



BY  
FARMASHOP

---

MEMORIA  
ANUAL  
2016

---

puntoshop



Esta Memoria cuenta con contenidos interactivos. Para probarlos solo debes pasar el puntero del mouse por las imágenes y gráficos. Para una correcta visualización de la Memoria recomendamos abrir el archivo con Adobe Reader.

# Palabras del Director General



Luego de tres años ocupando la posición de director financiero, en enero de 2017 asumí el desafío de ocupar el rol de director general de la compañía, que hasta entonces desempeñaba Pablo Lundahl, quien tomó un nuevo desafío en otra unidad de negocio perteneciente a Linzor Capital Partners.

El posicionamiento que hemos adquirido en el mercado refleja la evolución de un caminar con paso seguro, de la mano del esfuerzo, de la innovación, y por sobre todas las cosas, del apoyo de nuestra gente. Los logros que hoy evidenciamos son el mejor testimonio de que podemos alcanzar todo aquello que nos proponemos y nos obligan a reiterar el compromiso de innovar constantemente en beneficio de nuestros clientes.

Nos hemos convertido en una de las empresas más importantes del país y nos destacamos por ser la compañía líder en el mercado farmacéutico del Uruguay. Nos impulsa la pasión de ofrecer la mejor experiencia posible a nuestros clientes a través de una amplia variedad de productos y servicios.

La heterogeneidad de los colaboradores le brinda un valor diferencial a nuestra cultura organizacional. La energía que nos caracteriza se retroalimenta de jóvenes profesionales de todo el país, que llegan en búsqueda de nuevos desafíos y que encuentran en la compañía una oportunidad para canalizar tanto su talento como sus expectativas de crecimiento personal y profesional.

Agradecemos a nuestros clientes, también a todos los que han crecido junto a nosotros desde el primer día y a los que se han sumado a lo largo de estas casi dos décadas. La preferencia y lealtad con que nos distinguen son pilares fundamentales de nuestro éxito.



Martín Sorrosal  
Director General

# 1

## La empresa

[Un nuevo modelo de farmacia](#)

[Historia](#)

[Sucursales](#)

[El equipo gerencial](#)

# 2

## Nuestros colaboradores

[Palabras del Gerente de](#)

[Recursos Humanos](#)

[Datos demográficos](#)

[Programas de empleo](#)

[Captación de talento](#)

[Feedback directo](#)

[Política de capacitación](#)

• [Socios estratégicos Universidades - Farmashop/Puntosshop](#)

• [Apuesta al talento - Política de postgrados y maestrías](#)

[Política salarial 2016](#)

# 3

## Productos y servicios

[Marketing](#)

[Líderes en la venta de medicamentos](#)

[Espacio más sano](#)

[Importación de productos](#)

[Ventas por sucursal](#)

[Logística y distribución](#)

[Canales de atención y diálogo](#)

[Comunicación Interna](#)

[Programa Mystery Shopper](#)

[Actividades del equipo de Atención](#)

[Farmacéutica](#)

[Farmashop 42 especializada en fertilidad](#)

# 4

## RSE

[Desarrollo global y sostenible](#)

[Calidad laboral](#)

• [Beneficios para los colaboradores](#)

• [Fiesta de fin de año \(Farmafest\)](#)

• [Programa de reconocimiento e incentivos](#)

• [Comisión de seguridad e higiene](#)

• [Política de Salud y Seguridad Ocupacional](#)

[Compromiso social y apoyo a ONGs](#)

[Programa \*Quiero ayudar\*](#)

[Campañas y convenios](#)

[Despedida de Cooper](#)

# 5

## Resultados y objetivos 2017

[Resultados](#)

[Encuesta de clima laboral 2016](#)

[Conclusiones sobre los resultados obtenidos](#)

[Objetivos 2017](#)

# 1

## La empresa

[Un nuevo modelo de farmacia](#)

[Historia](#)

[Sucursales](#)

[El equipo gerencial](#)

# Un nuevo modelo de farmacia

Con el objetivo de innovar el mercado farmacéutico uruguayo, en 1998 surge Farmashop, un nuevo concepto de farmacia de la mano del ex Gerente General de la cadena de supermercados e hipermercados Devoto Hermanos.

Bajo el propósito de construir un modelo de comercialización innovador en el rubro, se incorporaron artículos de perfumería, cosmética y cuidado personal e higiene, marcando una clara diferenciación en el mercado.

A principios del año 2013, Farmashop pasa a formar parte del grupo inversor Linzor Capital Partners. Este cambio permitió sumar a la propuesta vigente un gran diferencial: extensas góndolas que exhiben múltiples productos, personal profesional para un asesoramiento de calidad, horarios de atención al cliente extendidos, pulcritud de los locales y un excelente servicio de entrega a domicilio.

Actualmente contamos con un total de 92 puntos de venta en constante renovación, un capital humano de más de 1400 personas y un centro de distribución de 2000 m<sup>2</sup>, lo que nos convierte en la cadena de farmacias líder en el país.

**Misión:** ser la empresa líder en salud, bienestar y cuidado personal, trabajando con responsabilidad, eficiencia y espíritu innovador.

**Visión:** ser reconocidos como la mejor opción en salud, bienestar y cuidado personal, alcanzando 1.000.000 de clientes fidelizados en el 2020.

## Valores que nos impulsan

# Historia









## Nueva plataforma online

Para capacitar a los colaboradores.

## 92 sucursales

En la apuesta por brindar el mejor servicio a través de la excelencia en la atención, con presencia en todo el país, hemos inaugurado siete centros de estética OM by Farmashop y seis locales de conveniencia Puntoshop, ubicados en Montevideo y en el interior. Creamos el *Centro de Atención Telefónica* que nuclea todas las llamadas de los clientes. Esto nos permite brindar un servicio de consultas y entrega de delivery óptimo y personalizado, que alcanza un alto nivel de efectividad en las llamadas atendidas. De las 92 sucursales, 27 están abiertas al público las 24 horas. Este año, además, llegamos con nuestra cartera de productos a todo el Uruguay mediante la tienda on line y la tienda oficial en Mercado libre.



# El equipo gerencial

# 2

## Nuestros colaboradores

Palabras del Gerente de Recursos Humanos

Datos demográficos

Programas de empleo

Captación de talento

Feedback directo

Política de capacitación

- Socios estratégicos: universidades- Farmashop/Puntoshop
- Apuesta al talento - Política de postgrados y maestrías

Política salarial 2016

# Palabras del Gerente de Recursos Humanos



En Coboe estamos comprometidos con el rol social que nos toca asumir, nuestro principal objetivo es lograr que los clientes se sientan complacidos cada vez que entran a nuestros locales.

El lugar que ocupan nuestros colaboradores es imprescindible para ser exitosos en la comunicación a todo nivel. El grado de confianza mutuo que hemos logrado nos permite ser eficaces para accionar cuando la sociedad lo demanda y en todo momento encontramos

el acompañamiento incondicional de nuestro equipo. La comunidad puede encontrar en nuestra organización un apoyo permanente, sobre todo cuando se trata de emergencias sociales de diversa índole, tal como ha sucedido en el país con catástrofes climáticas, sanitarias, entre otros.

Entendemos que es necesario hacer especial énfasis en brindar a nuestros colaboradores todas las condiciones y herramientas necesarias para que estén a la altura de las expectativas y sientan la importancia de su rol dentro de la compañía y para con la sociedad.

Año a año mejoramos nuestras herramientas de capacitación y a través de novedosas plataformas virtuales logramos tener un mayor alcance en la formación y especialización de nuestros colaboradores. Consideramos de vital importancia escuchar sus sugerencias y considerarlas al momento de tomar decisiones estratégicas. Las personas

que trabajan en Coboe son las más competentes para detectar posibles oportunidades de mejora.

Nos enorgullece ser una empresa con gran diversidad generacional y por sobre todas las cosas se destaca una importante participación de las mujeres en la composición demográfica, alcanzando un 50% (por ciento) de participación en cargos gerenciales y aumentando a un 75% (por ciento) en el total de la dotación.

Continuaremos trabajando para incorporar a personas que han sido excluidas del mercado laboral, a través de planes de inclusión como los que implementamos junto a Fundación Forge y Fundación Bensadoun Laurent. Mediante el programa Mamás, Tías y Abuelas, mujeres de entre 30 y 55 años se incorporan a nuestra compañía, encontrando una nueva posibilidad de desarrollo profesional y agregando un diferencial a las nuevas generaciones que se incorporan a la

organización mediante el programa Primer Empleo, teniendo en nuestra empresa su primera experiencia laboral.

