

La Farmacia como Epicentro de la Belleza y la Dermocosmética — Brasil, México y Chile

Por Cristiano Ricardo · Publicado em 28/04/2016

Clase universitaria dictada por el Prof. Cristiano Ricardo sobre cosmetología y comportamiento del consumidor en Brasil y América Latina, abordando la farmacia como epicentro de la belleza y la dermocosmética: brasil, méxico y chile con diagramas esquemáticos y casos clínicos de mercado.

Versão online e eventuais atualizações:

<https://cristianorichardo.com/post/la-farmacia-como-epicentro-de-la-belleza-y-la-dermocosmetica-brasil-mexico-y-chile-2016-04-28>

Canales de Distribución & Psicología de Venta · Casos de Brasil & América Latina

En América Latina, la droguería moderna ha dejado de ser un simple despacho de fármacos para convertirse en el destino predilecto del cuidado de la piel.

Dinámica de Mercado & Arquitectura de Formulación

Brasil (Drogarias)

RaiaDrogasil / DPSP

Pasillos de Belleza

Dermocosmética Líder

México (Farmacias)

Del Ahorro / San Pablo

Dermoconsultoras fijas

Consultorios adjuntos

Chile (Cadenas)

Cruz Verde / Salcobrand

Enfoque clínico premium

Alta receta dermatológica

El Peso Decisivo del Dermatólogo en Brasil

Brasil cuenta con una de las densidades de dermatólogos per cápita más altas del planeta. La prescripción médica constituye el motor de compra más potente en el segmento dermocosmético, otorgando a las marcas avaladas por la Sociedad Brasileña de Dermatología (SBD) un estatus de confianza casi inquebrantable.

La Dermoconsultora como Agente de Conversión

En las farmacias de Brasil, México y Colombia, personal especializado asesora a los clientes con analizadores de piel portátiles, explicando las diferencias entre retinoides, antioxidantes y protectores solares e incrementando el ticket promedio de compra.

El Boom del 'Quick Commerce' Farmacéutico

La integración de plataformas digitales de entrega en menos de una hora en São Paulo, Bogotá y Ciudad de México transformó los tratamientos para brotes de acné y la reposición de fotoprotectores en compras impulsivas de gratificación inmediata.

Prof. Cristiano Ricardo

Científico Cosmético · Comportamiento del Consumidor & Dermato-Farmacología · Publicación del 28/04/2016 a las 00:45