

PLANEJAMENTO

ESTRATÉGICO 2025 PARA DROGARIAS



Sumário

Introdução **03**

Diagnóstico Completo

Diagnostico Interno **04**

Gestão Comercial e finanças **05**

Operações, Recursos Humanos e Marketing **06**

Diagnostico Externo **06**

Concorrência e Consumidores e Ambiente Macroeconômico

Mapeamento estratégico

Definir a Visão, Missão e Valores **07**

Identificar os Pilares Estratégicos **07**

Construir o Mapa Estratégico **07**

Conclusão **03**



Este Ebook é interativo
Navegue pelos temas clicando no sumário!

Introdução

O mercado farmacêutico brasileiro enfrenta constantes transformações, impulsionado por mudanças no comportamento dos consumidores, inovações tecnológicas, novas regulamentações e um cenário competitivo em expansão. Nesse contexto, o planejamento estratégico torna-se uma ferramenta essencial para garantir que as drogarias não apenas acompanhem essas mudanças, mas também aproveitem as oportunidades e superem os desafios de forma sustentável.

Este Planejamento Estratégico para 2025 foi desenvolvido com o objetivo de **traçar diretrizes claras e metas realistas que permitam à sua farmácia consolidar sua posição no mercado**, aprimorar a experiência do cliente, expandir seus serviços e garantir a rentabilidade do negócio. Por meio de uma abordagem integrada, o plano busca alinhar gestão comercial, marketing, operação, finanças e recursos humanos, criando uma visão holística e inovadora para o próximo ano.

Com base em análises detalhadas e nas melhores práticas do setor, este documento apresenta um plano de ação prático e mensurável, destinado a orientar a execução das estratégias e a monitorar os resultados de maneira eficiente. Ele reflete o compromisso da sua farmácia em evoluir continuamente, colocando o cliente no centro de suas decisões e investindo em soluções que promovam saúde, bem-estar e conveniência.

Estamos confiantes de que, com **dedicação, planejamento e uma execução disciplinada**, 2025 será um ano de conquistas significativas e crescimento sustentável para a sua farmácia!

Diagnóstico Completo

1. Diagnóstico Interno

1.1. Gestão Comercial

- Mix de Produtos:
 - Quais categorias são mais rentáveis? (Medicamentos, dermocosméticos, bem-estar, etc.)
 - Produtos de baixa saída ou obsoletos.
 - Adequação do portfólio às demandas regionais.
- Política de Preços:
 - Preços competitivos em relação à concorrência.
 - Margens de lucro por categoria.
- Negociações com Fornecedores:
 - Condições comerciais (descontos, bonificações, prazos de pagamento).
 - Participação em programas de fidelidade e benefícios (PBM, Farmácia Popular).

1.2. Finanças

- Indicadores Financeiros:
 - Faturamento mensal e anual.
 - Margem de lucro bruta e líquida.
 - Controle de custos fixos e variáveis.
 - Saúde do fluxo de caixa.
- Análise de Viabilidade:
 - Rentabilidade por unidade ou categoria.
 - ROI (Retorno sobre Investimentos) em campanhas e projetos.

1.3. Operações

- Gestão de Estoque:
 - Giro de estoque.
 - Produtos com alta ou baixa demanda.
 - Rupturas e excessos de estoque.
- Eficiência Logística:
 - Tempo médio de reposição de produtos.
 - Custos logísticos (frete, armazenamento).
- Layout e Exposição:
 - Organização da loja: disposição de categorias e produtos.
 - Atratividade visual e acessibilidade.

1.4. Recursos Humanos

- Equipe:
 - Número de colaboradores e funções.
 - Nível de capacitação (atendimento, vendas, serviços farmacêuticos).
 - Engajamento e motivação.
- Treinamento:
 - Frequência e qualidade dos treinamentos oferecidos.
 - Avaliação de desempenho.