Para finalizar, es importante agradecer a nuestros clientes e invitarlos a que sigan confiando en nuestra compañía. Trabajamos para ser innovadores, mejorar su experiencia de compra y tener los mejores profesionales en todos los niveles, con el objetivo de alcanzar el más alto estándar de calidad en nuestros productos, servicios y atención al cliente.

Roberto Acosta  
Gerente de Recursos Humanos

# Datos demográficos

## Colaboradores según lugar de trabajo\*

## Colaboradores por edad

\* No se incluye prejubilados ni directores

**Total 1427**

Promedio de edad: 30 años



# Datos demográficos

Colaboradores  
por antigüedad

Colaboradores según tiempo  
de permanencia en la compañía

Promedio de antigüedad: 3 años

**Total 1427**



# Datos demográficos

Colaboradores por  
sector en oficinas

---

**Total 1427**





# Datos demográficos

## Colaboradores por sexo

## Colaboradores con personal a cargo

**Total 1427**

53,3% de los gerentes (8) son mujeres  
76,4% de los encargados (78) son mujeres



# Programas de empleo

Somos una compañía comprometida a brindar oportunidades para que todas las personas puedan desarrollar su potencial y ejercer su derecho al trabajo. Por ello, contamos con el programa *Primer Empleo* y *Mamás, Tías y Abuelas* que brinda una oportunidad de inserción laboral a jóvenes sin experiencia y mujeres de entre 30 y 55 años que buscan reinsertarse en el mercado laboral.

Además, este año implementamos el programa *Empleo Inclusivo* y firmamos un acuerdo con la Fundación Bensadoun Laurent con el objetivo de trabajar conjuntamente a favor de la inclusión en el ámbito laboral de aquellas personas en situación de discapacidad.

Esta ONG, a través de su Programa *Capacidad Inclusiva*, contribuye a que estas personas puedan ejercer su derecho al trabajo.



Facilitadores de capacitación

# Captación de talento

Nuestro Departamento de Recursos Humanos utiliza diferentes métodos para el reclutamiento de colaboradores y la difusión de llamados laborales. Para la selección de personal de oficina se utilizan las plataformas *Job Slot* en *LinkedIn*, *Buscojobs* y portales laborales de las universidades UDE, Universidad Católica, ORT, UM y Udelar, así como también apela a las recomendaciones internas.

Para el reclutamiento de colaboradores para sucursales y el centro de distribución se reciben currículums en nuestras sucursales y recomendaciones internas, así como postulaciones realizadas a través de la página web. También los encargados realizan entrevistas express y se emplean los acuerdos vigentes con instituciones como Fondo de Solidaridad, Fundación FORGE y ONGs que trabajan en conjunto con INEFOP.



# Feedback directo

Desde el año 2015 realizamos encuestas de satisfacción laboral con el fin de tener un mayor conocimiento del nivel de satisfacción de los colaboradores con los diferentes ambientes de trabajo de la compañía. La encuesta es de carácter anónima, se realiza a través de intranet y se activa de forma aleatoria. También puede ser realizada a pedido de los líderes o en respuesta a la manifestación de inconformidad por parte de algún integrante de un equipo.

En ella se evalúan las siguientes variables: aspectos positivos y negativos de trabajar en Farmashop; relación con el líder y con el equipo de trabajo; nivel de satisfacción con las instancias de reconocimiento, el *feedback* y con las posibilidades de desarrollo y capacitación. A su vez, de forma preventiva, se indaga sobre la posible existencia de situaciones de acoso y/o discriminación en cualquiera de sus formas.

Luego procedemos a una instancia de entrevista individual entre una psicóloga y cada uno de los integrantes del equipo. El proceso finaliza con la redacción de un informe final de la situación, así como la elaboración de un plan de acción para trabajar en las áreas de mejora detectadas. Los resultados son compartidos con el líder y con su equipo. Posteriormente se acompaña y da seguimiento a la evolución y desarrollo del plan.

**Cantidad de equipos  
participantes: 15**

**Porcentaje promedio de  
participación por equipo:  
78%**

**Porcentaje de distribución  
según generación**

**Porcentaje de participación  
según rol**



# Política de capacitación

Nuestro Departamento de Recursos Humanos, a través del Área de Capacitación, enfrenta dos grandes desafíos:

- 1. Formar y ofrecer posibilidades de desarrollo a más de 1300 colaboradores dispersos geográficamente.**
- 2. Planificar acciones de formación y perfeccionamiento alineadas a los nuevos paradigmas de aprendizaje y tecnologías.**

Para ello implementamos un plan de capacitación corporativo innovador que combina actividades de formación presencial con el uso de plataformas *e-learning* y contenidos audiovisuales disponibles on-line, conjuntamente con horas de práctica en puesto de trabajo. Esto es posible gracias a la metodología *blended learning* (formación semi-presencial), que involucra técnicas de aprendizaje colaborativo y herramientas tecnológicas aplicadas a la formación.

En este sentido hemos realizado una importante inversión en tecnología (notebooks, tablets, desarrollo de contenidos *e-learning* y material audiovisual de capacitación). A su vez, instrumentamos el *Plan de Facilitadores*, que opera bajo la premisa de que el aprendizaje es especialmente efectivo cuando se comparte con otros. En Farmashop apostamos a este método para fomentar el intercambio y la confianza entre los colaboradores.

## Plan de facilitadores

Este proyecto nació en abril de 2016 para brindar seguimiento, respaldo y soporte a colaboradores que ingresan a la compañía para ocupar la posición de cajero, con el objetivo de optimizar el proceso de capacitación inicial. El plan combina el uso de tecnologías con experiencias de práctica con el acompañamiento del facilitador.

Este tiene como función acompañar y guiar a los nuevos colaboradores en el proceso de capacitación inicial y durante todo el período de prueba (noventa días), facilitando su adaptación al nuevo puesto de trabajo, así como su integración al equipo.

Desde la primera semana hasta la cuarta, el facilitador utiliza la planilla de control y observación de puesto (PCOP) básica, para evaluar las tareas inherentes al cargo y dar seguimiento al progreso del nuevo colaborador. Desde la quinta semana a la doceava, éste utiliza la PCOP avanzada, que incluye la valoración de dimensiones como: iniciativa, relacionamiento con pares y superiores y realización de otras tareas que agreguen valor a la posición. Esto permite generar instancias de aprendizaje directamente en el puesto de trabajo.

## Actividades de formación y perfeccionamiento

Durante el 2016 en Farmashop continuamos desarrollando actividades de capacitación comercial vinculadas a productos de farmacia, cosmética, perfumería, cuidado e higiene personal.

El equipo de Atención Farmacéutica (integrado por expertos profesionales químicos farmacéuticos) planificó actividades de formación técnica y perfeccionamiento profesional para los colaboradores, con el objetivo de garantizar el uso seguro, responsable, efectivo y eficiente de los medicamentos y dispositivos terapéuticos. Gracias a estas instancias, es posible incrementar la información que se le brinda a los clientes para maximizar los resultados de su farmacoterapia.

## Encuentros cara a cara

### Reunión de encargados y supervisores

De forma bimensual realizamos reuniones con encargados de sucursal y los supervisores. También participan de esta instancia los gerentes de área y el director de la compañía, quienes comparten los distintos proyectos y estrategias a futuro, y algunos proveedores que exponen sobre lanzamientos de productos y campañas.

Los encargados trabajan sobre los proyectos aportando ideas y comentarios desde su *expertise*. El objetivo es que estos reciban de primera mano la información necesaria para desempeñarse alineados con la estrategia que propone la compañía.

### Reunión con colaboradores del interior

Implementamos una reunión mensual con colaboradores del interior del país para fomentar el acercamiento e intercambio, así como para informar novedades. Éstos valoraron positivamente la oportunidad de tener encuentros cara a cara.

### Convención de comunicadores facilitadores y jefes de caja

El objetivo de esta instancia de integración, que se realiza semestralmente, es que las distintas áreas de la compañía puedan comunicar las principales novedades y proyectos en los que estarán trabajando para que de esta manera los referentes puedan comunicarlo a sus compañeros de equipo.

