

Expo FAC finalizó su primera edición en la que reunió a más de 2,300 profesionales

- *Fueron tres días de exhibición, conferencias y más de 400 citas “uno a uno” para hacer negocio.*

CDMX, 24 de octubre, 2023.- Expo FAC 2023 finalizó su primera edición, que se llevó a cabo del 17 al 19 de octubre en Expo Guadalajara; al cierre, el evento contó con ocho conferencias, cinco sesiones especiales, 70 empresas expositoras, más de 430 citas calificadas de negocios y más de dos mil 300 visitantes; generó una derrama económica de más de 22 millones pesos durante los tres días, y estableció las condiciones para que se cierren operaciones comerciales por más de 260 millones de pesos.

Las citas de negocios, en particular, fueron la actividad más exitosa de acuerdo con los mismos expositores y con los representantes de farmacias que viajaron de diversos puntos del país exclusivamente para este encuentro. “Podimos establecer las condiciones y el entorno más adecuado para que los visitantes y los expositores hicieran negocio. Recibimos a gente de diversas partes de la República que llegaron para actualizarse e iniciar relaciones comerciales”, explicó Eleonora García, directora de Expo Fac.

Los visitantes presenciaron conferencias que abordaron temas como el rol del profesional farmacéutico ante la regulación federal y el escenario de las farmacias en México, o el comportamiento del paciente “digital” mexicano. Igualmente se presentaron los cinco puntos clave para elegir el mejor punto de venta; los retos para el cuidado de la salud en México; así como las tendencias en el avance de las alergias y su relación con la higiene.

El apoyo de los consultorios adyacentes

Entre los conferencistas que se presentaron, figuró Julio Sánchez y Tépoz, ex comisionado de Cofepris, quien recordó a la audiencia que en la década de los 90 iniciaron las operaciones de los consultorios adyacentes en el país, y a partir del 2010 empezaron a consolidarse. “Fue un año clave para el sector de las farmacias, ya que también se decretó la obligatoriedad de contar con recetas para consumir antibióticos, y se les empezó a exigir un control más estricto de sus medicamentos”.

“En México hay casi 44 mil farmacias, de las cuales el 60 por ciento cuenta con consultorio adyacente, en donde se expiden casi tres veces más recetas de las que se generan en el sector público. Este formato ha mejorado, y ahora ya se nota claramente la división entre la farmacia y el consultorio, además de que ofrecen ventajas como la cercanía a los hogares, precios accesibles, e incluso aumentan casi un 30 por ciento más el flujo de clientes hacia los establecimientos”, agregó Sánchez y Tépoz.

El uso de tecnología y las redes sociales

Las soluciones tecnológicas también se prestaron en Expo Fac, se mostraron avances en realidad virtual mediante proyectos relacionados con la gestión de las farmacias, a través de experiencias inmersivas e interactivas, con el uso de dispositivos de última generación. Igualmente, se presentó un robot que recorre rutas preestablecidas en clínicas o consultorios al mismo tiempo que emite sustancias desinfectantes.

Como complemento, se presentó Enrique Culebro, especialista en mercadotecnia digital, quien mostró cómo ha evolucionado el comportamiento en línea de los pacientes en México, y demostró las oportunidades de negocio digital que hay para las farmacias, “deben aprovechar que el 80 por ciento de la población se conecta regularmente a Internet, y que estamos dentro de los principales 10 países usuarios de redes sociales; el promedio mundial de tiempo dedicado a las redes es de 2 h 10 m, en tanto que aquí alcanzamos 3 h 10 m. Tenemos a 92 millones de usuarios de Facebook, 82 millones de YouTube, 63 millones de TikTok y 44 millones de Instagram”.

Culebro agregó que las farmacias progresivamente han capitalizado las ventajas del comercio electrónico. Muestra de ello es que por primera vez dos grupos farmacéuticos figuraron entre los 20 sitios de comercio electrónico en el año 2022, “y a diferencia de mercados como el de la comida o ropa, en los que casi el 100% de los clientes ya compran en forma presencial y electrónica, en el de las farmacias, solo el 30% lo hace, así que la oportunidad es muy amplia, ¿quién lo va a aprovechar?”.

Los desafíos de salud en México

En su oportunidad, José Angel Córdoba, ex secretario de Salud entre 2006 y 2011, habló sobre los retos que debe enfrentar el sistema de salud nacional, considerando primeramente que si bien, actualmente, somos 129 millones de mexicanos, para el 2050 seremos 150 millones, “lo que exigirá una mayor demanda de servicios, de infraestructura y de personal médico, incluso especializado”.

El especialista pronosticó que para entonces habrá más enfermedades crónicas no transmisibles que requerirán más atención, además de que habrá un mayor número de adultos mayores que necesitarán más cuidados. “Y ya desde ahora debemos observar cuidadosamente a problemas como la obesidad, que se está configurando como la pandemia del siglo XXI, ya que trae consigo una serie de enfermedades que pueden volverse crónicas: este será un gran desafío”, concluyó.

“Expo FAC, Farmacias y Cuidado Personal, terminó en su primera edición, pero ya concretamos negociaciones con los expositores que asistieron y que nos estarán acompañando el 16 y 17 de octubre de 2024. Para entonces, buscaremos crecer en nuestra superficie de exhibición, cantidad de conferencistas, número de expositores y visitantes,



además de aumentar las citas de negocio. Ya los estamos esperando”, Concluyó Eleonora García.

#

Acerca de ExpoFAC:

Expo Farmacias y Cuidado Personal (Expo FAC) es un espacio creado para reunir a marcas líderes del mercado y la industria de la salud, y productos de bienestar en donde participan propietarios y tomadores de decisiones del sector farmacias.

Se trata del único evento en México 100% enfocado en soluciones para la salud y el cuidado personal.

Acerca de RX

RX está en el negocio de construir negocios para individuos, comunidades y organizaciones. Elevamos el poder de los eventos cara a cara combinando datos y productos digitales para ayudar a los clientes a conocer los mercados, obtener productos y completar transacciones en más de 400 eventos en 22 países, en 43 industrias. En RX nos apasiona generar un impacto positivo en la sociedad y estamos totalmente comprometidos con la creación de un entorno de trabajo inclusivo para toda nuestra gente. RX es parte de RELX Group, proveedor global de información basada en análisis y herramientas de decisión para clientes profesionales y de negocios. www.rxglobal.com



Acerca de RELX

RELX es un proveedor global de analítica basada en información y herramientas de decisión para clientes profesionales y de negocio. RELX sirve a clientes en más de 180 países y tiene oficinas en alrededor de 40 países. Emplea a más de 35,000 personas, de las cuales, cerca del 40% se encuentran en Norteamérica. Las acciones de RELX PLC, la empresa matriz, son negociadas en las bolsas de valores de Londres, Ámsterdam y Nueva York Stock Exchanges, utilizando los símbolos: Londres: REL; Ámsterdam: REN; Nueva York: RELX.

*Nota: La actual capitalización de mercado se puede encontrar en: <http://www.relx.com/investors>

Para mayor información: Jorge Morales García / Agencia Communika

T: +52 55 1795 2790 / E: jorgem@communika.com.mx

Dueños de farmacias se dan cita en la primera edición de Expo FAC

- *El evento espera 3 mil asistentes a su primera edición*
- *Se trata de un evento que promueve el negocio de las farmacias y el cuidado de la salud*

Guadalajara, 18 de octubre, 2023. Expo FAC, Farmacias y Cuidado Personal, inició su primera edición con el fin de promover mejores prácticas de negocios y dar a conocer nuevas tecnologías para las farmacias, además de presentar conferencias y productos para el bienestar, en un espacio en el que se reunirán marcas líderes del mercado y de la industria de la salud, y participarán propietarios de farmacias de distintos formatos, y tomadores de decisiones, entre otros visitantes.

La inauguración estuvo a cargo de Luiz Bellini, director general de RX México, firma organizadora de Expo Fac; Eleonora García, directora del evento; Álvaro Azpeitia, presidente de la Cámara de Joyeros de Jalisco; y Antonio Pascual Feria, presidente de la Asociación Nacional de Farmacias de México (Anafarmex).

“RX cuenta con más de 30 oficinas en todo el mundo, particularmente en México organizamos tres de los eventos más grandes del país. Nuestros eventos ayudan a generar más de un millón de conexiones entre profesionales por año y nuestra meta es continuar aumentando ese número” comentó Luiz Bellini.

Tras un estudio de mercado realizado por RX México, la empresa encontró una oportunidad para atender al mercado minorista de medicamentos de venta libre, de productos farmacéuticos y cosméticos en México, el cual se compone de farmacias de cadena, farmacias independientes y farmacias de supermercado.

“Tenemos la certeza de que este evento tiene un gran futuro, ya que es un sector generador de empleos; más de 79 mil en 2020, según el INEGI¹. Además, nuestro país ostenta el noveno lugar mundial en venta de medicamentos², y representa el segundo mercado farmacéutico más grande en América Latina, después de Brasil, así que el potencial de negocios es muy grande”, agregó Eleonora García.

De acuerdo con García, Expo FAC dejará una derrama económica de más de 22 millones de pesos, ocupará mil 200 metros cuadrados de piso de exhibición en Expo Guadalajara, generará más de 300 citas de negocios, 13 charlas de capacitación y 68 expositores que exhibirán novedades relacionadas con los medicamentos de venta libre, salud sexual, material de curación, alimentación saludable, higiene, cuidado personal y soluciones comerciales para farmacias”.

¹ <https://n9.cl/395r67>

² <https://n9.cl/tqnx3>

En su turno, Álvaro Azpeitia, vocero de Expo Guadalajara, comentó que, a la historia de más de 30 años del recinto, ahora se agrega Expo FAC, en su primera edición, y se suma a los más de 25 eventos que se llevarán a cabo durante el último trimestre de este año.

Asimismo, Antonio Pascual Feria comentó que la alianza entre Expo FAC y Anafarmex contribuye a difundir más extensamente los programas de capacitación y actualización profesional que este organismo ofrece a sus afiliados, “en conjunto buscamos contribuir a mejorar la calidad del servicio de las farmacias del país, que generan más de 20 millones de contactos al día”.

