

**Prepara tu PLAN 26**



↗ 25 años liderando la transformación de la farmacia moderna



# Prepara tu plan 26

## ¿Cómo podemos ayudarte?

**PASO 1.** Realización de un análisis de geomarketing para conocer las oportunidades y amenazas existentes en la zona.

**PASO 2.** Audit Exprés y análisis de los KPIs de la farmacia, para que sirvan como base de la elaboración del planteamiento estratégico del año.

**PASO 3.** En MDF elaboramos el Informe de Resultados con un planteamiento previo de DAFO, objetivos, estrategia y hoja de ruta.

**PASO 4.** El Consultor va a la farmacia y trabaja con el titular para elaborar el plan de desarrollo de negocio 2026 de la farmacia, apoyándose en el método MDF y en los análisis y planteamientos previos

- Creación de un DAFO/CAME con los resultados del Audit.
- Objetivos y hoja de ruta para el 2026



# Prepara tu plan 26

## Estudios previos - Externos

- Estudio de geomarketing
  - Realizaremos un estudio de la zona donde está ubicada la farmacia, que incluye un análisis de la población por franja de edad, sexo, nivel económico, tasas de envejecimiento, natalidad, etc... Para ello nos centraremos en las zonas de influencia primaria y secundaria para ver las posibilidades de una ampliación en dicha zona, siempre y cuando podamos definir una mejora en la rentabilidad de la Farmacia.
  - Las fuentes de información utilizadas para generar este análisis socioeconómico de la zona donde se ubica la farmacia, son entre otras el INE, Axexor, Alimarket, a través de la distribución por secciones censales.
  - El estudio de Geomarketing, nos permite definir nivel de ingresos y de gastos, así como capacidad de gasto del cliente, así como sus intereses principales y partidas presupuestarias.

7

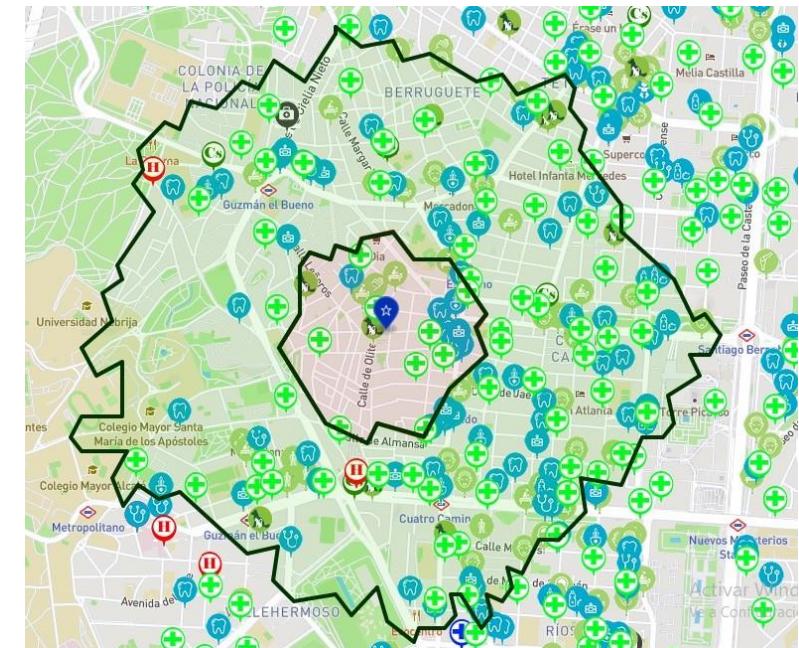
# Prepara tu plan 26

## **Estudios previos – Externos**

- Estudio de geomarketing

La información operativa extraída de este estudio de Geomarketing nos servirá para:

- Conocer las necesidades potenciales del consumidor.
  - Tener una orientación del surtido óptimo.
  - Definir los servicios potenciales.
  - Planificar el plan de marketing.
  - Competencia de la zona y posibles palancas para el crecimiento.
  - Analizar oportunidades de negocio.
  - Facturación estimada que debería tener la farmacia.