## Material audiovisual y manuales de capacitación

Se desarrollaron nuevos contenidos de capacitación audiovisual:

- Un día en Farmashop
- *Mystery Shopper*
- Proceso de auto-rendición
- Videos comerciales (en coordinación con proveedores interesados).

A su vez, a fin de asegurar posibilidades de acceso a la información a todos nuestros colaboradores, se desarrollaron manuales de capacitación tales como:

- Manual del Colaborador
- Manual de Entrenamiento de Encargados
- Manual para colaboradores OM.

## Curso Idóneo en Farmacia

Nuestra compañía renueva su compromiso con el desarrollo de talento y generación de oportunidades para su gente. En el 2016 ofrecimos a 110

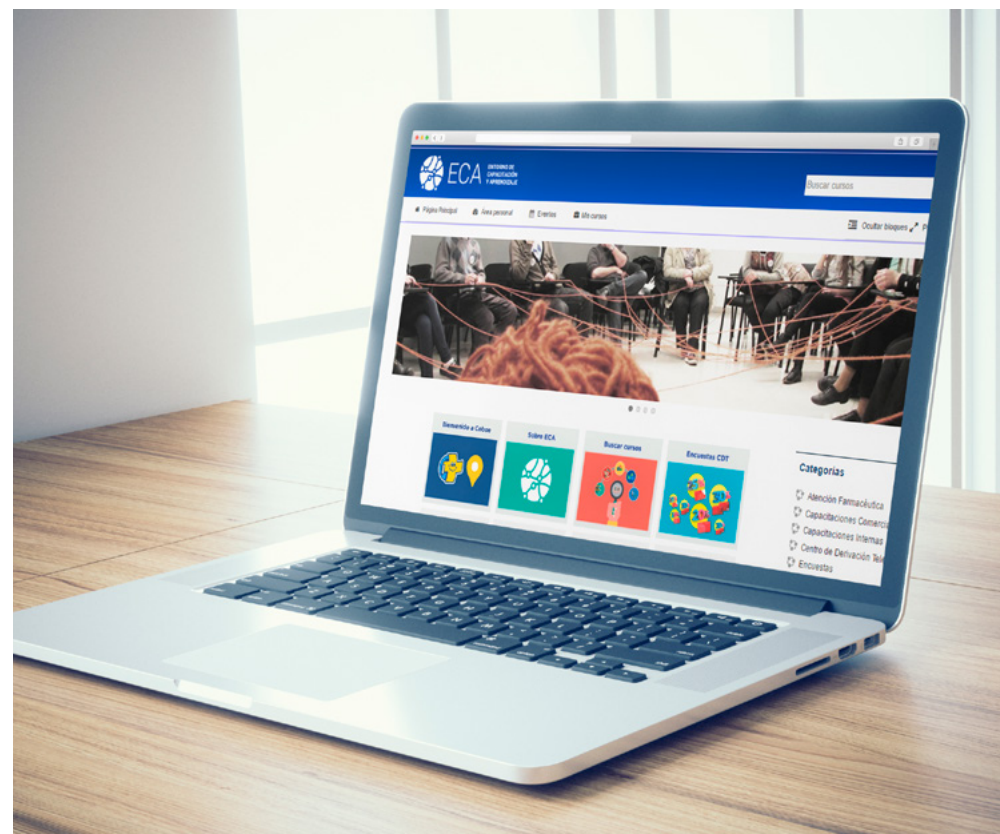
colaboradores con un desempeño destacado y excelentes antecedentes disciplinarios, la posibilidad de realizar el curso de Idóneo en Farmacia. El nivel de aprobación superó el 90%.

## E-learning

Con el objetivo de descentralizar la capacitación y ofrecer oportunidades equitativas de acceso a la formación, en Farmashop fomentamos el uso de plataformas *e-learning*. Además del sistema utilizado desde 2015, incorporamos la plataforma Moodle. Desde allí se desarrolló ECA (Entorno de Capacitación y Aprendizaje) en donde el colaborador puede acceder a cursos online referidos a diversas temáticas de interés, así como a los manuales de capacitación y material audiovisual.

## ECA

El uso de esta plataforma permite a cada colaborador adaptar la capacitación a su propio ritmo de aprendizaje, pudiendo repetir un mismo curso el número de veces que sea



necesario. A su vez, nos permite realizar un seguimiento del comportamiento de cada colaborador.

## Socios estratégicos:

### Universidades – Farmashop/Puntoshop

Por primera vez, en acuerdo con la Universidad de la Empresa (UDE), brindamos formación técnica profesional a nuestros colaboradores.

Asimismo, profesionalizamos el plan de entrenamiento de encargados: a las actividades de formación tradicional se añadieron horas de práctica y una semana de capacitación intensiva en UDE bajo la modalidad de seminario.

#### ¡Farmashop Crece Contigo!

- Dos colaboradores fueron acreedores de una beca completa para realizar su carrera universitaria en UDE: Licenciatura en Recursos Humanos y Contador Público.
- Referentes de las áreas de Ventas y Operaciones, Logística y Distribución y Capacitación cursaron el primer año de la Tecnicatura en Gerencia en UDE.
- Dos colaboradores accedieron a becas para el curso de Habilidades de Liderazgo y Coaching de la Universidad Católica del Uruguay.
- Un colaborador accedió al Programa de Formación Comercial de la Universidad Católica del Uruguay.



## Ranking de Capacitación 2016

En Farmashop otorgamos puntos a los colaboradores que asisten a capacitaciones no obligatorias y, al finalizar el año, realizamos un ranking anual para premiar aquellos diez colaboradores que obtuvieron el mayor puntaje. El último año los premiados fueron agasajados con un almuerzo junto a la Gerencia de Operaciones y Recursos Humanos y obtuvieron un cupo para realizar curso de Idóneo en Farmacia, o seminarios/cursos en UDE a elección.



## 10 colaboradores que obtuvieron el mayor puntaje

Montevideo

Nombre	Puntaje de capacitaciones	Sucursal
<b>Analia Mendoza Tucat</b>	525	57
<b>Alba María Silvia Rodríguez Viera</b>	495	73
<b>Erika Dahiana Rojas Gil</b>	480	61
<b>María Alejandra D'Angelo Falco</b>	445	19
<b>Lucia Gonzalez Brizolará</b>	445	8

Interior

Nombre	Puntaje de capacitaciones	Sucursal
<b>Elizabeth Lopez Montero</b>	210	2
<b>Estela Marys Nuñez Videla</b>	200	91
<b>Lucia Gissel Sosa Aranda</b>	180	91
<b>Andrea Fabiana Figueroa Kautz</b>	180	82
<b>Karen Heidi Zarate Tabarez</b>	175	54



Curso de planificación estratégica - planificación y gestión del cambio



Firma de convenio Farmashop-UDE

## Apuesta al talento

### Política de postgrados y maestrías para profesionales

En Farmashop apoyamos económicamente en su formación académica de posgrado y maestría a aquellos colaboradores que desean continuar creciendo dentro de la organización. Esta política forma parte de la estrategia de continuar profesionalizando a jefes y gerentes para que adquieran una visión de negocios más integral, así como cualidades para el manejo de equipos, situaciones de conflicto y liderazgo. Está dirigida a mandos medios con perfiles profesionales competitivos y de alto potencial, que en un futuro puedan llegar a asumir funciones de gran importancia.

Para acceder a este apoyo (sea parcial o total) consideramos la antigüedad del colaborador, su evaluación de desempeño de excelencia, su potencial y el hecho de que ocupe o no posiciones de jefatura.

En 2016 abonamos las siguientes maestrías:

- Maestría en Dirección de Recursos Humanos (Universidad ORT Uruguay) realizada por Alejandra Burgueño, quien ocupa la posición de Jefe de Contabilidad.
- *Master in Business Administration -MBA-* (Universidad ORT Uruguay) realizado por Germán Cassou, quien ocupa la posición de Jefe de Planeamiento y Control de Gestión.
- *Master in Business Administration -MBA-* (IEEM Universidad de Montevideo), realizado por Matías Chamyan, quien ocupa la posición de Jefe de Abastecimiento y Logística.
- *Master in Business Administration -MBA-* (IEEM Universidad de Montevideo), realizado por Sofía Centurión, quien ocupa la posición de Gerente de Administración y Finanzas. Sofía culminó su MBA en diciembre de 2016.

# Política salarial 2016

En Farmashop retribuimos a los colaboradores reconociendo las diferentes funciones y responsabilidades, así como los diferentes niveles de desempeño, respetando las disposiciones legales y regulaciones vigentes.