1.5. Marketing

- Visibilidade:
 - Presença digital: redes sociais, site, e-commerce.
 - Investimento em publicidade (local e online).
- Campanhas:
 - Efetividade das promoções e campanhas realizadas.
 - Retorno sobre campanhas sazonais.
- Fidelização:
 - Programa de fidelidade: participação e engajamento.
 - Comunicação com os clientes (e-mail, WhatsApp, SMS).

2. Diagnóstico Externo

2.1. Concorrência

- Matriz SWOT dos Concorrentes:
 - Forças e fraquezas da concorrência direta e indireta.
- Análise de Mercado:
 - Participação de mercado da drogaria em comparação com concorrentes.
 - Benchmarking de práticas comerciais e promocionais.

2.2. Consumidores

- Perfil do Cliente:
 - Segmentação demográfica: idade, gênero, classe social.
 - Hábitos de compra e ticket médio.
 - Preferências de consumo (produtos e serviços mais demandados).
- Nível de Satisfação:
 - Feedback de clientes sobre atendimento, preço e disponibilidade.
 - Reclamações recorrentes e oportunidades de melhoria.

2.3. Ambiente Macroeconômico

- Tendências do Setor:
 - Crescimento do mercado farmacêutico.
 - Inovações tecnológicas (e-commerce, aplicativos, telemedicina).
- Regulamentações:
 - Atualização sobre leis e normas do setor.
 - Impacto de mudanças tributárias.
- Economia Local:
 - Nível de poder aquisitivo da população.
 - Influência de sazonalidades e crises econômicas.

Mapeamento estratégico

1. Definir a Visão, Missão e Valores

- Visão: Ser referência em atendimento e serviços farmacêuticos na região até 2025.
- Missão: Prover saúde, bem-estar e conveniência aos nossos clientes.
- Valores: Ética, inovação, compromisso com a saúde, atendimento humanizado.

2. Identificar os Pilares Estratégicos

- Gestão Financeira.
- Atendimento ao Cliente.
- Expansão e Inovação.
- Gestão de Operações.
- Marketing e Comunicação.
- Desenvolvimento de Pessoas.

3. Construir o Mapa Estratégico

Utilize o modelo Balanced Scorecard (BSC):

Perspectiva	Objetivos	Indicadores	Ações estratégicas
Financeira	Aumentar receita	Faturamento mensal	Campanhas sazonais; ampliação de serviços.
Cliente	Aumentar fidelidade	NPS, ticket médio	Implantar programa de fidelidade.
Processos Internos	Reduzir rupturas no estoque	Taxa de ruptura, giro	Revisar mix de produtos; melhorar logística.
Aprendizado	Capacitar a equipe	Taxa de ruptura, giro	Treinamentos regulares; certificação.

Conclusão

O planejamento estratégico é um guia essencial para **garantir o crescimento sustentável e a consolidação de uma drogaria** em um mercado cada vez mais competitivo e dinâmico. Este documento foi elaborado para servir como um mapa claro e objetivo, direcionando a sua drogaria em sua jornada rumo à excelência operacional, financeira e no relacionamento com os clientes.

As ações e metas definidas para 2025 refletem a busca por inovação, eficiência e qualidade em todas as áreas do negócio. O foco está em fortalecer os diferenciais competitivos, expandir a presença no mercado e oferecer aos clientes uma experiência cada vez mais completa, acessível e personalizada.

É importante ressaltar que o sucesso deste planejamento depende de um compromisso contínuo com a execução disciplinada e a capacidade de adaptação às mudanças do mercado. Monitorar os indicadores-chave, ajustar estratégias conforme necessário e investir no desenvolvimento da equipe serão fatores determinantes para alcançar os objetivos propostos.

Estamos confiantes de que, com dedicação, foco e uma visão estratégica bem definida, 2025 será um ano de avanços significativos para a sua drogaria, marcando o início de um novo ciclo de crescimento e realizações.

Seguimos juntos rumo ao sucesso!