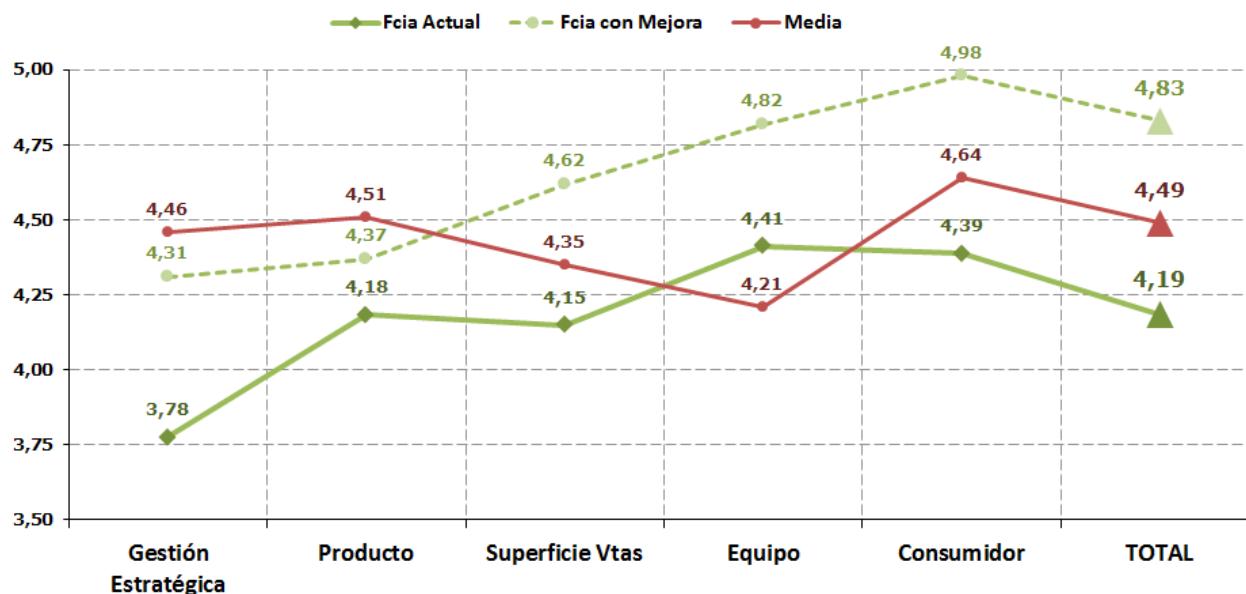
# Prepara tu plan 26



## Estudios previos - Internos

### ➤ HP FENG Herramienta de planificación estratégica

- Analiza el grado de desarrollo que tiene actualmente la farmacia en cada uno de los apartados
- El grado de desarrollo que alcanzaría la farmacia con unas mejoras básicas y/o avanzadas
- Comparativa histórica de tu farmacia y con la media
- Obtener unas Conclusiones y saber que debemos mejorar