En asociación, Expo Fac y Anafarmex presentarán el programa “Evaluación de Farmacias”, que permitirá a estos negocios conocer el estado en el que se encuentran, bajo cuatro aspectos que caracterizan su funcionamiento: la operación, comercialización, digitalización, y la atención al cliente. “Este programa surgió debido a que las farmacias desconocen las herramientas disponibles que les permiten descubrir y analizar sus necesidades y áreas de oportunidad”, comentaron Eleonora García y Antonio Pascual.

Expo FAC mantiene sus puertas abiertas del 17 al 19 de octubre en Expo Guadalajara, continuará mostrando soluciones y servicios especializados que les permitan a las farmacias robustecer sus estrategias de mercadotecnia, ampliar su portafolio de productos, mejorar sus procesos y administración, conocer y aprovechar los avances tecnológicos en servicio a clientes y aumentar su potencial de negocio.

###

Acerca de RX

RX está en el negocio de construir negocios para individuos, comunidades y organizaciones. Elevamos el poder de los eventos cara a cara combinando datos y productos digitales para ayudar a los clientes a conocer los mercados, obtener productos y completar transacciones en más de 400 eventos en 22 países, en 43 industrias. En RX nos apasiona generar un impacto positivo en la sociedad y estamos totalmente comprometidos con la creación de un entorno de trabajo inclusivo para toda nuestra gente. RX es parte de RELX Group, proveedor global de información basada en análisis y herramientas de decisión para clientes profesionales y de negocios. www.rxglobal.com



Acerca de la ANTAD

La Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales, A. C., ANTAD, promueve el desarrollo del comercio detallista y sus proveedores en una economía de mercado con responsabilidad social. Desde 1983 se ha convertido en un importante indicador del comportamiento de la economía en México, ya que a través de la información que le proporcionan sus Asociados, publica datos de ventas del sector, apertura de nuevas tiendas, empleo y otras cifras que si bien no son el 100% del país sí representan a las más grandes cadenas de autoservicio, departamentales y especializadas en el país. Actualmente agrupa a 33 cadenas de autoservicio, 14 cadenas departamentales y 58 cadenas especializadas, sumando 46,350 tiendas y más de 21 millones de metros cuadrados de piso de venta. www.antad.mx





Contacto de Prensa:
Jorge Morales García
Agencia Communika
T: 55 1795 2790
E: jorgem@communika.com.mx



¿Quién vende los medicamentos en México y cómo se fijan sus precios?

Por staff de redacción [Expo Fac](#).

Para cualquier consumidor de medicinas en México, principalmente en las áreas urbanas, es cada vez más común dirigirse a las sucursales de las cadenas farmacéuticas para surtir sus recetas y adquirir medicamentos OTC (sin receta), o productos para el cuidado de la salud. Esta observación tiene fundamento, ya que, según expertos³, las cadenas de farmacias en México se han adelantado a su competencia en la venta de productos OTC y farmacéuticos.

Desde luego, no solamente se han adelantado gracias a la compra presencial, sino también por la venta en línea y otras prácticas y procesos que han contribuido a que las cadenas de farmacias hayan diseñado estrategias ganadoras que incluyen propuestas de valor únicas que se adaptan a las demandas de los consumidores y pacientes mexicanos.

Debido a ello, con el transcurso del tiempo, el mercado minorista de venta libre, farmacéutica y dermocosmética en nuestro país se ha consolidado en tres segmentos principales: cadenas de farmacias, farmacias independientes y farmacias de supermercado, que se enfocan principalmente en la venta de OTC, vitaminas, suplementos, productos de belleza y cuidado personal.

De esos segmentos, las cadenas tienen la mayor participación de comercialización en términos de valor, con el 65% de las ventas de productos farmacéuticos y de salud de consumo. En seguida, aparecen las farmacias independientes, en donde se ubican las empresas medianas y pequeñas, con el 19.5% de la cuota de ventas y, finalmente, las cadenas de supermercados, con una participación de mercado del 14.5%.

Como complemento, el mercado incluye otros canales minoristas de productos de venta libre y de atención médica, que incluyen la venta en línea en sitios como Mercado Libre, Amazon y Linio. Y hay que agregar tiendas de conveniencia como Oxxo, 7 Eleven y Circle K, así como plataformas de entrega como Rappi, que ofrecen entrega a domicilio para algunas de las cadenas de farmacias y supermercados.

Sin embargo, como en cualquier mercado, el precio de los medicamentos también se afecta por factores como la inflación, la oferta, la demanda y los costos de producción, que

³ <https://n9.cl/34nqp>

pueden afectar la dinámica de precios de un determinado medicamento, aunque vale la pena considerar otros elementos, como los siguientes⁴:

1. Control gubernamental. El Gobierno mexicano tiene gran influencia en el costo de los medicamentos. Para mantener la accesibilidad de los productos farmacéuticos necesarios o de mayor demanda, la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS) supervisa el negocio farmacéutico y establece estándares para el precio de los medicamentos.
2. Medicamentos genéricos y protección de patentes. La protección de patentes puede afectar los precios de los medicamentos, ya que, cuando la patente de un medicamento caduca, es posible que se lancen al mercado equivalentes genéricos, lo que generalmente resulta en sustitutos menos costosos. En México, los medicamentos genéricos suelen tener menor precio que sus equivalentes de marca, lo que beneficia económicamente a los clientes.
3. Competencia de mercado. La rivalidad entre farmacias puede afectar los precios. En lugares con una alta concentración de farmacias, la competencia puede resultar en precios más bajos; sin embargo, podrían ser más altos en lugares con pocas opciones ya que hay menor disputa.
4. Descuentos y promociones. Para atraer clientes, las farmacias mexicanas frecuentemente ofrecen programas de recompensas, descuentos para compras grandes, ahorros de costos en recetas específicas, o beneficios con tarjetas propias. Es común encontrar ofertas especiales temporales o descuentos en medicamentos conocidos.
5. Acuerdos de Comercio Internacional. El Acuerdo entre Estados Unidos, México y Canadá (T-MEC) y los acuerdos entre México y la Unión Europea pueden influir en el precio de los productos farmacéuticos, además de tener un impacto en la accesibilidad, el costo y la disponibilidad de productos farmacéuticos específicos en el mercado mexicano.
6. Impuesto al Valor Agregado (IVA). El impuesto al valor agregado (IVA) de los medicamentos en México es del 16%, y el precio final de venta al por menor de los productos farmacéuticos está sujeto a este impuesto, lo que puede afectar al coste final para los clientes.

⁴ <https://n9.cl/dxbvt4>

Desde luego, el negocio de las farmacias tiene muchas variables a considerar y oportunidades de crecimiento del negocio que serán revisadas en la próxima edición de Expo FAC, en donde se darán cita los profesionales del sector para conocer tendencias e intercambiar conocimiento. Ya están preparados.

###

Acerca de Expo Fac:

La primera edición de Expo Farmacias y Cuidado Personal (Expo FAC) es un espacio creado para reunir a marcas líderes del mercado y la industria de la salud, y productos de bienestar en donde participan propietarios y tomadores de decisiones del sector farmacéutico.

Se trata del único evento en México 100% enfocado en soluciones para la salud y el cuidado personal.

Acerca de RX (Reed Exhibitions)

RX está en el negocio de construir negocios para individuos, comunidades y organizaciones.

Elevamos el poder de los eventos cara a cara combinando datos y productos digitales para ayudar a los clientes a conocer los mercados, obtener productos y completar transacciones en más de 400 eventos en 22 países, en 42 industrias.

En RX nos apasiona generar un impacto positivo en la sociedad y estamos totalmente comprometidos con la creación de un entorno de trabajo inclusivo para toda nuestra gente. RX es parte de RELX, proveedor global de información basada en análisis y herramientas de decisión para clientes profesionales y de negocios. www.rxglobal.com

Acerca de RELX

RELX es un proveedor global de analítica basada en información y herramientas de decisión para clientes profesionales y de negocio. RELX sirve a clientes en más de 180 países y tiene oficinas en alrededor de 40 países. Emplea a más de 35,000 personas, de las cuales, cerca del 40% se encuentran en Norteamérica. Las acciones de RELX PLC, la empresa matriz, son negociadas en las bolsas de valores de Londres, Ámsterdam y Nueva York Stock Exchanges, utilizando los símbolos: Londres: REL; Ámsterdam: REN; Nueva York: RELX.

*Nota: La actual capitalización de mercado se puede encontrar en: <http://www.relx.com/investors>

Contacto de Prensa:

Jorge Morales García

Agencia Communika

T: 55 1795 2790

E: jorgem@communika.com.mx

El mercado de farmacias en línea en México supera los novecientos millones de dólares

Por staff de redacción [Expo Fac](#).

En la actualidad, expertos⁵ del sector de las farmacias minoristas en México han observado un avance contante en los desarrollos tecnológicos que simplifican el proceso de toma de decisiones de los consumidores. Esto se refleja en los sistemas utilizados por las farmacias en línea y las aplicaciones móviles, que están ganado terreno en el mercado.

Sin embargo, persiste una tendencia global que indica que los consumidores aún se muestran reticentes a adoptar completamente los sistemas en línea para la compra de sus medicamentos. La mayoría de ellos todavía prefiere realizar compras en farmacias físicas.

Por ejemplo, en España el noventa y tres por ciento de las personas encuestadas⁶ compraron medicamentos en una farmacia local en persona en los últimos doce meses, mientras que solo el trece por ciento optó por comprar en línea. Esta preferencia por la compra presencial se observa en otros países europeos como Italia con el noventa por ciento, Francia con el ochenta y ocho por ciento, Alemania con el ochenta por ciento y Reino Unido con el setenta y dos por ciento.

En el continente americano, la tendencia es similar, con la mayoría de los medicamentos comprados en farmacias físicas. En Argentina, el noventa y dos por ciento de los ciudadanos lo hace en persona, en comparación con el diez y siete por ciento que opta por la compra en línea. En Canadá, solo el nueve por ciento de los entrevistados compró medicamentos en farmacias en línea en el último año.

En México, si bien el mercado ha impulsado el fortalecimiento de este modelo de negocio, autoridades como la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (Cofepris) han encontrado algunas prácticas fraudulentas de parte de empresas que comercializan insumos para la salud a través de páginas de Internet⁷, o farmacias en línea, con irregularidades sanitarias y sin aviso de funcionamiento, aunque su número es menor.

