



FARMÁCIAS INVESTEM EM MARCAS PRÓPRIAS E TÊM EXPECTATIVA DE AUMENTAR O FATURAMENTO

REGISTRO: 17/10/2014

DATA: 13/10/2014

TIPO DE VEÍCULO: ON-LINE

VEÍCULO: NET FARMÁCIA

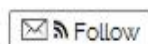
CATEGORIA: ON-LINE

VALOR: 1.500,00



Farmácias investem em marcas próprias e têm expectativa de aumentar o faturamento

| 13/10/2014 | Farmácias, Notícias, Preços | 0 comentários



As **Redes de Farmácia reduzem os preços em até 20%**. A novidade decorre de uma nova tendência já aderida por supermercados, que é a marca própria. Apesar da baixa no valor da venda, existe uma expectativa de **crescimento de 5% no faturamento**.

O interesse das farmácias pelo segmento das marcas próprias está centrado nos itens de **cosméticos, higiene e limpeza**, que podem sair até 20% mais baratos para o consumidor. Para o próximo ano existe a estimativa de dobrar o crescimento da fatura dos produtos citados, de 5% para **10%**. A secretária Joana Mangifeste afirma que tem o costume de comprar marca própria quase todos os meses, pois são mais baratas e a qualidade é tão boa quando os produtos de marca conhecida.

Um bom exemplo da nova tendência é a rede de farmácias **Pague Menos** que possui a **Amorável**. O reparador de pontas desta linha sai pelo valor de R\$ 5,49, diferente das marcas convencionais que podem ser encontrados por R\$ 7,00. Outro exemplo é a loção de citronela que passa de R\$ 12,50 para R\$ 10,99. O que mais chama a atenção é que a marca exclusiva equivale a 20% do total de vendas da rede entre os produtos que não são **medicamentos**, informação revelada pelo Francisco José de Barros, gerente de negócios da rede farmacêutica.

As redes **Farmalife** e **Drogasmil** lançam mais uma linha de produtos (Nº 21), que contam com itens como maquiagem – tipos variados de pincéis a partir de R\$ 25,00, unhas e mãos – alicate por R\$ 19,90, dentre **outros**.

As marcas próprias representam ganho e satisfação tanto para o vendedor quanto para o consumidor. No Brasil o mercado de marcas próprias continua em crescimento e registra uma movimentação de R\$ 10 bilhões de faturamento no país. Estes valores já representam um crescimento de 11% de faturamento em marcas próprias se comparado com o ano passado.

Por André César