## PROPUESTAS DE MEJORA

PRODUCTO	SUPERFICIE DE VENTA
•	•
•	•
•	•
•	•
•	•
EQUIPO	CONSUMIDOR
•	•
•	•
•	•
•	•
•	•

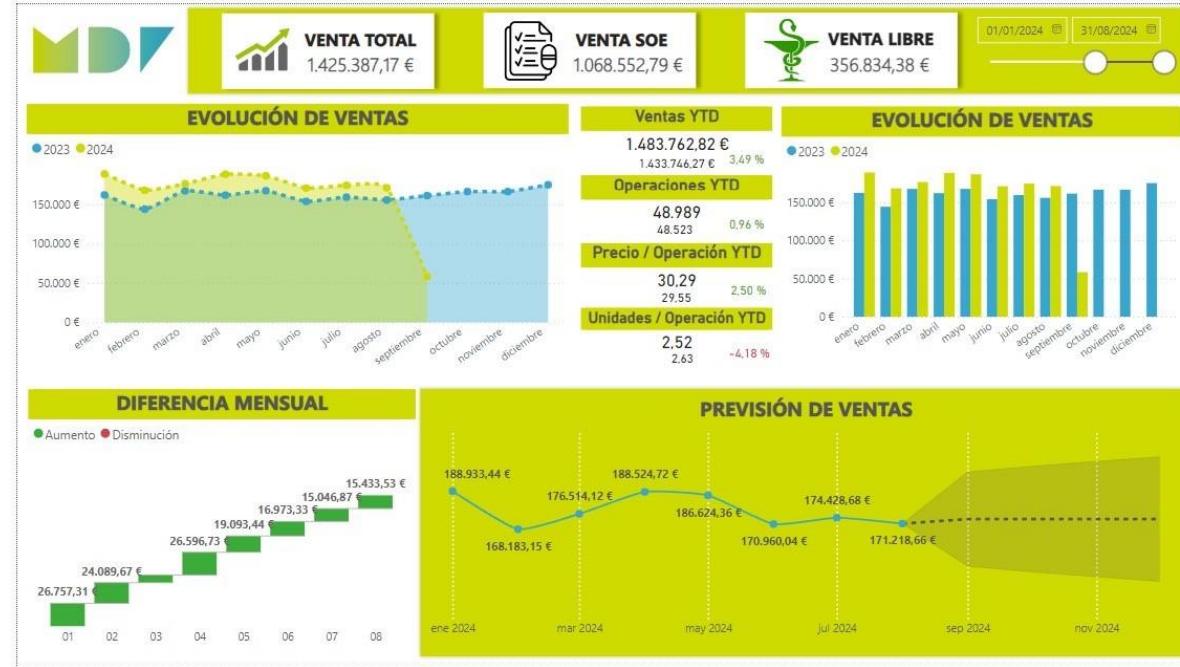
# Prepara tu plan 26



## Estudios previos - Internos

En este proyecto trabajamos sobre los siguientes KPI's:

- Todos los referidos a ventas de la farmacia. Tanto en €, Ud., operaciones, SOE, VL, ... para identificar los puntos fuertes y débiles del porqué aumentamos ventas o no.
- Relativos a compras. Almacén, compra directa, ...Para identificar la eficiencia en nuestra gestión de compras.
- Rotación total y por familias. Para ayudarnos a identificar qué familias son la que ayudan a la rentabilidad de la farmacia y cuáles son las que lastran dicha rentabilidad. Bien por falta de ventas y/o de rotación.
- Relativas al personal. Sus ventas, y sus indicadores como art/op, ticket medio, para identificar los mejores vendedores y aprovechar sus potenciales al máximo posible.



## Análisis de KPIs comerciales

- Principales indicadores de ventas
- Ventas por categoría y subcategoría
- Stock y análisis de faltas
- Adecuación de las ventas a la exposición
- Ventas por empleado

Estos KPIs se estudiarán desde una doble perspectiva

- Evolución en la farmacia desde los últimos 3 años
- Comparativa con farmacia similares

# Prepara tu plan 26



¿Cómo hacemos el Plan Estratégico 2026?

El Consultor MDF Expert dispondrá de una plantilla de Plan Estratégico que incluye:

## DAFO / CAME

Con el Informe de Resultados contaremos con el análisis previo necesario para realizar el análisis DAFO-CAME con el objetivo de:

- Corregir las Debilidades
- Afrontar las Amenazas
- Mantener las Fortalezas
- Explotar las Oportunidades

## OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS

Analizando el DAFO, y según las necesidades del titular, el Consultor MDF Expert **definirá los objetivos principales para el 2026 y estrategias para lograrlos** en las 4 áreas del Método MDF: surtido, imagen, consumidor y equipo.

## PLAN DE ACCIÓN

Se definirán una serie de **acciones concretas para cada una de las estrategias establecidas** (posicionamiento, desarrollo de servicios, plan de marketing, plan de fidelidad, plan de comunicación, gestión interna, plan de acción).

## PRIORIDADES

De todas las acciones mencionadas en el Plan de Acción **se seleccionarán las 10 acciones prioritarias del 2026** para las que la farmacia deberá asignar un presupuesto, timing de realización, responsables y KPIs de medición.

**El Consultor MDF Expert dispondrá de un maestro con los objetivos, estrategias y acciones más habituales.**



**MEDIFORMPLUS**  
*grupo*

---

CALLE MAHÓN 6 BAJO CD | 28290 LAS ROZAS DE MADRID | MADRID  
T. 916 364 818 | [mediform@mediformplus.com](mailto:mediform@mediformplus.com) | [mediformplus.com](http://mediformplus.com) | [@mediformplus](https://www.instagram.com/mediformplus)