Dentro de nuestras posibilidades económico-financieras, aspiramos a sostener un nivel de competitividad salarial dentro del mercado laboral que permita atraer y retener a las personas necesarias para el desarrollo y ejecución exitosa de nuestra estrategia de negocios.

Para ello participamos en las más prestigiosas encuestas salariales del mercado que permiten contratar y retener profesionales claves para el desarrollo de nuestra organización.





# 3

## Productos y servicios

Marketing

Líderes en la venta de medicamentos

Espacio Más Sano

Importación de productos

Ventas por sucursal

Logística y distribución

Canales de atención y diálogo

Comunicación Interna

Programa Mystery Shopper

Actividades del equipo de Atención Farmacéutica

Farmashop 42 especializada en fertilidad

# Marketing

Nuestro Departamento de Marketing trabaja incorporando técnicas de innovación y de mejora continua para superar constantemente las expectativas y necesidades de los clientes. Producto de esto son los planes de fidelización y satisfacción que nos han permitido ser reconocidos como la mejor opción en el mercado en salud, bienestar y cuidado personal.

## ¿Cómo se acumulan los *Farmapuntos*?

### *Farmacard*

*Farmacard* es un programa de beneficios creado para gratificar y beneficiar a nuestros clientes frecuentes. Adjudica a los socios créditos acumulables, denominados *Farmapuntos*.

Es hoy uno de los programas estratégicos del área de Marketing. Su propuesta de valor es clara y atractiva para nuestros clientes. Con una cartera de más de 600.000 socios, *Farmacard* se ha consolidado en el mercado uruguayo como uno de los mejores programas de fidelización.



## App Farmacard



Esta aplicación permite a los clientes acceder a todos los servicios de la empresa desde su *smartphone* o *tablet*. Allí pueden comprar online, acceder a información de su cuenta *Farmacard*, solicitar la *Farmacard Santander*, consultar sucursales cercanas, y obtener cupones de descuentos exclusivos.

## Plan 60+

Con este programa buscamos fidelizar a los clientes mayores de 60 años a través de beneficios y descuentos especiales:

Además, los clientes comprendidos dentro de este plan reciben atención preferencial en las cajas. El descuento es acumulable con otros generados por convenios, descuentos Santander, promociones especiales y descuentos por unidades de mailing, pero no aplican a productos de oncología, fertilidad y medicamentos especiales.

## Farmacard-Santander



Seguimos apostando a una alianza estratégica con el Banco Santander para brindar beneficios exclusivos a los clientes. A través de la tarjeta *Farmacard-Santander*, nuestros clientes obtienen un 10% de descuento adicional en sus compras todos los días y descuentos preferenciales los días de oferta.

## Días de descuentos especiales

Los martes, jueves y domingos ofrecemos descuentos en distintas categorías de artículos:

Estos descuentos son efectuados a clientes que abonan con tarjetas Santander. En ocasiones especiales, también se ofrecen descuentos para aquellos que abonan con otros medios de pago.

## OM by Farmashop

OM by Farmashop surge como un lugar exclusivo donde nuestros clientes pueden experimentar una gran variedad de terapias relajantes y rejuvenecedoras, encontrar el bienestar y despertar su conciencia. Estos centros de belleza brindan un servicio de calidad, con tratamientos de marcas reconocidas mundialmente en un ambiente agradable y confortable.

Actualmente existen siete centros OM. Cinco están ubicados en nuestras sucursales Farmashop en Montevideo y los otros dos se alojan en sucursales de Maldonado y Melo. Los servicios se abonan únicamente con *Farmapuntos* o con tarjetas de crédito o débito.

## Puntoshop



Puntoshop nace para brindar una amplia oferta de productos y servicios, adaptados al estilo de vida de los uruguayos. Es una nueva unidad de negocios de Farmashop.

En sus locales se pueden encontrar desde alimentos y accesorios para mascotas hasta tecnología, productos para el hogar, belleza, pañales de niño y adulto, cuidado personal, alimentos y bebidas, helados, productos de limpieza y libros. Además, los clientes pueden imprimir fotos desde sus dispositivos móviles.



Al momento, inauguramos seis locales: cuatro en Montevideo, uno en Pando, y otro en Maldonado. Puntoshop también cuenta con su propia tienda online, con envíos gratis a todo el país.

## Mailing

Nuestro Departamento de Marketing elabora un mailing exclusivo con promociones especiales que se encuentran disponibles al público en las sucursales y, a su vez, son entregados puerta a puerta y masivamente mediante el diario *El País*.

Es la revista de mayor tiraje del país y participan en ella la mayoría de los proveedores. Las promociones las presentamos en diferentes categorías: fragancias; dermocosmética, maquillaje y solares; productos varios; cuidado personal; bebés y niños; protección; cuidado oral; productos para el hogar; farmacia; entre otros. El mailing contiene también información sobre nuestros servicios y notas de interés general para los clientes.



# Líderes en la venta de medicamentos

En Farmashop ofrecemos al cliente un amplio portafolio de productos de más de diez categorías. Esto le permite encontrar en un solo lugar todo lo que necesita, ya sea en farmacia, perfumería y cosmética, cuidado personal e higiene y muchas otras categorías más.

## Las categorías más importantes son:

- Medicamentos
- Perfumería y cosmética
- Cuidado personal
- Artículos deportivos
- Accesorios e Indumentaria
- Productos naturales, orgánicos y celíacos (Espacio Más Sano)
- Alimentos varios y golosinas
- Productos para el hogar
- Electrónica, celulares y accesorios
- Accesorios y alimentos para mascotas



# Espacio Más Sano

Es un espacio pensado especialmente para cuidar a toda la familia. Allí ofrecemos una gran variedad de productos aptos para celíacos como pastas, cereales, galletas y barras de cereal. Nuestros clientes también pueden encontrar premezclas para hacer pizzas, buñuelos, bizcochos, ñoquis, brownies y mucho más. Este espacio se encuentra disponible en Montevideo y en todos los departamentos del interior en los que estamos presentes.



# Importación de productos

Hemos realizado una nueva apuesta innovadora: viajar a China para importar productos exclusivamente seleccionados para cubrir las necesidades y requerimientos de compra de nuestros clientes y ofrecer una mayor variedad de productos a mejores precios.

## Categorías de artículos importados:

### Accesorios de mujer

- bijouterie: cadenas y dijes
- broches
- indumentaria: bolsos y carteras
- maquillaje

### Accesorios de baño

- artículos de baño
- esponjas
- jaboneras
- peines y otros

### Bazar y decoración de hogar

- artículos para baño
- artículos para cocina
- artículos para dormitorio
- artículos para living
- artículos para niños

### Cuidado personal

- artículos para depilación
- accesorios para manicuría

### Limpieza

- accesorios para limpieza del hogar
- papeles y pañuelos

### Mascotas

- accesorios

### Niños y bebés

- indumentaria
- jaboneras
- juguetes

### Útiles escolares

- cotillón
- papelería y útiles de oficina

### Otros accesorios

- deportivos
- médicos

## Artículos más vendidos:

- Broche carey mini 12 piezas
- Cepillo de uñas con piedra pomez
- Colero orejitas de lunares pastel
- Colero x 3 pastel
- Escofina de plástico
- Esponja de baño acrílica mix colores
- Esponja puff oval para base
- Flores artificiales
- Gomitas básicas 4 colores x 32
- Gomitas de pelo color negro
- Gomitas colores y brillos x 12

- Gomitas colores y brillos x 30
- Infla bombitas de agua
- Jarrón Mason
- Lima básica
- Lima brillo instantáneo
- Lima curva
- Lima estampada recta
- Lima de acero inox carey 12,5 cm
- Lima negra recta
- Ondulines negros
- Moñitos rayados rosas
- Pinza depilatoria estampada
- Plancha de tatuajes removibles indian style
- Plancha de tatuajes removibles mix
- Ondulines negros x 120
- Ondulines rubios
- Set x 2 gomas de borrar smiles
- Sofá inflable