⁵ <https://n9.cl/dxbvt4>

⁶ <https://n9.cl/soaqc>

⁷ <https://n9.cl/22wld>

Entre los problemas que se han encontrado con ese tipo de establecimientos es que se desconoce cómo gestionan el almacenaje de medicamentos y la conservación de productos médicos que distribuyen en línea, además carecen de la documentación sanitaria requerida. Sin embargo, problemáticas similares se han hallado en establecimientos físicos en entidades de la República como la Ciudad de México, Nuevo León, San Luis Potosí, Aguascalientes y Tabasco, entre otros.

Pero más allá de esas dificultades, lo cierto es que las farmacias en línea han ganado popularidad en México. Se trate de las cadenas farmacéuticas o de las tiendas departamentales con farmacia, en cualquier caso los encargados han buscado la forma de facilitar las compras vía electrónica destacando beneficios como la comodidad de recibir el medicamento en el domicilio, e investigar y comparar precios para realizar una mejor compra.

Muestra de ello es que, según reportes especializados, el mercado de farmacias en línea en México superó los novecientos quince millones de dólares en 2022. La creciente penetración de Internet en los últimos años ha brindado oportunidades para que las farmacias en línea expandan su base de clientes y ofrezcan opciones convenientes para comprar productos farmacéuticos en línea.

Además, el mercado se ha enriquecido con la aparición de aplicaciones móviles, que se han convertido en herramientas efectivas para impulsar el comercio minorista de medicamentos. La mayoría de las cadenas farmacéuticas en México ha desarrollado sus propias aplicaciones que permiten a los consumidores adquirir medicamentos recetados a través de sus dispositivos móviles.

Estas aplicaciones no solo facilitan las compras de medicamentos, sino que también ayudan a los usuarios a programar recordatorios para tomar sus medicamentos de manera adecuada, aprovechar promociones y gestionar sus pedidos de manera eficiente. Cada aplicación tiene características únicas según el propietario.

La tecnología en el sector farmacéutico abarca una amplia gama de aplicaciones y beneficios, tanto para los pacientes como para la gestión administrativa de las farmacias. Para obtener más información sobre este tema, Expo FAC invita a propietarios, gerentes y responsables de farmacias a reunirse con otros profesionales del sector y mantenerse actualizados sobre las tendencias y mejores prácticas en la industria.

###

Acerca de Expo Fac:

La primera edición de Expo Farmacias y Cuidado Personal (Expo FAC) es un espacio creado para reunir a marcas líderes del mercado y la industria de la salud, y productos de bienestar en donde participan propietarios y tomadores de decisiones del sector farmacéutico.

Se trata del único evento en México 100% enfocado en soluciones para la salud y el cuidado personal.

Acerca de RX (Reed Exhibitions)

RX está en el negocio de construir negocios para individuos, comunidades y organizaciones. Elevamos el poder de los eventos cara a cara combinando datos y productos digitales para ayudar a los clientes a conocer los mercados, obtener productos y completar transacciones en más de 400 eventos en 22 países, en 42 industrias.

En RX nos apasiona generar un impacto positivo en la sociedad y estamos totalmente comprometidos con la creación de un entorno de trabajo inclusivo para toda nuestra gente. RX es parte de RELX, proveedor global de información basada en análisis y herramientas de decisión para clientes profesionales y de negocios. www.rxglobal.com



Acerca de RELX

RELX es un proveedor global de analítica basada en información y herramientas de decisión para clientes profesionales y de negocio. RELX sirve a clientes en más de 180 países y tiene oficinas en alrededor de 40 países. Emplea a más de 35,000 personas, de las cuales, cerca del 40% se encuentran en Norteamérica. Las acciones de RELX PLC, la empresa matriz, son negociadas en las bolsas de valores de Londres, Ámsterdam y Nueva York Stock Exchanges, utilizando los símbolos: Londres: REL; Ámsterdam: REN; Nueva York: RELX.

*Nota: La actual capitalización de mercado se puede encontrar en:
<http://www.relx.com/investors>

Contacto de Prensa:

Jorge Morales García

Agencia Communika

T: 55 1795 2790

E: jorgem@communika.com.mx

Expo FAC, Farmacias y Cuidado Personal, anuncia el programa “Evaluación de Farmacias”

➤ Buscan promover oportunidades de mejora en el negocio farmacéutico atendiendo cuatro puntos clave

Ciudad de México, a 12 de septiembre de 2023.- Expo FAC Farmacias y Cuidado Personal, el primer evento en México enfocado en impulsar soluciones de salud y bienestar, dio a conocer el programa “Evaluación de Farmacias”, desarrollado en conjunto con la Asociación Nacional de Farmacias de México, A.C. (ANAFARMEX), el cual permitirá a las farmacias conocer el estado de desarrollo general en el que se encuentran.

La evaluación considera cuatro aspectos que caracterizan la operación de una farmacia: la operación, la comercialización, la digitalización, y la atención al cliente. La idea de implementarla surgió debido a que las farmacias desconocen las herramientas disponibles que les permiten a descubrir y analizar sus necesidades y áreas de oportunidad, sobre todo si se considera que, en México, la mayoría de las farmacias existentes son PyME (Comunitaria), y requieren de más apoyos para actualizarse.

La evaluación de los cuatro aspectos mencionados busca identificar cuáles son los “dolores” que aquejan a las farmacias y les entrega un resultado global, con recomendaciones individuales para cada establecimiento. Igualmente, con la información que obtienen pueden generar iniciativas o programas para que el negocio siga desarrollándose y así alcanzar un mayor punto de profesionalización.

“Esta iniciativa no solo le ayuda a las farmacias, sino también enriquece iniciativas como Expo FAC | Farmacias y Cuidado Personal, ya que buscamos que este sector se siga extendiendo y alcance una especialización parecida a la que tienen en otros países, no solo para crecer el negocio, sino para generar un impacto en la cadena de valor de la salud”, explicó Eleonora García, directora del evento.

“Gracias al apoyo de ANAFARMEX podemos presentar esta herramienta, porque debido a su amplio conocimiento del sector, saben que es de vital importancia tener esta clase de colaboraciones para facilitar las funciones y el crecimiento de un sector que aún requiere desarrollar acciones de tipo comercial y operacional, para que se promueva un mercado mucho más productivo”.

Esta evaluación está disponible a partir del 12 de septiembre y permanecerá hasta mediados del siguiente año, lo que permitirá que un mayor número de establecimientos en México participe con el objetivo de recopilar datos y hallazgos para la mejora del sector. Los interesados pueden acceder a la evaluación a través del enlace <https://bit.ly/farmacias2023>

Para finalizar, Eleonora recordó que el registro para visitantes y profesionales del sector farmacéutico interesados en participar sigue abierto, y pueden consultar <https://www.expofac.mx/es-mx.html> para conocer los detalles del evento y mantenerse al tanto de las novedades que se estarán presentando.

#

Acerca de RX (Reed Exhibitions)

RX está en el negocio de construir negocios para individuos, comunidades y organizaciones. Elevamos el poder de los eventos cara a cara combinando datos y productos digitales para ayudar a los clientes a conocer los mercados, obtener productos y completar transacciones en más de 400 eventos en 22 países, en 42 industrias. En RX nos apasiona generar un impacto positivo en la sociedad y estamos totalmente comprometidos con la creación de un entorno de trabajo inclusivo para toda nuestra gente. RX es parte de RELX, proveedor global de información basada en análisis y herramientas de decisión para clientes profesionales y de negocios. www.rxglobal.com



Acerca de la ANTAD

La Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales, A. C., ANTAD, promueve el desarrollo del comercio detallista y sus proveedores en una economía de mercado con responsabilidad social. Desde 1983 se ha convertido en un importante indicador del comportamiento de la economía en México, ya que a través de la información que le proporcionan sus Asociados, publica datos de ventas del sector, apertura de nuevas tiendas, empleo y otras cifras que si bien no son el 100% del país sí representan a las más grandes cadenas de autoservicio, departamentales y especializadas en el país. Actualmente agrupa a 33 cadenas de autoservicio, 14 cadenas departamentales y 58 cadenas especializadas, sumando 46,350 tiendas y más de 21 millones de metros cuadrados de piso de venta. www.antad.mx





Contacto de Prensa:
Jorge Morales García
Agencia Communika
T: 55 1795 2790
E: jorgem@communika.com.mx



Prepara Expo FAC su próxima edición y suma a la ANAFARMEX en alianza

➤ Impulsarán el negocio farmacéutico a través de capacitación y generación de información

CDMX, 29 de agosto del 2023.- En fecha reciente Expo FAC | Farmacias y Cuidado Personal, el primer evento en México enfocado en impulsar todas las soluciones de salud y bienestar en un mismo espacio, anunció algunas de las particularidades del evento que se llevará a cabo del 17 a 19 de octubre de este año en Expo Guadalajara, y presentó un panorama de las farmacias minoristas y qué es lo que el usuario debe encontrar en ellas.

Eleonora García, Directora del show, explicó que recibirán a 3,000 visitantes, provenientes de diversas partes del país, entre los que se encontrarán gerentes y dueños de farmacias, encargados de compras de medicamentos, administradores de hospitales privados con farmacia, “y otros profesionales que buscarán enterarse de los últimos adelantos para la administración de las farmacias y las posibilidades de crecimiento que pueden conocer”.

Uno de los temas que va a desarrollar Expo FAC durante su próxima edición será el crecimiento de los consultorios adyacentes a las farmacias (CAF), los cuales aumentaron un 38% entre 2013 y 2023; es decir, de 13,000 a 18,000, que en conjunto brindan 10 millones de consultas al mes, solicitadas incluso por personas con algún tipo de derechohabencia social que en ciertos casos optan por atenderse en el sector privado.

Al respecto, Antonio Pascual Fera, Presidente de la Asociación Nacional de Farmacias de México (ANAFARMEX), hizo notar que, a partir de la pandemia de la COVID-19, los establecimientos farmacéuticos empezaron a tener más conciencia sobre el cuidado de su salud, a tomar más medidas preventivas y la importancia de acudir al médico ante cualquier malestar, “y el modelo de las CAF funcionó adecuadamente, ya que se especializan en cuidados de primer nivel”.

El máximo dirigente de ANAFARMEX explicó que los CAF deben cumplir con un marco regulatorio que contempla la obligación del establecimiento por contar con un profesional acreditado, que además de brindar atención médica, debe generar los expedientes médicos. Asimismo, el paciente puede solicitar que se le proporcione información completa del efecto terapéutico de cada medicamento prescrito; tiene derecho a la confidencialidad y no está obligado a adquirir las medicinas en la farmacia adyacente, puede solicitarlas en cualquiera otra.

