



EBOOK

Futuro del packaging Farmacéutico: Retos y tendencias



Introducción

El sector farmacéutico ha sido uno de los más importantes este 2020 y el que más crecimiento ha experimentado.

Sobre todo, por lo que hace a las ventas online: En el primer semestre de 2020 las ventas online de productos farmacéuticos crecieron un 24% según esta noticia del diario económico de la salud [Planta Doce](#).

El mismo afirma que: **“El número de transacciones online del negocio farmacéutico aumentó un 36% en el primer trimestre del año respecto al mismo período de 2019, superando 1,2 millones de ventas”**.

Pero uno de los mayores retos del sector farmacéutico es sin duda, su seguridad y efectividad. Para ello, el packaging es un elemento imprescindible dentro del sector. ¿Por qué? Este es un tema del cual vamos a tratar en el siguiente ebook, así como su futuro, retos y tendencias.

1.

El valor de los envases en el sector farmacéutico

Las industrias farmacéuticas son un sector delicado, puesto que sus productos pueden ser perjudiciales para la salud de las personas si no se utilizan como es debido.

En este sentido, los consumidores esperan que sean seguros y efectivos y una manera de demostrarlo, es mediante su envasado. De aquí, a que el packaging farmacéutico sea tan importante.

Con el tiempo, se ha demostrado que el packaging también influye en la venta de un producto, puesto que es en lo primero que se fijan los usuarios. Un estudio de Merck afirma que **el 64% de los consumidores adquiere un producto por el envase**, poniendo como manifiesto que su diseño es importante.

No sé si te has percatado, pero, ¿qué colores predominan en una farmacia? Colores claros, cálidos, limpios... Como por ejemplo tonalidades de blanco, beige, grises, amarillos, algún naranja. Unos colores que transmiten calma, serenidad, seguridad, limpieza, pureza... Algo muy importante para que los consumidores confíen en la seguridad de dichos productos.

Sólo vemos colores claros y vivos en la sección de productos infantiles y cosmética, porque es la manera de llamar la atención.

Al igual que en cualquier otro punto de venta, los productos y el packaging farmacéutico están colocados en función del tipo de público que vaya. Por ejemplo, los niños se fijan en los colores, los dibujos... Por tanto, los envases de productos para ellos tendrán que ser llamativos.

No obstante, por lo que hace a los medicamentos, ya sean con o sin receta, deben cumplir unos criterios determinados por lo que hace al envase. Este debe ser:



Higiénico



Seguro



Práctico

Y es que siguiendo con el estudio de Merck, el 36% de los usuarios encuestados ha afirmado haber cambiado de marca por problemas con el envase.

El diseño, la seguridad/protección y la funcionalidad/usabilidad del envase serán la clave para que un producto farmacéutico se venda.

2.

Los retos del **packaging farmacéutico**

Trazabilidad y falsificación de fármacos son las preocupaciones principales del sector farmacéutico actualmente.

Dos cuestiones muy debatidas y que han provocado que muchas farmacéuticas estén trabajando en distintos tipos de packaging con número de serie, estuches y tapones con medidas de seguridad antifalsificaciones integradas.

Y es que según la Directiva sobre Falsificación de Medicamentos (FMD), es de suma importancia tener en mente la normativa vigente actual y los cambios legislativos que van surgiendo.

En este sentido, esta directiva (FMD 2011/62/UE) **habla de 5 requisitos imprescindibles a cumplir en el packaging farmacéutico:**

1. Es obligatorio añadir un distintivo en el embalaje externo de los medicamentos para demostrar la identificación y permitir la verificación del producto.
2. Es obligatorio añadir un distintivo en el embalaje externo de los medicamentos para demostrar que no son falsificaciones.
3. Los fabricantes de principios activos deberán superar inspecciones más estrictas.
4. Los fabricantes y distribuidores deberán notificar cualquier sospecha sobre medicamentos falsificados.
5. Es obligatorio añadir un logotipo en los sitios web de las farmacias en línea que operen legalmente, con un enlace a los registros nacionales oficiales.

Unos requisitos que desde 2019 son obligatorios y que si no se cumple con ellos, el fabricante se verá obligado a retirar el producto del mercado.

Para ello han aparecido diferentes materiales y recursos que permiten cumplir con estos requisitos de manera eficiente. Un ejemplo lo vemos con el tipo de papel de los prospectos:

Han aparecido materiales como Op Medical Print de 32 a 60 per gsm, un papel no estucado que contiene Oba, una luminiscencia garantizada Ciba min 10 que permite la detección del código de barras y una capacidad superior de plegado. U otro como el Op Polar Bright, papel no estucado para imprimir con una gran blancura azulada y buena opacidad. Contiene Ob y posee unas excelentes propiedades de plegado.