# Importación de productos

# Ranking de ventas de productos importados por sucursal

Sucursal	Unidades	Ventas	% Peso	% Acumulado	Sucursal	Unidades	Ventas	% Peso	% Acumulado
<b>PS.5*</b>	12.214	982.054	12,00%	12,00%	FS.3	2.114	153.534	1,90%	61,50%
FS.17**	5.704	504.787	6,10%	18,10%	FS.79	2.052	144.523	1,80%	63,20%
<b>PS.4</b>	5.329	396.918	4,80%	22,90%	FS.64	1.703	134.675	1,60%	64,90%
FS.76	1.522	291.706	3,60%	26,50%	FS.57	2.222	126.579	1,50%	66,40%
FS.11	5.343	280.867	3,40%	29,90%	FS. 4	1.944	116.952	1,40%	67,80%
FS.90	4.299	273.412	3,30%	33,20%	FS. 19	1.686	110.605	1,30%	69,20%
FS.7	4.021	270.031	3,30%	36,50%	FS. 83	1.588	101.125	1,20%	70,40%
<b>PS.3</b>	3.100	248.122	3,00%	39,60%	FS. 2	1.528	95.266	1,20%	71,60%
FS.28	3.464	233.922	2,80%	42,40%	FS. 55	1.216	88.806	1,10%	72,60%
FS.20	3.170	214.514	2,60%	45,00%	FS. 1	1.364	85.895	1,00%	73,70%
FS.29	3.058	201.874	2,50%	47,50%	FS. 67	1.163	85.684	1,00%	74,70%
<b>PS.2</b>	1.968	174.447	2,10%	49,60%	FS. 45	1.125	79.741	1,00%	75,70%
FS.74	2.414	169.336	2,10%	51,70%	FS. 61	1.089	72.049	0,90%	76,60%
FS.94	2.968	167.980	2,00%	53,70%	FS. 30	1.007	71.830	0,90%	77,50%
FS.68	2.695	164.387	2,00%	55,70%	FS. 58	1.343	69.842	0,90%	78,30%
FS.50	2.454	162.222	2,00%	57,70%	FS. 75	882	67.406	0,80%	79,10%
FS.27	2.488	156.097	1,90%	59,60%	FS. 33	883	62.530	0,80%	79,90%
					FS. 37	992	61.645	0,80%	80,60%

\*PS=Puntosshop

\*\*FS=Farmashop



# Logística y Distribución

En el 2016 se produjeron muchos cambios importantes en el área de logística de nuestra empresa. Conformamos una nueva área llamada Logística y Distribución, compuesta por dos sub áreas: Operaciones Logísticas y Planificación Logística.

Esto significó un gran cambio ya que, hasta ese momento, estaba constituida por los integrantes del Centro de Distribución y se daba apoyo permanente desde el área Planeamiento y Control de Gestión, pero no había un área dedicada exclusivamente a la logística de dicho centro.

## Proyecto: Mejoras Operativas del Centro de Distribución

En el primer trimestre llevamos adelante un proyecto que logró mejorar la operación de nuestro Centro de Distribución. En esta etapa efectuamos la mudanza de la operación de Canjes e Insumos al Centro de Distribución ubicado en la calle Alberdi y creamos un nuevo sistema de stock por ubicaciones,

que nos sirvió para dar orden, eficiencia y eficacia a los procesos.

## Indicadores

Durante el 2016 consolidamos un modelo de gestión por indicadores, el cual utilizamos para la organización interna del Centro de Distribución y también para generar información para otras áreas, fundamentalmente para nuestro Departamento Comercial.

## Sistema de detección de incendios

Para brindar mayor seguridad a las personas que trabajan en el Centro de Distribución, implementamos un nuevo sistema integral de detección, alerta y combate de incendios. Se trata de un sistema de última generación, acorde con los estándares nacionales.

## WMS (Warehouse Management System / Sistema de Gestión de Almacenes)

En el marco del proyecto de mejoras operativas detectamos la necesidad de incorporar un nuevo sistema de gestión para el Centro de Distribución. Por su magnitud se convirtió en uno de los proyectos más importantes de la empresa en este período.

Primero elaboramos un documento de especificación de necesidades que fue entregado a diversas empresas aspirantes a proveer el sistema. Luego de analizadas las propuestas, definimos la compra e implementación del software WIS.

Durante la segunda mitad del año especificamos los requerimientos, obteniendo como resultado el Documento Funcional. Fueron jornadas de muchas horas de trabajo en equipo con integrantes de las áreas de Auditoría y Procesos, Logística, Operaciones y Sistemas, más los re-

presentantes de las tres empresas proveedoras de los sistemas involucrados, para lograr una exitosa implementación.

A su vez, Logística y Distribución participó en varias instancias del proceso junto a otras áreas. Destacamos los logros del equipo de eficiencia de stock que, junto al trabajo de integrantes del área de Auditoría y Procesos, Comercial, Logística, Operaciones y Planeamiento lograron avanzar sensiblemente en el control, eficiencia y eficacia del stock.

Esta implementación se enmarca en un proyecto integral, que también cambió el sistema de stock de los locales. De este modo, se estableció un ERP (enterprise resource planning) para la gestión de los recursos de nuestra compañía, un WMS para la gestión del centro de distribución y un sistema para la gestión de inventarios en nuestros puntos de venta.

# Canales de atención y diálogo

En Farmashop contamos con una estrategia de comunicación permanente y proactiva hacia nuestros colaboradores y clientes. Con el fin de conectarnos y afianzar nuestro compromiso con nuestros públicos, trabajamos en la gestión de la comunicación a través de los siguientes canales:



La comunidad de usuarios de *Facebook* visita nuestra *fanpage* en torno a diferentes temáticas, en el marco de la salud, el cuidado y el bienestar.



A través de *Instagram*, mostramos a nuestros seguidores la renovación de nuestros locales, imágenes de nuestro equipo, así como nuevos productos & servicios.



A través de *Twitter* buscamos agregar valor a nuestra marca, acercándonos a los usuarios e impulsándolos a descargar nuestras aplicaciones, visitar los locales, conocer ofertas y novedades diarias.

## Redes sociales

Gestionamos una estrategia permanente de relacionamiento con los clientes, produciendo contenidos propios y monitoreando las conversaciones con los fans.



En *Pinterest* apostamos a generar contenidos creativos y útiles para nuestros usuarios, que resulten atractivos para agregar a sus propios tableros personales. Algunos de ellos son: ideas para Halloween, peinados para el verano.



Apostamos a posicionarnos como marca empleadora en *LinkedIn*, a través de la publicación de oportunidades laborales y eventos institucionales.



## Atención al cliente

A través de la Central Telefónica Inteligente atendemos las llamadas de los clientes las 24 horas del día, los 365 días del año, derivándolas a la sucursal más cercana.

Las vías de comunicación entre la empresa y los clientes son: mail, chat, llamadas telefónicas y redes sociales.

Las llamadas y el chat son gestionados por el *Centro de Atención Telefónica*, mientras que el contacto a través de las redes sociales y el mail es atendido por el Responsable de Atención al cliente. Esta área recibe todas las sugerencias, consultas y reclamos de nuestros clientes que nos permiten mejorar el servicio y seguir creciendo juntos. Cada reclamo es tratado con un seguimiento particular y se realiza la gestión correspondiente para resolver la inquietud.

## Reclamos gestionados en 2016

Tipo de reclamo	Cantidad
60+	39
Compras web	112
Devolución de mercadería	32
Discrepancias de ofertas	0
Descuento diario Santander	1
Diferencia de precio	6
Diferencia de promociones	23
Error de dispensación	2
Faltante de producto	24
Farmacard	241
500 puntos Farmacard-Santander	203
Puntos sin adjudicar	1695

Tipo de reclamo	Cantidad
Titular/Adicional	4
Imposibilidad de comunicación telefónica	24
Mala atención al cliente	26
Mala atención telefónica	62
Mala atención en mostrador de cajas	73
Mala atención en mostrador de farmacias	36
No entrega de un pedido	47
Demora en entrega de un pedido	66
Problemas al pagar con tarjeta	13
Error en estado de cuenta	40
<b>Total anual de reclamos</b>	<b>2769</b>

# Comunicación Interna

La comunicación interna es un área estratégica para nuestra compañía. Hemos desarrollado diversas plataformas y herramientas para conectar e informar a nuestros más de 1400 colaboradores distribuidos en los distintos puntos del país.

## Intranet

Es nuestra herramienta de comunicación por excelencia. Brinda a todos los colaboradores las mismas posibilidades de acceso a la información, novedades, instructivos, procedimientos, beneficios, encuestas y otros contenidos.

**2016: 184.271 visitas únicas**  
**2015: 157.734 visitas únicas**

Una visita única es el recuento de los diferentes navegadores que han accedido a nuestra web por primera vez.