Igualmente, comentó sobre la práctica de comprar medicinas en mercados tipo tianguis, o establecimientos no autorizados, ya que son de procedencia dudosa, aunque con precio atractivo. “No es una situación única de México, pero la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (Cofepris) emite, en promedio, cuatro alertas sanitarias al mes debido a la detección de medicamentos falsificados, y de eso también deben estar conscientes las farmacias para estar al tanto”.

“Por nuestra parte, entre otras acciones, estamos comprometidos a difundir información que contribuya a generar buenas prácticas en el negocio farmacéutico. Lo haremos a través de generar información previa a Expo FAC, y desde luego, durante el evento, en donde llevaremos a cabo foros de actualización y capacitación dirigida a los propietarios, gerentes y personal operativo de las farmacias”, explicó Eleonora García.

El perfil de los expositores en Expo FAC incluye a fabricantes de productos de venta en farmacias, como medicamentos y material de curación, fabricantes de perfumes y cosméticos, y empresas que ofrecen soluciones de negocio para farmacias, incluyendo sistemas de administración y operación relevantes para propietarios o administradores.

“Sabemos que el 14.5% de las ventas en las farmacias incluyen productos no farmacéuticos, por eso igualmente estarán con nosotros proveedores de artículos de higiene y cuidado personal, artículos de maternidad y bebés, vitaminas, minerales, suplementos dietéticos, y alimentos y bebidas. Se trata de los artículos más buscados en todas las farmacias, además de los medicamentos”, explicó Eleonora García.

Por último, la Directora de Expo FAC indicó que en los 2,500 m2 de piso de exhibición no se presentarán productores de medicamentos de prescripción, ni de soluciones de salud alternativa catalogados como “milagrosos”. “Se trata de un encuentro de profesionales del negocio farmacéutico en donde los asistentes podrán intercambiar conocimientos, se enterarán de las nuevas tendencias y de los avances tecnológicos dirigidos al negocio de las farmacias. Ya estamos preparados”.

Acerca de Expo Fac:

La primera edición de Expo Farmacias y Cuidado Personal (Expo FAC) es un espacio creado para reunir a marcas líderes del mercado y la industria de la salud, y productos de bienestar en donde participan propietarios y tomadores de decisiones del sector farmacéutico.

Se trata del único evento en México 100% enfocado en soluciones para la salud y el cuidado personal.

Acerca de RX (Reed Exhibitions)

RX está en el negocio de construir negocios para individuos, comunidades y organizaciones. Elevamos el poder de los eventos cara a cara combinando datos y productos digitales para ayudar a los clientes a conocer los mercados, obtener productos y completar transacciones en más de 400 eventos en 22 países, en 42 industrias. En RX nos apasiona generar un impacto positivo en la sociedad y estamos totalmente comprometidos con la creación de un entorno de trabajo inclusivo para toda nuestra gente. RX es parte de RELX, proveedor global de información basada en análisis y herramientas de decisión para clientes profesionales y de negocios. www.rxglobal.com



Acerca de RELX

RELX es un proveedor global de analítica basada en información y herramientas de decisión para clientes profesionales y de negocio. RELX sirve a clientes en más de 180 países y tiene oficinas en alrededor de 40 países. Emplea a más de 35,000 personas, de las cuales, cerca del 40% se encuentran en Norteamérica. Las acciones de RELX PLC, la empresa matriz, son negociadas en las bolsas de valores de Londres, Ámsterdam y Nueva York Stock Exchanges, utilizando los símbolos: Londres: REL; Ámsterdam: REN; Nueva York: RELX.

*Nota: La actual capitalización de mercado se puede encontrar en: <http://www.relx.com/investors>



Contacto de Prensa:
Jorge Morales García
Agencia Communika
T: 55 1795 2790
E: jorgem@communika.com.mx



Se pronóstica un crecimiento mundial de farmacias y droguerías, y sin pandemia

Por staff de redacción [Expo Fac](#).

¿A dónde se dirige el mercado mundial de las farmacias? En principio, vale la pena señalar que, de acuerdo con expertos⁸, se vaticina que crecerá desde los \$1,126.63 millones de dólares, que alcanzó en el año 2022, a \$1,205.81 millones de dólares en 2023, a una tasa de crecimiento anual compuesto (CAGR) del 7.0 %, y se espera que alcance la cifra de \$1,513.65 millones en 2027, a una tasa CAGR de 5.8%.

Cabe señalar que estas cifras incluyen los ingresos que obtuvieron los establecimientos por diversos tipos de medicamentos: los recetados de marca, los genéricos, los que no requieren receta, los suministros de salud personal, e incluso los suplementos dietéticos y productos de belleza, como son los cosméticos. Es decir, los productos que generalmente el consumidor encuentra dentro de un establecimiento farmacéutico.

Desde luego, entendemos a la farmacia como el establecimiento en donde el consumidor puede obtener medicamentos de muy diversos tipos. Puede ser un lugar identificado y acondicionado especialmente como tal, o puede estar ubicado dentro de un supermercado o algún otro tipo de local comercial. Por otra parte, la droguería es el lugar en donde la actividad principal es la venta de productos farmacéuticos y medicamentos preparados.

Parte de los factores que impulsarán a este mercado son el crecimiento de la franja poblacional, principalmente de la gente de edad avanzada, el aumento de la prevalencia de enfermedades, y el posible aumento del concepto de franquicia, o incluso, de la venta en línea de medicamentos. Por cierto, vale la pena considerar que en 2021 el consumo privado de medicamentos en el sector salud en México ascendió a casi \$1.1 billones de pesos, lo que representó un incremento de casi \$56.234 millones con respecto a las cifras del año anterior.

Incluso, de acuerdo con cifras del INEGI⁹, se registró que, en México, en el año 2021, el Producto Interno Bruto (PIB) de la industria farmacéutica creció 8.4% respecto a 2020, y se sabe que del año 2003 al 2021, los establecimientos de la industria farmacéutica aumentaron de 480 a 908, lo que representó un crecimiento promedio anual de 3.6%.

Tal como sucede en nuestro país, el mercado global de farmacias se segmenta, por su tipo de propiedad, en cadenas minoristas y establecimientos independientes. El que corresponde a las cadenas minoristas fue el más grande del mercado, ya que representó el 76.5 % del total en 2022. Sin embargo, se espera que el mercado de tiendas

⁸ <https://n9.cl/q9or8>

⁹ <https://www.inegi.org.mx/>

independientes sea el de más rápido crecimiento, a una CAGR de 6.7% durante el lapso 2022-2027.

En el año anterior, América del Norte fue la región más grande en el mercado de farmacias y tiendas de atención médica; representó el 32% del total. Le siguió Europa Occidental y luego las demás regiones, y muy probablemente en el futuro las regiones de más rápido crecimiento en el mercado de farmacias y tiendas de atención médica serán Medio Oriente y América del Sur, con un crecimiento del 12.1% y 9.9% CAGR respectivamente.

Cabe señalar que los pronósticos de crecimiento en el mercado de farmacias y tiendas de atención médica indican que se generarán cerca de 368,490 millones de ventas anuales globales para 2027, y sobresalen las cadenas minoristas, que ganarán \$330,40 mil millones de ventas anuales globales para el mismo año, y las oportunidades en el segmento por tipo de medicamento surgirán en el segmento de los que se prescriben con receta, que obtendrá \$351,17 mil millones de ventas anuales globales para 2027.

Todo este tipo de proyecciones y tendencias, que son puntuales para entender mejor el estado actual y futuro del mercado farmacéutico, serán revisadas durante la próxima [Expo FAC](#), en donde acudirán los profesionales del sector farmacéutico para actualizarse y conocer las mejores prácticas para crecer el negocio.

###

Acerca de Expo Fac:

La primera edición de Expo Farmacias y Cuidado Personal (Expo FAC) es un espacio creado para reunir a marcas líderes del mercado y la industria de la salud, y productos de bienestar en donde participan propietarios y tomadores de decisiones del sector farmacéutico.

Se trata del único evento en México 100% enfocado en soluciones para la salud y el cuidado personal.

Acerca de RX (Reed Exhibitions)

RX está en el negocio de construir negocios para individuos, comunidades y organizaciones. Elevamos el poder de los eventos cara a cara combinando datos y productos digitales para ayudar a los clientes a conocer los mercados, obtener productos y completar transacciones en más de 400 eventos en 22 países, en 42 industrias. En RX nos apasiona generar un impacto positivo en la sociedad y estamos totalmente comprometidos con la creación de un entorno de trabajo inclusivo para toda nuestra gente. RX es parte de RELX, proveedor global de información basada en análisis y herramientas de decisión para clientes profesionales y de negocios. www.rxglobal.com



Acerca de RELX

RELX es un proveedor global de analítica basada en información y herramientas de decisión para clientes profesionales y de negocio. RELX sirve a clientes en más de 180 países y tiene oficinas en alrededor de 40 países. Emplea a más de 35,000 personas, de las cuales, cerca del 40% se encuentran en Norteamérica. Las acciones de RELX PLC, la empresa matriz, son negociadas en las bolsas de valores de Londres, Ámsterdam y Nueva York Stock Exchanges, utilizando los símbolos: Londres: REL; Ámsterdam: REN; Nueva York: RELX.

*Nota: La actual capitalización de mercado se puede encontrar en: <http://www.relx.com/investors>



Contacto de Prensa:
Jorge Morales García
Agencia Communika
T: 55 1795 2790
E: jorgem@communika.com.mx



La farmacia minorista tiende a crecer su mercado, por lo menos hasta el 2030

Por staff de redacción [Expo Fac](#).

Los consumidores de medicamentos se han dado cuenta cómo se ha transformado el negocio farmacéutico. El tradicional modelo, en donde detrás del mostrador se encontraba el dependiente en un local hasta cierto punto pequeño, pero suficientemente amplio como para surtir las recetas médicas, aún sigue vigente. Sin embargo, se ha ido modificando hasta llegar a los modelos actuales en donde el consumidor puede encontrar productos para el cuidado de la salud en anaqueles estratégicamente colocados en el interior de lo que parecería una tienda.

