019	Importância 2018	Evol. Importância
Sortido	1 Competitividade das condições comerciais (Descontos, pedido mínimo, etc.)	8,72	8,70 (2º)	▲
Sortido	2 Prazo de pagamento oferecido	8,31	7,39 (18º)	▲
Desenvolvimento da Categoria	3 Capacidade de se adaptar às especificidades da farmácia (tamanho, situação, etc.) para propor ações personalizadas	8,28	8,67 (3º)	▼
Relação Comercial e Gestão do Ponto de Venda	4 Oferece informação atualizada das alterações do produto (altas, baixas, preços, etc.)	8,18	7,93 (9º)	▲
Desenvolvimento da Categoria	5 Qualidade das ações propostas na farmácia para aumentar as vendas	8,08	8,75 (1º)	▼
Promoções	6 Antecedência com que partilha/avisa as incidências relacionadas com a falta de stock	8,03	8,01 (8º)	▲
Promoções	7 Desenvolve ações promocionais fáceis de executar	7,98	7,58 (15º)	▲
Relação Comercial e Gestão do Ponto de Venda	8 O perfil dos delegados ajusta-se às necessidades da farmácia (venda, formação, etc.)	7,88	8,14 (6º)	▼
Promoções	9 As promoções são fáceis de entender pelos clientes (simples, claras e fácil de entender)	7,81	8,22 (5º)	▼
Promoções	10 Grau de inovação e diferenciação das ações promocionais	7,75	6,94 (20º)	▲









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



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



A evolução no nível de importância de cada um dos grupos, de 2016 a 2019.

	2016	2017	2018	2019
 Informação	11,89%	13,11%	13,40%	13,00%
 Ações	13,80%	13,60%	13,90%	12,76%
 Delegados	12,64%	12,56%	12,36%	12,64%
 Ferramentas	13,01%	11,48%	11,60%	12,08%
 Planeamento	12,70%	12,85%	12,51%	12,70%
 Desenvolvimento	12,21%	11,94%	12,17%	12,74%
 Produto	11,71%	11,84%	11,41%	10,76%
 Condições Comerciais	12,05%	12,61%	12,65%	13,33%



Feedback das farmácias

Que ações mais valoriza?

- "Quantidades mínimas das encomendas;
- Campanhas e rastreios;
- Valorização e adaptação das campanhas comerciais ao potencial de cada farmácia;
- Investimento no espaço "farmácia" em vez de investimento em meios;
- Acordo de condições comerciais com o grupo Mais Farmácia;
- Disponibilização de campanhas comerciais e materiais de merchandising;
- Formação, campanha ao consumidor, dias comemorativos, packs;
- Ações ao consumidor inovadoras com impacto na mudança de comportamentos de compra;
- Campanhas sazonais; dias especiais com promotores na farmácia; amostras; materiais promocionais ponto de venda;
- Ações à população."



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