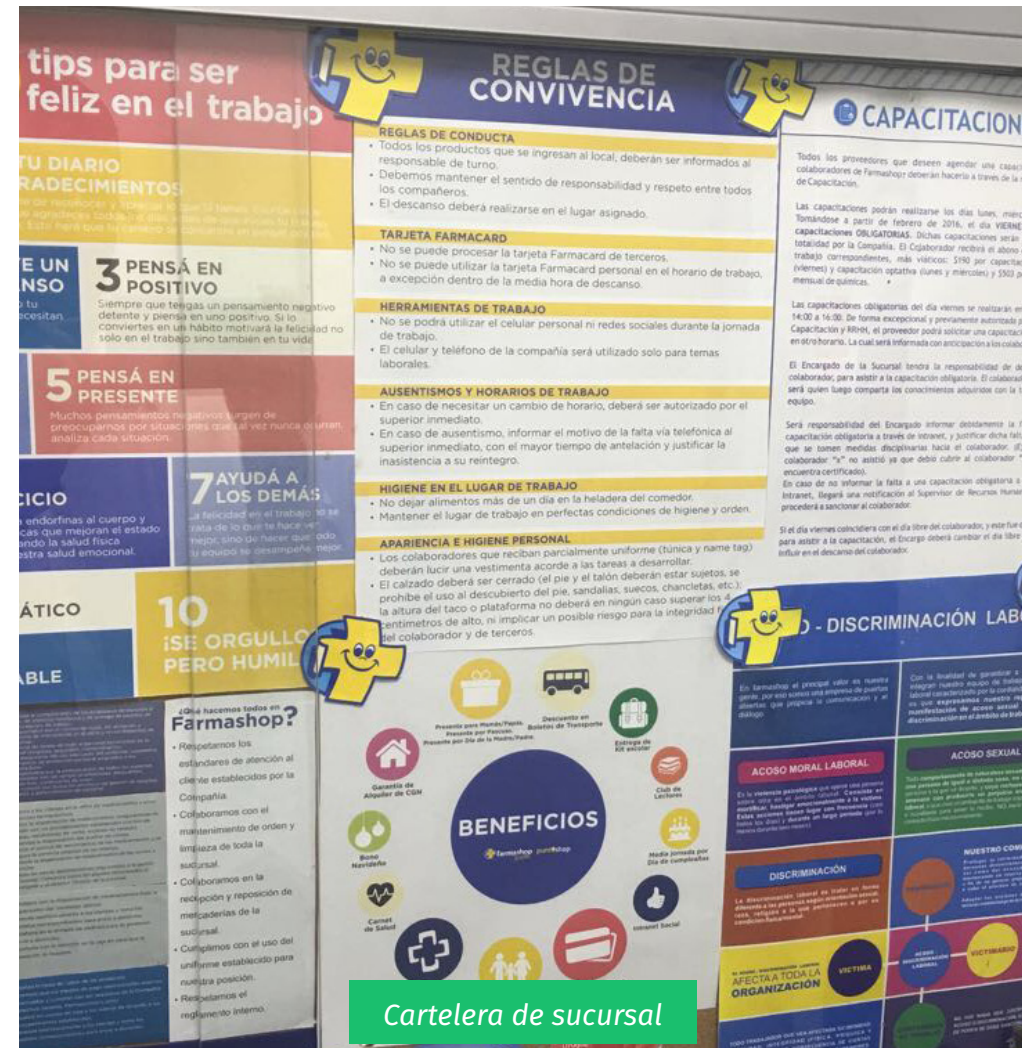
**Visitas totales: 917.603**

Este indicador es el resultado de sumar todas las visitas que han realizado todos los navegadores (usuarios) incluyendo las visitas reiteradas.

Se obtiene el recuento de veces que un navegador accede a la web, ya que no es posible saber si hay más de un usuario detrás de cada ordenador.

## Cartelera

Están presentes en los lugares de descanso de cada sucursal, reforzando la comunicación interna con información importante para los colaboradores. Se actualizan mensualmente y los colaboradores pueden colocar contenidos personalizados (cumpleaños, aniversarios laborales, notas, entre otros).



Cartelera de sucursal

## Buzón de sugerencias

Mediante esta herramienta, todos los colaboradores de la compañía pueden expresarse con total libertad y dirigirse a los mandos superiores.

Los mensajes se clasifican en inquietudes, sugerencias y felicitaciones. El plazo máximo de respuesta es de 72 horas y esta es efectuada por el Departamento de Capital Humano con asesoramiento del área que corresponda según el caso.

Todas las consultas reciben respuesta. Cuando se trata de una iniciativa o sugerencia, se analizan las posibilidades de implementarla.

Los departamentos que reciben más sugerencias son:

- Recursos Humanos
- Operaciones
- Comercial
- Marketing

### Sugerencias implementadas

#### Departamento de Recursos Humanos:

- Garantía de alquiler a través de *Contaduría General de la Nación*.
- Garantía solidaria para facilitar el acceso financiero de los colaboradores a entidades bancarias.
- Descuentos corporativos: Parque de UTE-Antel, Coóptica y gimnasios.
- Modificación excepcional de fechas de acreditación de partidas variables, adelantos y aguinaldos.
- Asesoramiento sobre AFAPs y BPS.
- Cambios de horario en días festivos.
- Convenios de descuento en boletos intra e interdepartamentales.
- Beneficio *Farmacuenta*: pago a través de cuenta corriente de sueldo en todas las sucursales de Farmashop y Puntoshop.
- Autogestión en Intranet para visualizar recibos de sueldo, adelantos y otros reportes desde cualquier dispositivo y lugar.

- Colaboración con diferentes organizaciones.

#### Departamento de Operaciones:

- Alfombras antideslizantes y rampas de acceso.
- Cambios en sistema de cajas.
- Buscadores de medicamentos.

#### Departamento Comercial:

- Incorporación de nuevos medicamentos y otros artículos.
- Incorporación de productos en sucursales que no eran punto de venta.

#### Departamento de Marketing:

- Incorporación de artículos sugeridos a las competencias de ventas internas.
- Extensión de días de descuento, así como repetición de estos días e incorporación de promociones sugeridas.
- Modificación de políticas Farmacard y Puntocard en beneficio de todos los colaboradores.

**Cantidad de buzones: 288**

### Tipo de sugerencia

# Programa Mystery Shopper

Desde 2014 hemos aplicado esta técnica, de la mano de la empresa HS BRANDS LATINOAMÉRICA con el fin de estar actualizados sobre cómo somos percibidos por los clientes y cuáles son sus aspiraciones. Esto permite mejorar el servicio e incentivar a los colaboradores para que trabajen alineados a los estándares de calidad y de atención al público establecidos.

Para ello, cada mes un cliente misterioso visita nuestras distintas sucursales evaluando aspectos como: apariencia exterior y del salón de ventas, mostrador de farmacia, cajas, atención telefónica y entrega a domicilio, entre otras consideraciones generales.

El comprador encubierto no solo efectúa una compra, sino que además realiza preguntas, registra quejas o comportamientos específicos, para poder luego realizar un reporte detallado sobre su experiencia en el local. Posteriormente realizamos un análisis de ese informe para generar propuestas de mejora en la atención al público de nuestros colaboradores.

## Promedio Total Mystery Shopper 92 sucursales

2014: 61,85%

2015: 69,7%

2016: 78,9%

31 sucursales superaron el 80%.



Sucursal	Promedio
2	86,42%
95	86,42%
38	86,17%
90	86,08%
87	85,75%
49	85,08%
77	84,42%
81	84,42%
9	84,25%
13	84,08%
11	83,33%
66	83,33%

Sucursal	Promedio
71	83,25%
58	83,17%
40	83,08%
6	83,00%
42	83,00%
91	82,92%
22	82,50%
80	82,50%
52	82,42%
37	82,08%
24	81,92%
78	81,75%

Sucursal	Promedio
86	81,25%
27	80,92%
55	80,83%
94	80,50%
50	80,33%
18	80,08%
28	80%

80% al 100% - **Alto**  
 60% al 79% - **Medio**  
 1% al 59% - **Bajo**

## Porcentajes por sectores

Sucursales	2014	2015	2016
Apariencia exterior	79%	84%	90%
Apariencia salón de ventas	85%	84%	86%
Mostrador de farmacia	69%	71%	80,6%
Cajas	62%	69%	76,4%
Apreciaciones generales	87%	86%	89,5%
Atención telefónica	51%	61%	69,5%
Entrega a domicilio	46%	66%	81,9%



# Actividades del equipo de Atención Farmacéutica

El equipo de *Atención Farmacéutica* tiene la misión de garantizar un uso seguro, responsable, efectivo y eficiente de los medicamentos y dispositivos terapéuticos para optimizar los resultados en salud. Para alcanzar esta meta es fundamental la capacitación permanente del equipo de colaboradores que se desempeñan en la farmacia.