Las farmacias han cambiado progresivamente sus modelos, mejorando poco a poco, fortaleciéndose, y en la medida que lo consideran dan un siguiente paso implementando soluciones innovadoras para atender mejor las necesidades de sus clientes, como es el caso de la colocación de máquinas expendedoras de medicamentos¹⁰. Al mismo tiempo desarrollan, o aprovechan, nuevas tecnologías y automatizan procesos para agilizar las operaciones en la tienda.

De esta forma, la farmacia minorista se ha consolidado como el formato más común para que el público adquiera medicamentos de marca y genéricos, con o sin receta. De hecho, el aumento de las cadenas minoristas de farmacia ha ayudado a integrar un variado tipo de componentes para la atención médica, además de que facilitan la compra de medicinas y otros productos para el cuidado de la salud.

Además, hay varias condiciones globales que configuran un panorama alentador para el crecimiento de la farmacia minorista¹¹; por ejemplo, el aumento mundial en la prevalencia de enfermedades crónicas, el mayor número de población geriátrica, el aumento del gasto en atención médica, las enfermedades cambiantes, y el mismo desarrollo de nuevos modelos de negocio. Todos ellos son factores que se abren como ventanas de oportunidades para este tipo de farmacia.

Organismos especializados¹² pronostican que el mercado global de la farmacia minorista, valorado en USD 622,32 mil millones en 2022, alcanzará USD 1,343,72 mil millones para 2030, creciendo a una CAGR del 10,10% durante ese lapso, con todo y que el aumento en los precios de muchos medicamentos, el factor de la caducidad y los efectos secundarios de los medicamentos de venta libre, obstaculizarán el crecimiento del mercado y serán un desafío a vencer.

Además, hay otras condiciones que seguirán impulsando al sector. Por ejemplo, la extensión y crecimiento de los sitios de comercio electrónico, junto con la tecnología

¹⁰ <https://n9.cl/uu58s>

¹¹ <https://n9.cl/l4hs8>

¹² <https://www.databridgemarketresearch.com/>

inherente, configuran oportunidades para el mercado minorista. Igualmente, el desarrollo de medicamentos especializados ofrecerá una oportunidad lucrativa para que las farmacias fortalezcan su modelo de negocio.

Cabe puntualizar que el mercado minorista global de farmacia, incluye a los establecimientos que venden medicamentos recetados y de venta libre, productos de salud y bienestar y servicios relacionados, medicinas de patente, y genéricos. Comprende tiendas bajo el tradicional formato físico, pero también en línea para, de esta forma, ofrecer un mayor número de puntos de venta.

Precisamente el formato en línea le ha dado un impulso mayor, porque el consumidor puede ver el catálogo completo, sin tener que desplazarse y preguntar, pero de cualquier forma, la visita física al lugar permite aprovechar servicios complementarios como son la consulta médica y exámenes de salud y de laboratorio.

Como cualquier mercado, el farmacéutico requiere atención en los cambios locales y globales, de las novedades, de las exigencias de los clientes, de los avances tecnológicos y de las mejoras en los procesos, los cuales se podrán compartir y conocer en eventos como Expo FAC, que será la cita para los profesionales de este campo.

Acerca de Expo Fac:

La primera edición de Expo Farmacias y Cuidado Personal (Expo FAC) es un espacio creado para reunir a marcas líderes del mercado y la industria de la salud, y productos de bienestar en donde participan propietarios y tomadores de decisiones del sector farmacéutico.

Se trata del único evento en México 100% enfocado en soluciones para la salud y el cuidado personal.

Acerca de RX (Reed Exhibitions)

RX está en el negocio de construir negocios para individuos, comunidades y organizaciones. Elevamos el poder de los eventos cara a cara combinando datos y productos digitales para ayudar a los clientes a conocer los mercados, obtener productos y completar transacciones en más de 400 eventos en 22 países, en 42 industrias. En RX nos apasiona generar un impacto positivo en la sociedad y estamos totalmente comprometidos con la creación de un entorno de trabajo inclusivo para toda nuestra gente. RX es parte de RELX, proveedor global de información basada en análisis y herramientas de decisión para clientes profesionales y de negocios. www.rxglobal.com



Acerca de RELX

RELX es un proveedor global de analítica basada en información y herramientas de decisión para clientes profesionales y de negocio. RELX sirve a clientes en más de 180 países y tiene oficinas en alrededor de 40 países. Emplea a más de 35,000 personas, de las cuales, cerca del 40% se encuentran en Norteamérica. Las acciones de RELX PLC, la empresa matriz, son negociadas en las bolsas de valores de Londres, Ámsterdam y Nueva York Stock Exchanges, utilizando los símbolos: Londres: REL; Ámsterdam: REN; Nueva York: RELX.

*Nota: La actual capitalización de mercado se puede encontrar en: <http://www.relx.com/investors>

Contacto de Prensa:

Jorge Morales García

Agencia Communika

T: 55 1795 2790

E: jorgem@communika.com.mx

La farmacéutica, en camino de explotar el desarrollo y uso de datos reales y analíticos

- *Su uso acelera el desarrollo de fármacos y ofrece informes que las pruebas clínicas no pueden*

Por staff de redacción [Expo Fac](#).

Progresivamente, el concepto de “Información del mundo real” (Real-World Data o RWD) está encontrando espacio en el entorno farmacéutico debido a que aprovecha los datos referentes al cuidado de la salud que surgen de fuentes externas a la investigación clínica, como los registros electrónicos de recetas, enfermedades, medicamentos, registros de reclamos, facturación de aseguradoras, y hasta de dispositivos de monitoreo, como los relojes inteligentes. Y es que, si esta información es procesada a través de analíticos especializados, se obtiene lo que se denomina “Evidencia del Mundo Real” (Real World Evidence o RWE).

Basándose en el análisis de información médica, incluyendo la RWD, se pueden obtener resultados como los siguientes:

- Comprensión de enfermedades en investigación médica básica.
- Desarrollo clínico y aplicación para la aprobación de fármacos.
- Detección temprana de riesgos de salud a través de dispositivos médicos.
- Agilización y optimización de diagnósticos y tratamientos.
- Evaluación y respuestas a políticas médicas de los gobiernos.
- Mejora de acceso de los pacientes al cuidado de la salud.
- Mejora en la calidad y eficiencia de la gestión de la salud, estilo de vida y servicios preventivos.
- Mejora en calidad y eficiencia de servicios de enfermería y cuidados.

La comprensión adecuada de los cuidados clínicos y sus resultados, a través del uso y aplicación del RWD, puede contribuir a mejorar la calidad de vida de la gente y los pacientes que proveen la información para mejorar un sistema de seguridad social sustentable.

En Europa y EE.UU., la RWD se utiliza en las solicitudes de aprobación del desarrollo clínico de fármacos, evaluaciones de bajo costo para reembolso de aseguradoras y negociaciones de precio de medicamentos. En Japón incluso hay un debate sobre la necesidad de establecer un ecosistema que permita la recolección y análisis de RWD de alta calidad que pueda usarse para desarrollo clínico y atención farmacéutica, por lo que se preparan leyes y guías al respecto.

La RWD es muy valiosa, está en todas partes y en diferentes formas, aunque puede ser difícil de aprovechar. Afortunadamente hay numerosas organizaciones sin fines de lucro, consorcios y compañías dedicadas a recolectar y consolidar RWD para darles un buen uso, como:

- [Iniciativa Centinela](#), creada por la US Food and Drug Administration (FDA) para conectar la información de salud con diferentes bases de datos y monitorearlas.



- [Proyecto Récorde Electrónicos de Salud para Investigación Clínica](#), una plataforma que junta información de hospitales alrededor del mundo para ayudar a identificar pacientes para pruebas clínicas.
- [Pacientes como Yo](#), una plataforma en línea en donde cientos de miles de miembros reciben consejos de otros pacientes para sus condiciones, comparan tratamientos, síntomas y efectos secundarios; así como dan seguimiento a su salud personal en tiempo real.
- [Almacén del Proyecto de Cura Acelerada](#), es una colección masiva de muestras biológicas y datos de gente con MS para ayudar a los investigadores, esperando que los conduzca a nuevos avances.

Las empresas farmacéuticas han encontrado que la RWD puede jugar un papel muy importante en todas las etapas del proceso del desarrollo y distribución de fármacos, ofrece valiosas informaciones que los procesos tradicionales no pueden ofrecer. Como resultado, los estudios de evidencia del mundo real (RWE) han estado creciendo constantemente en los últimos años.

#

Acerca de RX (Reed Exhibitions)

RX está en el negocio de construir negocios para individuos, comunidades y organizaciones. Elevamos el poder de los eventos cara a cara combinando datos y productos digitales para ayudar a los clientes a conocer los mercados, obtener productos y completar transacciones en más de 400 eventos en 22 países, en 42 industrias. En RX nos apasiona generar un impacto positivo en la sociedad y estamos totalmente comprometidos con la creación de un entorno de trabajo inclusivo para toda nuestra gente. RX es parte de RELX, proveedor global de información basada en análisis y herramientas de decisión para clientes profesionales y de negocios. www.rxglobal.com



Acerca de la ANTAD

La Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales, A. C., ANTAD, promueve el desarrollo del comercio detallista y sus proveedores en una economía de mercado con responsabilidad social. Desde 1983 se ha convertido en un importante indicador del comportamiento de la economía en México, ya que a través de la información que le proporcionan sus Asociados, publica datos de ventas del sector, apertura de nuevas tiendas, empleo y otras cifras que si bien no son el 100% del país sí representan a las más grandes cadenas de autoservicio, departamentales y especializadas en el país. Actualmente agrupa a 33 cadenas de autoservicio, 14 cadenas departamentales y 58 cadenas especializadas, sumando 46,350 tiendas y más de 21 millones de metros cuadrados de piso de venta. www.antad.mx



Contacto de Prensa:

Jorge Morales García

Agencia Communika

T: 55 1795 2790

E: jorgem@communika.com.mx

Guadalupe Vargas

Comunicación ANTAD

5580 9900 Ext. 264

gvargas@antad.org.mx

El nuevo marketing farmacéutico busca a los clientes, no solo a los médicos

- *Las nuevas estrategias buscan balancear la orientación a dos mercados distintos*

Por staff de redacción [Expo Fac](#).

La industria farmacéutica es uno de los negocios con mayor crecimiento global: sus ventas mundiales en 2020 fueron mayores a 1,200 billones de dólares y sus gastos en marketing crecieron un 70% en las dos últimas décadas, para llegar a 30 billones de dólares¹³. Sin embargo, para tener éxito no basta con gastar, los mercadólogos deben planear una estrategia inventiva y tácticas innovadoras para lograr sus objetivos.