Por lo que hace al control de trazabilidad, muchos laboratorios y farmacéuticas ya están trabajando en distintas medidas para un máximo control de las trazabilidad de los productos. Un ejemplo lo vemos mediante los códigos irreproducibles por organizaciones de falsificación, tanto en los tapones de cuentagotas, como en blisters y estuchería.

No obstante, el futuro del packaging farmacéutico se ve un poco frenado, no tecnológicamente hablando, sino a consecuencia de la rigurosa normativa y seguridad por la que se deben regir los laboratorios y empresas relacionadas.



2.1.

La seguridad, fundamental en el packaging farmacéutico

Siguiendo un poco con el tema de las falsificaciones, uno de los aspectos fundamentales de los productos farmacéuticos es la seguridad, sobre todo en nuestro país, puesto que se encuentra entre los principales productores de medicamentos del mundo.

Por este motivo, el packaging debe:

- Ser resistente para proteger la conservación del producto que envuelve, así como proteger sus propiedades.
- Dar la imagen de confianza y toda la información que el consumidor debe tener en cuenta sobre el medicamento en relación a los componentes, caducidad y posología del medicamento.
- Materiales de calidad, que permitan que el packaging sea una herramienta de laboratorio para comunicarse con el consumidor.
- Inviolabilidad del envase para que el consumidor tenga la garantía de que el envase de su medicamento está sellado o la posibilidad de envasar el medicamento en dosis.
- Medidas de seguridad para proteger a los niños de cualquier accidente en relación al medicamento, como por ejemplo, intoxicaciones.
- Packaging especial y adaptado a las personas mayores como por ejemplo con limitaciones de movilidad.

3.

Claves para el desarrollo de un packaging efectivo



Hacer un buen Briefing

En el Briefing se deben tener en cuenta elementos como:

- Objetivos de la marca
- Objetivos del producto
- Público objetivo o Buyer Persona al que va dirigido el producto
- En qué segmento de mercado se va a distribuir
- Qué canales de distribución se utilizarán
- Objetivos del diseño
- Información técnica específica sobre el producto (dimensiones, tipos de envase, información que debe contener, textos legales, etc)



Conoce a tu Buyer Persona

Es importante conocer a fondo a nuestro cliente potencial, para poder crear un packaging acorde con: Su estilo de vida, necesidades, motivaciones, expectativas. Cómo, dónde, cuándo o con quién consume el producto... Para ello puede ser necesario contar con investigación ad hoc.



Análisis de la competencia

Analizar las otras opciones que tiene el consumidor por lo que hace a productos similares de otras marcas, nos ayudará a identificar aquellas carencias o necesidades que podemos aportar como un valor añadido para diferenciarnos de la competencia.



Envases útiles

El packaging es la forma en la que la marca llega a manos del cliente. Es por eso que éste debe representar sus valores y esencia de marca. Debe mostrar aquello que queremos que sienta el cliente cuando piensa en nosotros.



La creatividad cuenta

La decisión entre comprar un producto u otro se realiza en apenas siete segundos y generalmente una buena parte de esta decisión es impulsiva. Es por eso, que el mensaje que quieres dar con el packaging debe ser claro y directo.



Ten en cuenta las tendencias sociales

Como todo en la sociedad actual, las tendencias, tanto estéticas como tecnológicas, están en constante cambio, por eso es importante estar al día y no quedarse obsoleto. Tu packaging tiene que ser moderno e innovador en ese sentido.



Sostenibilidad

La preservación del medio ambiente es una preocupación cada vez mayor por parte de los usuarios, por tanto, apostar por el packaging sostenible sin duda es una apuesta segura para que los consumidores se sientan identificados con tu marca.

¿Cómo te podemos ayudar en **Gráficas JR?**

Disponemos de un equipo especializado en el diseño, fabricación y distribución de elementos de PLV para el sector farmacéutico y parafarmacia.

Nuestro principal objetivo es conseguir un diseño que se ajuste a las necesidades del producto y a la campaña, por eso trabajamos codo con codo con nuestros clientes, para poder comprender sus inquietudes y hacer nuestros sus objetivos.

Esta forma de trabajar, nos lleva a entregar productos totalmente personalizados que garantizan el éxito del laboratorio farmacéutico.

Realizamos:

- Escaparates
- Lineal / Marcos
- Expositores / Displays
- Floorstand
- Mesas de presentación
- Categorías y segmentación
- Decoración de cabeceras
- Elementos promocionales

Te ayudamos a conseguir que los productos sean más visibles y alcanzables para incentivar sus ventas.

¿HABLAMOS?

JR