Para ello implementamos un plan de formación para los colaboradores de Montevideo y del interior.

Resultados Capacitaciones 2016
Ingresos
Primer empleo
Mensuales
Errores de dispensación
Zika-repelentes
Módulo de ascenso
Módulo de ascenso expertas en perfumería
Módulo de perfeccionamiento AINES (Analgésicos no esteroides)
Módulo de perfeccionamiento TGI (Tracto gastro intestinal)
Toma de glicemia en ECA

## Asistentes

325
231
1146
88
153
195 (aprobación: 94%)
29 (aprobación: 100%)
34 (aprobación: 100%)
10 (aprobación: 100%)
130 (aprobación: 86%)

Taller: Uso de Farmanuario



Taller: Dosis y posología



El servicio de Atención Farmacéutica también trabaja para la promoción de la salud así como para la detección precoz de patologías y seguimiento de tratamientos, mediante el uso de equipos de determinaciones *point of care*. Con una pequeña gota de sangre del dedo se pueden realizar los siguientes exámenes: colesterol, triglicéridos, perfil lipídico, hemoglobina, hemoglobina glicosilada, INR y test de detección de enfermedad celíaca. Los datos obtenidos se ilustran a continuación:

Tipo de examen
Colesterol
Hemoglobina
INR
Perfil lipídico
Enf. Celíaca
Triglicéridos
Hemoglobina glicosilada

#### Nº de determinaciones realizadas

381
295
124
120
119
102
78

Los clientes pueden acceder a estos servicios solicitando una entrevista personalizada en las sucursales: 3, 11, 17, 20, 28, 57, 68, 81, 83, 87 y 90.

Por otra parte, los Químicos Farmacéuticos participan en las siguientes actividades:

- **Cadena de frío** - validación de envíos y asesoramiento en la sucursal 42.
- **Redes sociales** - redacción de artículos sobre salud.
- **Página web** - área de Atención Farmacéutica.
- **E-commerce** - creación de las descripciones de medicamentos y dispositivos terapéuticos, mantenimiento de la información de estos ítems (nombre, descripción, condición de venta, etc.).
- **Almacenamiento** - medicamentos oftálmicos: modificación con el objetivo de disminuir los errores de dispensación. Productos químicos: establecimiento del

ordenamiento de acuerdo a compatibilidades. Planogramas: creados para sucursales con cajoneras de acuerdo a la cantidad de módulos.

- **Gestión de compras** - creación del proceso para la compra de productos químicos. Incluye el seguimiento en conjunto entre los equipos de QFs, supervisores e Insumos de Atención Farmacéutica.
- **Revisión de stock y vencimientos** - Mirena y Jaydess.

- **Farmacovigilancia** - farmacovigilancia activa y reportes a la autoridad regulatoria.
- **Fichas informativas** de medicamentos disponibles en Intranet.
- **Boletín informativo** - capacitaciones, medicamentos incorporados, procedimientos, etc.
- **Clasificación de medicamentos** - Clasificación ATC y según presentación, dosificación y forma farmacéutica.
- **Documentación** - elaboración de instructivos, procedimientos, especificaciones, etc.
- **Asesoramiento a usuarios** en relación a consultas sobre medicamentos.

# Farmashop 42 especializada en fertilidad

Farmashop 42, ubicada en Av. Ingeniero Luis P. Ponce 1503, aloja una avanzada área de fertilidad y es nuestra única farmacia de toda la cadena que dispensa medicamentos para tratamientos de fertilidad del Fondo Nacional de Recursos.

Cuenta con una sala con acceso exclusivo para el personal de farmacia que realiza la dispensación de estas especialidades farmacéuticas y dispone de una amplia capacidad de almacenamiento con tres heladeras, dos de las cuales son para atender las necesidades del Fondo Nacional de Recursos.

Para poder garantizar la temperatura adecuada, su almacenamiento y la calidad de su conservación, se conectó a cada equipo una sonda de temperatura, que es administrada por un software que mide y emite alarmas vía mail y mensajes de texto cuando los rangos suben o bajan saliéndose de lo permitido. Estas alarmas se encuentran encendidas todo el día y son fundamentales en el horario en que la

farmacia no está abierta. En horario de atención al público el local cuenta con un protocolo de control de temperatura, permitiendo monitorear constantemente el buen funcionamiento de todo el sistema. A su vez, instalamos en cada heladera una alarma por temperatura que está conectada a Securitas como respaldo de todo el sistema.

A estas precauciones sumamos algunas otras medidas necesarias: cada heladera se encuentra conectada a una línea de energía independiente, asegurándonos que ante la falla eléctrica de una de ellas no se ponga en riesgo todas las heladeras, sino solo la afectada. Este proceso es administrado por un tablero eléctrico acondicionado y señalizado. También instalamos un aire acondicionado para contrarrestar el calor que emitan las heladeras en funcionamiento. Para completar las mejoras colocamos dentro del área una computadora que alberga el software y todos los trabajos sobre control de temperatura que se realizan.

Hemos acondicionado toda la infraestructura del Farmashop 42, desde el salón de ventas hasta el depósito para ofrecer a nuestros clientes una atención profesional y especializada.

Todo este trabajo ha sido posible gracias al apoyo y esfuerzo del equipo, su encargada Yanet Moraes,

supervisora Viviana Tabarez y la Gerente Técnico de División Farmacéutica Leticia Caligaris.



# 4

## RSE

Desarrollo global y sostenible

Calidad laboral

- Beneficios para los colaboradores
- Fiesta de fin de año (Farmafest)
- Programa de reconocimiento e incentivos
- Comisión de seguridad e higiene
- Política de Salud y Seguridad Ocupacional

Compromiso social y apoyo a ONGs

Programa *Quiero ayudar*

Campañas y convenios

Despedida de Cooper

# Desarrollo global y sostenible

Creemos firmemente que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) cumple un rol fundamental en la evolución hacia un desarrollo global y sostenible. Por esto nos encontramos altamente comprometidos a encontrar un equilibrio que maximice los beneficios para todos nuestros colaboradores y contribuya al bienestar de toda la sociedad con estricta integridad y transparencia.

En este sentido hemos desarrollado diferentes planes de acción enmarcados en un plan anual de RSE subdividido en 6 áreas: calidad de vida laboral, compromiso con la sociedad, protección del medio ambiente, beneficios para colaboradores, capacitación y programas laborales.

Entregamos más de 150 botiquines de primeros auxilios a instituciones sugeridas por los colaboradores, colaboramos con Aldeas Infantiles, con la ciudad de Dolores luego del tornado, realizamos un nuevo Family Day y la Fiesta de Fin de Año 2016.