Por ejemplo, podría pensarse que los negocios farmacéuticos que abracen el poder de la innovación digital y el modelo de “el cliente-primero” tendrán éxito en construir interacciones más efectivas, mayor lealtad y preferencia de marca, de una forma duradera. Esto a pesar del control de costos, las restricciones regulatorias y la competencia global. Ante todo, la mercadotecnia del mundo farmacéutico se debe adaptar al enfoque en el cliente, no en las medicinas.

Las estrategias tradicionales de marketing en esta industria tienen enfoque en el producto o medicamento de prescripción que los ejecutivos creen que les permitirá ganar dinero. Pero el éxito comercial en realidad se atribuye a un agresivo marketing digital y actividad promocional, usualmente dirigida hacia los médicos, que son quienes responden a las necesidades y expectativas de los pacientes y/o compradores.

Lo cierto es que el estado actual del marketing farmacéutico es complejo y se debe decidir entre dos caminos: dirigirse directo al cliente, o bien, orientarse al proveedor/pagador; las firmas farmacéuticas normalmente no diferencian entre estos dos canales¹⁴. De hecho, tienden a pensar más en que una estrategia sirve para todos, pero eso va contra la manera actual de pensar, que se basa en la personalización, en la experiencia del cliente y en una estrategia omnicanal del producto correcto, en el momento preciso, al usuario adecuado, aplicando el medio apropiado.

En ese sentido, los objetivos de marketing de la industria pueden ser:

1. Crear conocimiento y lealtad a la marca.
2. Educar a los profesionales de la medicina sobre sus productos de tratamientos para enfermedades asociadas.
3. Incrementar la visibilidad de la marca a través de varios canales.
4. Aumentar la conversión de ventas y acelerar el retorno de la inversión.

Por todo ello, las estrategias de marketing de las farmacéuticas deben tener en mente que sus objetivos son tanto los pacientes como los médicos y profesionales, por lo que necesitan

¹³ <https://n9.cl/05zo3>

¹⁴ <https://n9.cl/4gnhv>

identificar a la audiencia correcta para sus productos, comprender sus requerimientos y planear una estrategia que satisfaga sus necesidades, con medidas como las siguientes:

- 1. Enfoque centrado en el cliente** – Los consumidores están bien informados, mejor que nunca, e investigan, digitalmente, sobre sus enfermedades, entienden sus síntomas y buscan los tratamientos disponibles. La industria debe aprovechar la oportunidad para acercarse al cliente directamente, lo ideal sería conducirlo a contactar a su médico para solicitarle un tratamiento.
- 2. Enfoque omnicanal** – Este marketing tiene el potencial de mejorar la experiencia del cliente e influye cada vez más en el número de pacientes en terapia a través de esfuerzos promocionales integrados. Igualmente, por medio de una estrategia multimedios, las empresas pueden dar a los representantes comerciales el apoyo que necesitan para cerrar sus ventas y mejorar el retorno de inversión.
- 3. Uso de la tecnología** – La IA y el “machine learning” están transformando el mercado rápidamente, agregando nuevas capacidades al marketing digital; gracias a estos avances se pueden agilizar los esfuerzos de investigación y desarrollo, e incluso mejorar los reportes del desempeño de la publicidad y métodos de orientación.

Las empresas farmacéuticas deben ser flexibles para adaptar los últimos cambios en tecnologías, descubrimientos, regulaciones y plataformas digitales, sin afectar su marca. Además, pueden usar tácticas innovadoras como video marketing, ayuda visual para habla y audio detallado para incrementar su visibilidad de marca y relación con el cliente.

Igualmente, los profesionales del sector farmacéutico pueden aprovechar foros como [Expo Fac](#) para conocer nuevas propuestas de mercadotecnia y estrategias de promoción para aumentar sus márgenes de negocio y enfocarse mejor en sus clientes. Se trata de generar nuevas oportunidades de crecimiento y aumentar el conocimiento, así que vale la pena registrarse.

###

Acerca de Expo Fac:

La primera edición de Expo Farmacias y Cuidado Personal (Expo FAC) es un espacio creado para reunir a marcas líderes del mercado y la industria de la salud, y productos de bienestar en donde participan propietarios y tomadores de decisiones del sector farmacéutico.

Se trata del único evento en México 100% enfocado en soluciones para la salud y el cuidado personal.

Acerca de RX (Reed Exhibitions)

RX está en el negocio de construir negocios para individuos, comunidades y organizaciones. Elevamos el poder de los eventos cara a cara combinando datos y productos digitales para ayudar a los clientes a conocer los mercados, obtener productos y completar transacciones en más de 400 eventos en 22 países, en 42 industrias. En RX nos apasiona generar un impacto positivo en la sociedad y estamos totalmente comprometidos con la creación de un entorno de trabajo inclusivo para toda nuestra gente. RX es parte de RELX, proveedor global de información basada en análisis y herramientas de decisión para clientes profesionales y de negocios.
www.rxglobal.com



Acerca de RELX

RELX es un proveedor global de analítica basada en información y herramientas de decisión para clientes profesionales y de negocio. RELX sirve a clientes en más de 180 países y tiene oficinas en alrededor de 40

países. Emplea a más de 35,000 personas, de las cuales, cerca del 40% se encuentran en Norteamérica. Las acciones de RELX PLC, la empresa matriz, son negociadas en las bolsas de valores de Londres, Ámsterdam y Nueva York Stock Exchanges, utilizando los símbolos: Londres: REL; Ámsterdam: REN; Nueva York: RELX.
*Nota: La actual capitalización de mercado se puede encontrar en: <http://www.relx.com/investors>

Contacto de Prensa:
Jorge Morales García
Agencia Communika
T: 55 1795 2790
E: jorgem@communika.com.mx

Para hacer crecer su negocio, las farmacias deben tener presencia en los buscadores

Por staff de redacción [Expo Fac](#).

De acuerdo con estadísticas de Google¹⁵, las palabras relacionadas con medicina que más buscan los usuarios son “medicamento”, “dolor”, “infección”, “garganta” y “diarrea”, lo que nos hace ver que el consumidor con más frecuencia busca en la red respuestas a sus padecimientos más comunes, investiga a cerca de sus características, síntomas, tratamientos y medicinas que se sugiere consumir.

Sin embargo, automedicarse no es una práctica recomendable, ya que puede producir consecuencias, como generar resistencia a antibióticos, intoxicaciones y efectos secundarios, que se oculte una enfermedad, o crear adicción a los fármacos, causar interacciones negativas con otros medicamentos, y agravar los malestares, entre otros efectos¹⁶.

Pero más allá de señalar los riesgos de auto prescribirse medicamentos, lo que no se puede obviar es que hay una tendencia creciente en la cantidad de usuarios que buscan informarse acerca de medicamentos y las características de las enfermedades y tratamientos a través de internet, por medio de dispositivos móviles, computadoras, y aplicaciones, ya que el universo de datos es muy amplio.

Y es que la reciente pandemia impulsó de gran forma el auge de la digitalización y la búsqueda de información en la web, lo que obligó a las farmacias a crear nuevas formas de comunicación con los pacientes, quienes, en medida de lo posible, continuaron con el acostumbrado contacto presencial¹⁷, pero al mismo tiempo exploraron nuevas prácticas en el entorno digital.

Cabe señalar que los productos para el cuidado de la salud en México tuvieron un gran impulso entre los años 2019 y 2021, incluyéndose dentro del 92.2% del incremento en las ventas en línea registrado en ese lapso¹⁸, aunque cabe acotar que este registro corresponde a medicinas que la farmacia puede surtir sin receta médica y otros artículos para la salud, como complementos alimenticios.

El comprador ya es consciente de que puede recibir sus medicamentos y artículos de cuidado personal lo más rápido posible, y está habituándose a experiencias de *comercio rápido*, así que las cadenas de farmacias que brinden una eficaz experiencia digital de compra y un

¹⁵ <https://t.ly/MuPF>

¹⁶ <https://t.ly/UifP>

¹⁷ <https://t.ly/fSi1>

¹⁸ <https://t.ly/rBwNh>

servicio rápido podrán adelantarse en una competencia que no considera el tamaño de la tienda, sino la forma de venta.

Por ello, las farmacias deben considerar que, para los consumidores, es más fácil consultar desde sus dispositivos móviles los precios de los artículos que busca, ya que de esta manera no tiene que ir a cada farmacia a comparar los productos, además, tampoco tiene que desplazarse hasta el establecimiento para adquirirlo, porque sabe que está a un “clic” de pedir y recibir lo que busca, sobre todo si ya sabe lo que necesita.

Pero la tecnología también ayuda a agilizar la experiencia de pago, no solo por el uso de tarjetas de crédito o débito, sino también gracias a las tarjetas de descuento que ofrecen algunas farmacias para premiar a los consumidores fieles, y que pueden administrarse igualmente a través de los dispositivos móviles. En ese tema aún queda camino por recorrer.

El sector de las farmacias tiene varias oportunidades de crecimiento gracias a la adopción de la tecnología en varios de sus procesos internos, pero también gracias a la experiencia de compra que le pueden ofrecer a sus clientes. Eso es parte de lo que se conocerá en [Expo Fac](#), cuando se reúnan los profesionales del sector para compartir experiencias y actualizarse. Mientras llega la cita, seguiremos en comunicación.

