

“Adaptarnos al mundo digital ha sido nuestro mayor reto... y nuestro mayor logro”

También charlamos con Marcos Muñíos Docampo, su director, quien nos comparte la evolución comercial de la cabecera, los desafíos superados, las claves del éxito y su visión sobre el futuro de la comunicación en el ámbito farmacéutico.

Farmespaña Industrial cumple 20 años. ¿Cómo ha visto evolucionar la revista desde el punto de vista comercial?

Desde el punto de vista comercial, la revista ha evolucionado enormemente. Hemos pasado de depender principalmente de la publicidad impresa a diversificar nuestros ingresos con patrocinios, eventos y contenido digital. Esto nos ha permitido adaptarnos a las necesidades cambiantes de nuestros clientes y lectores.

¿Cómo cree que la revista ha influido en la promoción de productos y servicios farmacéuticos?

Hemos sido un aliado estratégico para las empresas, ofreciendo no solo espacios publicitarios, sino también contenido de valor que ayuda a posicionar sus productos y servicios. Nuestra credibilidad y alcance nos han permitido ser un referente en la promoción del sector.

Como director, ¿cuál ha sido el mayor desafío en la gestión de Farmespaña Industrial?

El mayor desafío ha sido adaptarnos a un mercado cada vez más digital y competitivo. Hemos tenido que innovar constantemente en nuestras ofertas comerciales, desde publicidad nativa hasta patrocinios de eventos y contenido personalizado.

¿Qué estrategias han implementado para mantener el in-

terés de los anunciantes en un mundo cada vez más digital?

Hemos desarrollado paquetes integrales que combinan publicidad tradicional con soluciones digitales, como banners, newsletters y webinars. También ofrecemos análisis de impacto y métricas detalladas para que los anunciantes puedan medir el retorno de su inversión.

En estos 20 años, ¿cuáles son los cambios más significativos que ha observado en la industria farmacéutica desde el punto de vista comercial?

La industria ha pasado de un enfoque tradicional a uno más innovador y digital. Hemos visto un aumento en la demanda de soluciones personalizadas y un mayor énfasis en la sostenibilidad y la responsabilidad social. Después de la pandemia la sociedad también ha cambiado su percepción con respecto a la industria farmacéutica. Ve necesario una producción propia y no depender de terceros países, y eso sin duda es positivo para nuestro sector.

También es un sector referente en igualdad de género a nivel profesional, cada vez más mujeres acceden a cargos directivos y creo que somos un referente en el que deberían de reflejarse más sectores.

¿Qué mensaje le gustaría transmitir a los clientes y anunciantes de Farmespaña Industrial en este aniversario



Marcos Muñíos Docampo
DIRECTOR DE FARMESPAÑA INDUSTRIAL

- “La revista ha pasado de depender de la publicidad impresa a ofrecer soluciones integrales y digitales”
- “Farmespaña Industrial es más que una revista: es un aliado estratégico para la industria”
- “El mayor desafío ha sido adaptarnos a un mercado más competitivo y digitalizado”
- “La pandemia ha reforzado la necesidad de una producción farmacéutica propia en Europa.”

tan especial?

Quiero agradecer a todos nuestros clientes, anunciantes y partners (y amigos) por su confianza y apoyo durante estos 20 años que nos han permitido ser líderes dentro de nuestro sector en nuestro país, un sector estratégico como es el farmacéutico. Segui-

remos trabajando para ofrecerles soluciones innovadoras y de alto impacto que les ayuden a alcanzar sus objetivos comerciales. Quiero agradecer especialmente a AEPIMIFA su colaboración durante todos estos años, y espero y deseo recorriendo el camino juntos durante muchos años ●