###

Acerca de RX (Reed Exhibitions)

RX está en el negocio de construir negocios para individuos, comunidades y organizaciones. Elevamos el poder de los eventos cara a cara combinando datos y productos digitales para ayudar a los clientes a conocer los mercados, obtener productos y completar transacciones en más de 400 eventos en 22 países, en 42 industrias. En RX nos apasiona generar un impacto positivo en la sociedad y estamos totalmente comprometidos con la creación de un entorno de trabajo inclusivo para toda nuestra gente. RX es parte de RELX, proveedor global de información basada en análisis y herramientas de decisión para clientes profesionales y de negocios. www.rxglobal.com



Acerca de la ANTAD

La Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales, A. C., ANTAD, promueve el desarrollo del comercio detallista y sus proveedores en una economía de mercado con responsabilidad social. Desde 1983 se ha convertido en un importante indicador del comportamiento de la economía en México, ya que a través de la información que le proporcionan sus Asociados, publica datos de ventas del sector, apertura de nuevas tiendas, empleo y otras cifras que si bien no son el 100% del país sí representan a las más grandes cadenas de autoservicio, departamentales y especializadas en el país. Actualmente agrupa a 33 cadenas de autoservicio, 14 cadenas departamentales y 58 cadenas especializadas, sumando 46,350 tiendas y más de 21 millones de metros cuadrados de piso de venta. www.antad.mx





Contacto de Prensa:
Jorge Morales García
Agencia Communika
T: 55 1795 2790
E: jorgem@communika.com.mx

Guadalupe Vargas
Comunicación ANTAD
5580 9900 Ext. 264
gvargas@antad.org.mx



De la farmacia de barrio a la comunitaria, una propuesta para el control de enfermedades

Por Angel Bosch Torrano, vocero [Expo Fac](#)*

En México, hemos presenciado cómo el concepto de farmacia ha experimentado una transformación significativa. Anteriormente, las farmacias eran negocios locales de “barrio”, donde podíamos encontrar una amplia variedad de medicamentos y recibir cierta atención médica. Sin embargo, en la actualidad, hemos observado la aparición de grandes cadenas farmacéuticas que han expandido su presencia a través de múltiples sucursales en diferentes puntos de una ciudad, e incluso en varias ciudades simultáneamente. En algunos casos, estas cadenas adoptan el modelo de pequeños supermercados, ofreciendo también una variedad de otros productos.

Pero a pesar de lo que podría considerarse como nuevo concepto, estamos en condiciones de explorar y proponer distintos modelos de atención farmacéutica, específicamente lo que podríamos llamar como farmacias comunitarias, con un área de atención especial dedicada a personas de edad avanzada que presentan diversos problemas de salud y que, en ocasiones, no son atendidas adecuadamente por el sistema oficial.

Esta propuesta nace bajo la consideración de bajos factores, uno de ellos es que en nuestro país el número de personas mayores a 60 años ha ido en aumento, de acuerdo con el INEGI¹⁹ (hasta antes de que terminara la pandemia) y, naturalmente, la cantidad de medicamentos, consultas y servicios relacionados con la salud que requiere la población mayor ha aumentado.

COMPARATIVA DE POBLACIÓN EN MÉXICO			
Edades / Período	2005	2010	2020
60 a 64 años	2,622,476	3,116,466	4,821,062
65 a 69 años	1,958,069	2,317,265	3,645,077
70 a 74 años	1,496,691	1,873,934	2,647,340
75 a 79 años	1,048,315	1,245,483	1,814,582
80 a 84 años	657,011	798,936	1,175,364
85 a 89 años	345,154	454,164	659,245
90 a 94 años	132,325	164,924	266,806
Total	8,260,041	9,971,172	15,029,476

¹⁹ bit.ly/42IJDeg

De acuerdo con la misma institución, la esperanza de vida en promedio en general a 2022 es de 75.5 años, y se ha observado **un aumento en la base poblacional entre el sector de adultos jóvenes** (30 a 59 años) y de adultos mayores (60 años y más); en los primeros, la participación relativa pasó de 26% a 38%, mientras que en los segundos aumentó de 6% a 12%. Como complemento, una tendencia que se observa en todo el mundo es que hay **una reducción de la fecundidad y un aumento de la esperanza de vida.**

Un centro de control

La propuesta entonces es establecer a la farmacia como un centro de control que permitiría ejercer un monitoreo sobre las enfermedades, principalmente de dos tipos: las crónico-degenerativas y las controlables que no son curables. Aquí podemos citar dos ejemplos, aunque hay más: la obesidad y la diabetes, de las cuales la primera podría ser controlable a largo plazo, y la segunda requiere de un cuidado constante para disminuir sus daños y vigilar su avance.

La farmacia entonces se convertiría en un centro de cuidado para la comunidad en donde la población local podría acudir a atenderse de distintas enfermedades, sobre todo si consideramos el par de ejemplos citados, ya que la obesidad realmente es un “disparador” de la diabetes, la cual sabemos que provoca una serie de padecimientos que pueden llegar a afectar incluso un miembro del cuerpo al grado de requerir amputación, o bien, causar ceguera.

Desde luego, debe haber un cambio en el modelo farmacéutico vigente para que se estableciera como un centro comunitario de apoyo, porque uno de los problemas que encontramos en Latinoamérica es el abandono de los tratamientos de las enfermedades crónicas, principalmente en las personas mayores, en un nivel de hasta el 70%. Esto puede deberse al olvido, y por ello los pacientes dejan de tomar sus medicinas; o por problemas económicos, por los que se suspende la compra del medicamento; o por desabasto de la medicina en el centro oficial de salud.

El médico, siempre presente

El modelo propuesto de farmacia comunitaria podría contribuir a disminuir tales problemas, ya que agregaría un pequeño centro para medir y controlar al paciente, ver su estado físico, sus niveles de glucosa, presión y otras variables que se pueden revisar con cierto equipo no sofisticado y siempre con la vigilancia de un médico en el lugar.

En efecto, actualmente hay modelos parecidos al propuesto. Existen las farmacias con un médico en un consultorio adyacente, aunque no es un formato ideal o tan completo como el propuesto, pero sí atiende y soluciona varios problemas. Más bien, la idea sería evolucionar ese modelo y aprovechar la base de conocimiento de los médicos y la experiencia que han adquirido al tratar a varios pacientes y sus enfermedades.

Se trata de impulsar un esquema en el que las farmacias se configuren no solo como un centro de venta y de atención, sino también de control, en donde esté siempre la figura del médico, con equipo suficiente para que se considere al establecimiento como un centro “neurálgico” de la colonia y que, además, serviría para disminuir un poco la carga de trabajo de los centros de salud oficiales, que muchas veces no tienen los recursos ni los médicos suficientes.

Lo ideal sería que este modelo de farmacia incluso pudiera ser apoyado por las instancias gubernamentales, ambas partes saldrían ganando. De esta manera, el ecosistema que conforman las farmacias en el país se complementarían. Las cadenas farmacéuticas ya tienen su posición y la gente sabe lo que puede encontrar con ellas, pero la idea sería tener una mayor proximidad, un trato más personalizado para que el paciente sepa que va a recibir un trato más cercano y cariñoso.

Y para conocer más detalles de cómo se podría generar este nuevo modelo vale la pena considerar la asistencia a [Expo Fac](#), que será un encuentro entre profesionales de la industria farmacéutica que seguramente podrán enriquecer la propuesta. La cita será en la Expo Guadalajara del 17 al 19 de octubre en lo que será la primera edición de este evento.

** El autor es director de Premios Aspid y director en Farma Industria Marketing healthcare. Cuenta con amplia experiencia en el sector editorial y como consultor en diversos temas, como el de la medicina.*

###

Acerca de Expo Fac: <https://www.expofac.mx/>

La primera edición de Expo Farmacias y Cuidado Personal (Expo FAC) es un espacio creado para reunir a marcas líderes del mercado y la industria de la salud, y productos de bienestar en donde participan propietarios y tomadores de decisiones del sector farmacéutico. Se trata del único evento en México 100% enfocado en soluciones para la salud y el cuidado personal.

Acerca de RX

RX está en el negocio de construir negocios para individuos, comunidades y organizaciones. Elevamos el poder de los eventos cara a cara combinando datos y productos digitales para ayudar a los clientes a conocer los mercados, obtener productos y completar transacciones en más de 400 eventos en 22 países, en 43 industrias.

En RX nos apasiona generar un impacto positivo en la sociedad y estamos totalmente comprometidos con la creación de un entorno de trabajo inclusivo para toda nuestra gente. RX es parte de RELX Group, proveedor global de información basada en análisis y herramientas de decisión para clientes profesionales y de negocios. www.rxglobal.com



Acerca de RELX

RELX es un proveedor global de analítica basada en información y herramientas de decisión para clientes profesionales y de negocio. El Grupo sirve a clientes en más de 180 países y tiene oficinas en alrededor de 40 países. Emplea a más de 33,000 personas, de las cuales, cerca de la mitad se encuentran en Norteamérica. Las acciones de RELX PLC, la empresa matriz, son negociadas en las bolsas de valores de Londres, Ámsterdam y Nueva York, utilizando los símbolos: Londres: REL; Ámsterdam: REN; Nueva York: RELX. La capitalización de mercado es de aproximadamente £ 33 mil millones, € 39 mil millones, \$ 47 mil millones*.

*Nota: La actual capitalización de mercado se puede encontrar en: <http://www.relx.com/investors>

Para mayor información:

Jorge Morales García

Agencia Communika

T: +52 55 1795 2790

E: jorgem@communika.com.mx

Más de tres mil visitantes esperan para la próxima Expo FAC, evento del sector farmacéutico

➤ Atiende un mercado que incluye más de 65 mil establecimientos dedicados a la venta de medicinas

Ciudad de México, abril de 2023.- RX, organizador líder mundial de eventos, confirmó la fecha de realización de Expo FAC Farmacias y Cuidado Personal, que se llevará a cabo del 17 al 19 de octubre, de este año, en las instalaciones de Expo Guadalajara, recinto en el que se reunirán profesionales de la salud y de la medicina, representantes de laboratorios, distribuidores de medicamentos y productos farmacéuticos, entre otros especialistas.

Eleonora García, directora del evento, explicó que una de las fortalezas de esta primera edición de Expo FAC, consiste en que une la experiencia de RX, empresa global con más de 50 años de organizar eventos de negocios de diferentes industrias, y que actualmente opera más de 400 de ellos al año, más de diez en México, “con la experiencia de la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD), que aportará el potencial de sus más de 46 mil tiendas afiliadas para impulsar un encuentro de negocios dedicado a los profesionales de la salud”.

Uno de los propósitos que persigue el comité organizador, es convertirse en un detonador de negocios para este sector, en el que existen más de 65 mil unidades económicas dedicadas a la venta de medicinas, lo que contribuye a que nuestro país ocupe el noveno lugar mundial en la comercialización de medicamentos, al mismo tiempo que representa el segundo mercado farmacéutico más grande en América Latina, después de Brasil.

“En Expo FAC van a participar una gama muy amplia de proveedores, sobre todo de medicamentos OTC (Over the Counter), que son los que se pueden adquirir sin receta médica, pero también habrá novedades en vitaminas y suplementos dietéticos; soluciones de higiene, cuidado personal y belleza; materiales de curación; artículos para maternidad y bebés; salud sexual y reproductiva; aparatos de medición, y productos de uso común, doméstico, no especializados, entre otros”, indicó Eleonora.

Igualmente, se invitará a proveedores de medicinas naturales y/o alternativas, ya que también han manifestado interés por sumarse al evento, aunque de acuerdo con el comité organizador, su participación estará sujeta a que se trate de medicamentos autorizados por la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS), ya que no se ofrecerán soluciones de salud catalogadas como “milagrosas”.

Más allá de mostrar la proveeduría de diversos artículos, esta exposición también presentará tecnología y sistemas para administrar una farmacia, “ya que nos interesa ser un detonador de negocios. Incluso, invitaremos a conferencistas que abordarán temas relacionados con las prácticas más actuales para la gestión de las farmacias, mostrarán mejores prácticas de negocio, a aprovechar la tecnología y a modalidades como el comercio electrónico, por ejemplo”, agregó la directiva.

“Sabemos que el esquema de comercialización del mercado farmacéutico se basa en el canal de distribución, el cual hace llegar los productos de los laboratorios y de los distintos proveedores a los puntos de venta, y nosotros queremos contribuir a optimizar ese esquema presentando nuevas alternativas y soluciones para la venta, e incluso invitaremos al consumidor final para que conozca la oferta más actual de los laboratorios y estimule una mayor demanda de los distintos artículos”, explicó la máxima directiva de Expo FAC.

Para esta edición, RX planea recibir a casi tres mil 500 visitantes, que conocerán la oferta de productos y servicios de 130 proveedores, que se distribuirán en una superficie de dos mil 500 metros cuadrados, dentro de Expo Guadalajara. El perfil de los asistentes incluye a propietarios y administradores de farmacias, encargados de compras de medicamentos, gerentes de farmacias de autoservicio y almacenes, compradores de tiendas de autoservicio con farmacias, administradores de hospitales privados con farmacias, distribuidores de productos en farmacias y cadenas de farmacias regionales.

Igualmente, Eleonora García comentó que dentro del programa académico se ofrecerán tres conferencias magistrales, además de más de 20 pláticas relacionadas con temas sobre salud, como el cuidado de la piel, alergias, diabetes, “incluso participarán especialistas como el doctor José Angel Córdova Villalobos, ex secretario de Salud, o el doctor Alejandro Díaz Villalobos, experto en medicina fronteriza, quienes compartirán sus conocimientos y experiencias. Seguiremos publicando más información en el sitio <https://www.expofac.mx/>, para que nos visiten”.

###

Acerca de RX

RX está en el negocio de construir negocios para individuos, comunidades y organizaciones. Elevamos el poder de los eventos cara a cara combinando datos y productos digitales para ayudar a los clientes a conocer los mercados, obtener productos y completar transacciones en más de 400 eventos en 22 países, en 43 industrias. En RX nos apasiona generar un impacto positivo en la sociedad y estamos totalmente comprometidos con la creación de un entorno de trabajo inclusivo para toda nuestra gente. RX es parte de RELX Group, proveedor global de información basada en análisis y herramientas de decisión para clientes profesionales y de negocios. www.rxglobal.com



Acerca de la ANTAD

La Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales, A. C., ANTAD, promueve el desarrollo del comercio detallista y sus proveedores en una economía de mercado con responsabilidad social. Desde 1983 se ha convertido en un importante indicador del comportamiento de la economía en México, ya que a través de la información que le proporcionan sus Asociados, publica datos de ventas del sector, apertura de nuevas tiendas, empleo y otras cifras que si bien no son el 100% del país sí representan a las más grandes cadenas de autoservicio, departamentales y especializadas en el país. Actualmente agrupa a 33 cadenas de autoservicio, 14 cadenas departamentales y 58 cadenas especializadas, sumando 46,350 tiendas y más de 21 millones de metros cuadrados de piso de venta. www.antad.mx





Contacto de Prensa:
Jorge Morales García
Agencia Communika
T: 55 1795 2790
E: jorgem@communika.com.mx



Conoce Expo FAC, en donde encontrarás lo último en soluciones y productos para el sector farmacéutico.

- RX y ANTAD se unen para presentar Expo FAC, Farmacias y Cuidado Personal 2023 en Expo Guadalajara
- Se llevará a cabo del 17 al 19 de octubre de 2023

Ciudad de México, a 29 de noviembre de 2022.- Con el propósito de contribuir al cuidado de la salud a través del impulso de la cadena de valor del sector farmacéutico nacional, RX antes Reed Exhibitions, anunció la celebración de Expo FAC, Farmacias y Cuidado Personal, en conjunto con la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD), que tendrá lugar en las instalaciones de Expo Guadalajara, del 17 al 19 de octubre de 2023.

En tanto que RX es una firma con presencia en 22 países, en donde celebra más de 400 eventos de más de cuarenta industrias, la ANTAD, agrupa a 25 cadenas de autoservicio, 13 cadenas departamentales y 54 especializadas, y debido a la representatividad de ambas, decidieron unirse para promover soluciones del sector salud, que en México generó un Producto Interno Bruto Ampliado de 1.5 billones de pesos en 2020²⁰.

De acuerdo con Eleonora García, Directora de Expo FAC, Farmacias y Cuidado Personal, el propósito del evento es configurarse como el primero en su clase en México que se enfoca totalmente en promocionar soluciones para la salud y el bienestar, “y para ello presentaremos una plataforma de negocios y conocimiento que permitirá actualizarse a los profesionales de las diferentes especialidades de la salud, especialmente de la farmacéutica, durante los tres días del evento”.

Por su parte, Vicente Yáñez, Presidente Ejecutivo de ANTAD, declaró que mediante este convenio se busca beneficiar a todos los consumidores que asisten a comprar en las más de 46 mil tiendas de las cadenas Asociados a la ANTAD, muchas de las cuales venden este tipo de productos.

Cabe señalar que el mercado farmacéutico nacional es el segundo más grande de América Latina, después de Brasil; por concepto de ventas esta industria creció a una Tasa de Crecimiento Anual Compuesto (TCAC) de 3.3 por ciento, del 2016 al 2020, con un valor de 680 mil millones de pesos al cierre del 2020, y antes de la pandemia se calculaba que la TCAC crecería al 4.7 por ciento entre 2020 y 2025, para alcanzar 911 mil millones de pesos²¹.

²⁰ <https://bit.ly/2TFPlEG>

²¹ <https://bit.ly/3gFARMi>

“En esta oportunidad, nuestros visitantes podrán conocer un espacio de exhibición en el que se mostrarán tecnología y productos que incluyen aparatos de medición, material de curación, artículos de higiene, alimentos y bebidas saludables, soluciones para farmacias, entre varios más, además de conocer tendencias y asistir a nuestro programa académico en el que participarán profesionales de la industria farmacéutica, nacionales e internacionales”, agregó Eleonora García.

Igualmente, Vicente Yáñez, explicó:

- “Las ventas de los Asociados de ANTAD en el año 2021, fueron de 1.3 billones de pesos, el 9.5% fue de las categorías: cuidado e higiene personal, farmacia OTC, que son los artículos que se venden en el mostrador, y farmacia RX, que es la medicina que se vende con receta médica.
- El 65 % de los medicamentos que se venden en México se hacen en las farmacias de nuestros Asociados.
- Todos los días, en los consultorios adyacentes a farmacias se atiende el mismo número de derechohabientes que el IMSS y el ISSSTE.
- Esto en más de 12 mil farmacias que tenemos ANTAD-ANADIM y aproximadamente 8 mil consultorios.

Por todo lo anterior, estamos seguros de que la unión de un sector tan representativo comercialmente en los temas de Salud y una empresa internacional especialista en eventos, lograremos una Expo que en muy poco tiempo se posicionará como un referente nacional”.

Las cifras del mercado farmacéutico en el país indican que al cierre del 2020, las vacunas representaban al producto con la mayor cifra de ventas en el mercado público, con 19 por ciento del total, seguida de los medicamentos para la oncología, con 17 por ciento; y los de enfermedades infecciosas, parasitarias, y hematología, con once por ciento; en tanto que para el mercado privado, la cifra de mayor venta correspondió a los productos de cardiología, con 16 por ciento; endocrinología, con catorce por ciento, y enfermedades infecciosas, con diez por ciento.

“Además, sabemos que la industria farmacéutica mexicana ha estimado un crecimiento de 36 por ciento en la producción de medicamentos para fines del 2022; casi mil 500 millones de piezas más que 2021, en medio de la pandemia de covid-19, la inflación y la viruela del mono. Estamos seguros de que Expo FAC, Farmacias y Cuidado Personal, contribuirá al crecimiento de este sector, aprovechando el potencial de una exposición y las aportaciones que ofrece la ANTAD a través de su fuerza de distribución”, coincidieron ambos directivos, que invitaron a estar al pendiente de próximos comunicados.

###

Acerca de RX

RX está en el negocio de construir negocios para individuos, comunidades y organizaciones. Elevamos el poder de los eventos cara a cara combinando datos y productos digitales para ayudar a los clientes a conocer los mercados, obtener productos y completar transacciones en más de 400 eventos en 22 países, en 43 industrias. En RX nos apasiona generar un impacto positivo en la sociedad y estamos totalmente comprometidos con la creación de un entorno de trabajo inclusivo para toda nuestra gente. RX es parte de RELX Group, proveedor global de información basada en análisis y herramientas de decisión para clientes profesionales y de negocios. www.rxglobal.com



Acerca de la ANTAD

La Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales, A. C., ANTAD, promueve el desarrollo del comercio detallista y sus proveedores en una economía de mercado con responsabilidad social. Desde 1983 se ha convertido en un importante indicador del comportamiento de la economía en México, ya que a través de la información que le proporcionan sus Asociados, publica datos de ventas del sector, apertura de nuevas tiendas, empleo y otras cifras, que, si bien no son el 100% del país, sí representan a las más grandes cadenas de autoservicio, departamentales y especializadas en el país. Actualmente agrupa a 33 cadenas de autoservicio, 14 cadenas departamentales y 58 cadenas especializadas, sumando 46,350 tiendas y más de 21 millones de metros cuadrados de piso de venta. www.antad.mx



Contacto de Prensa: Jorge Morales García

Agencia Communika
T: 55 1795 2790
E: jorgem@communika.com.mx

Guadalupe Vargas
Comunicación ANTAD
5580 9900 Ext. 264
gvargas@antad.org.mx