Entrega de cheque solidario a Aldeas Infantiles en sucursal 15

## Donaciones de mercadería 2016

Mes	Destinatario	Localidad	Unidades	Valor \$U
<b>enero</b>	CECOED*	Montevideo	1.500	180.435
	CECOED*	Montevideo	87	12.862
Total de donaciones del mes			1.587	193.297
<b>febrero</b>	Escuela N° 108	Canelones	409	24.384
	Casa Ronald McDonald's	Montevideo	263	24.017
Total de donaciones del mes			672	48.401
<b>marzo</b>	Casa Ronald McDonald's	Montevideo	3,30%	5.573
	Cooperativa Coudet de Colinas	Canelones	3,30%	12.213
	Fundación Peluffo Giguens	Montevideo	380	42.379
Total de donaciones del mes			604	60.166
<b>abril</b>	Casa Ronald McDonald's	Montevideo	93	15.533
	Delivery Solidario	Dolores	343	40.717
Total de donaciones del mes			436	56.251
<b>mayo</b>	UTU Unión	Montevideo	60	2.220
	Cárcel de mujeres	Montevideo	53	22.260
	Unidad N° 9 Instituto de Rehabilitación	Montevideo	206	11.513
	Remar Uruguay	Montevideo	40	12.576
	Escuela N° 44	Montevideo	498	50.348
	Comisión Boca Sana	Montevideo	224	19.193
	Aldeas Infantiles SOS	Montevideo	163	23.147
	UDELAR	Montevideo	4	0
Total de donaciones del mes			1248	141.258

\* Centro de Coordinación de Emergencias Departamentales

Mes	Destinatario	Localidad	Unidades	Valor \$U
<b>junio</b>	CAIF PLEMUU	Montevideo	73	5.168
	APLA	Montevideo	16	1.084
	Escuela N° 115	Montevideo	98	11.042
	Escuela N° 108	Montevideo	121	15.259
Total de donaciones del mes			308	32.553
<b>julio</b>	Remar	Montevideo	327	36.280
	Club Bohemios	Montevideo	358	41.879
	Cárcel de mujeres	Montevideo	173	24.491
Total de donaciones del mes			858	102.669
<b>setiembre</b>	DESEM	Montevideo	510	50.738
Total de donaciones del mes			510	50.738
<b>octubre</b>	Escuela N°108	Canelones	1.252	92.083
Total de donaciones del mes			1.252	92.083
<b>noviembre</b>	CAIF PLEMUU	Montevideo	336	9.912
Total de donaciones del mes			336	9.912
<b>diciembre</b>	DESEM	Montevideo	23	13.453
	Movimiento Scout	Montevideo	82	7.844
	Rotary Club Uruguay	Maldonado	404	50.564
	Escuela N° 108	Canelones	84	8.471
Total de donaciones del mes			593	80.332
<b>Total de donaciones del año</b>			<b>8.404</b>	<b>867.660</b>

## Donaciones de botiquines 2016

Mes	Destinatario	Localidad	Unidades	Valor \$U
<b>marzo</b>	Escuela Cooperativa Malvín Norte	Montevideo	1	24.384
Total de donaciones del mes			1	672
<b>mayo</b>	ONG APLA URUGUAY	Montevideo	2	550
	Warriors Fútbol Femenino	Montevideo	4	1.100
	Escuela Nº 44	Montevideo	2	550
	Hogar español	Montevideo	2	550
	Todo Tenis	Montevideo	2	550
	Club Huracán	Montevideo	6	1.650
	Hockey Escuela Heliana	Montevideo	2	550
	UTU	Montevideo	2	550
Total de donaciones del mes			22	6.050
<b>junio</b>	Escuela Nº 106	Montevideo	4	1.100
	Instituto Juan XXIII	Montevideo	2	550
	Club de Voley Juan Ferreiro	Montevideo	3	825
	C.S.D. Tito Frioni	Montevideo	2	550
	Fundación Forge	Montevideo	4	1.100
Total de donaciones del mes			15	4.125

Mes	Destinatario	Localidad	Unidades	Valor \$U
<b>julio</b>	Jardín de Infantes Nº 282	Montevideo	2	550
	Javier Biosco - Eventos de colaboración	Montevideo	3	825
	Centro Integral Pedagógico Infantil	Montevideo	3	825
	Selección Uruguaya de Beach Handball	Montevideo	4	1.100
	Club de Patín artístico (Euskalerría)	Montevideo	3	825
	División de danza contemporánea del SODRE	Montevideo	3	825
Total de donaciones del mes			18	4.950
<b>agosto</b>	Parroquia Vecino	Montevideo	2	550
	Grupo Scout Nº 9 Atilio Pelosi	Montevideo	2	550
	Escuela Nº 275	Montevideo	2	550
	Colegio San Pablo	Montevideo	2	550
	Centro MEC Lavalleja	Lavalleja	2	550
Total de donaciones del mes			10	2.750
<b>setiembre</b>	UTU Prado	Montevideo	2	550
	Club América Baby Fútbol	Montevideo	2	550
	Club de Leones San Felipe y Santiago	Montevideo	2	550
Total de donaciones del mes			6	1.650

## Donaciones de botiquines 2016

Mes	Destinatario	Localidad	Unidades	Valor \$U
<b>octubre</b>	Club Rotary	Maldonado	10	2.750
	Valkirias - Club de Fútbol	Montevideo	1	275
	Balbarians - Club de Fútbol	Montevideo	1	275
	Liceo N° 3 de Melo	Melo	4	1.100
	Escuela N° 249	Montevideo	2	550
	Escuela N° 212	Montevideo	2	550
	Evento benéfico*	Montevideo	2	550
	Escuela N° 36	Montevideo	2	550
	Escuela N° 229	Lagomar	2	550
	Colegio Cate	Montevideo	2	550
	Escuela N° 382	Montevideo	2	550
	Estudiantes de Magisterio**	Montevideo	3	825
	<b>total donaciones del mes</b>			<b>33</b>
<b>noviembre</b>	Escuela N° 127	Montevideo	2	550
	Escuela de Fútbol Iguá	Montevideo	2	550
	Liceo N° 14	Montevideo	2	550
	Apal Liceo N° 1	Montevideo	2	550
	Escuela N° 37	Montevideo	1	275
	Colegio Santa Elena	Montevideo	2	550
	Bingo Solidario***	Montevideo	2	550
	REDESUY	Montevideo	2	550
<b>total donaciones del mes</b>			<b>15</b>	<b>4.125</b>

Mes	Destinatario	Localidad	Unidades	Valor \$U
<b>diciembre</b>	Malabar	Maldonado	2	550
	Movimiento Scout Uruguay	Montevideo	3	825
	Old Brenfan's Club	Montevideo	40	11.000
<b>total donaciones del mes</b>			<b>45</b>	<b>12.375</b>
<b>total donaciones del año</b>			<b>165</b>	<b>45.375</b>

\* Evento a beneficio de Valentina Barrera - paciente oncológica

\*\* Estudiantes de Magisterio de los Institutos Normales

\*\*\* Bingo Solidario "Martina Caballero"



Entrega de botiquines en el centro Caif Pintando Sonrisas en Maldonado

# Calidad laboral

## Beneficios para colaboradores

Estamos comprometidos con la formación, motivación, desarrollo profesional y conciliación de la vida profesional con la personal de nuestros colaboradores.

### Farmacard y Tarjeta de crédito Farmacard-Santander



Todos los colaboradores acceden al descuento del 15% comprando con la tarjeta *Farmacard/Puntocard*.

Además acumulan *Farmacard/Puntos* que podrán canjear por mercadería en sus próximas compras.

Al culminar los primeros tres meses de trabajo en Farmashop le entregamos a cada colaborador una tarjeta de crédito *Farmacard-Santander*.

### Regalo para mamás y papás y préstamo de extractores de leche



Todas las mamás y papás colaboradores reciben 2000 *Farmacard/Puntos* como obsequio por la llegada de su hijo.

Asimismo, nuestras mamás tienen acceso a un extractor de leche por el período que lo necesiten.

### Fechas especiales: Pascuas, Navidad, Día de la Madre y Día del Padre



Todos los años obsequiamos a cada colaborador un huevo de Pascua para celebrar esta fecha.

Todos reciben una canasta navideña en el mes de diciembre de cada año.

Obsequiamos a las madres y padres un presente en su día.

## Día de los Trabajadores y Día de cumpleaños



El 1º de mayo con motivo del Día de los Trabajadores todos los colaboradores de sucursal reciben un bono para compartir un almuerzo o cena.

Todos los colaboradores reciben el beneficio de disfrutar de media jornada libre el día de su cumpleaños.

## Carné de salud y Gestión de garantía de alquiler



Abonamos el costo del carné de salud a los colaboradores que alcanzan un año de antigüedad, con posibilidad de renovación cada dos años.

Luego de dos años de antigüedad en la empresa, nuestros colaboradores también pueden acceder a la garantía de alquiler para casa-habitación de la Contaduría General de la Nación en las oficinas del SGA con estos beneficios: trámites sin costo, débito del alquiler en sueldo, exoneración de la matrícula y del costo por firma del contrato.

## Cursos de Idóneo en Farmacia y viáticos por cursos de capacitación



Abonamos la totalidad del valor del curso de Idóneo en Farmacia a aquellos colaboradores que tienen un desempeño destacado. El curso se lleva a cabo anualmente y egresan más de cincuenta idóneos en cada edición.

Los colaboradores reciben viáticos por cursos de capacitación dictados por la compañía, como reconocimiento al esfuerzo y compromiso de adquirir nuevas herramientas para desarrollar su trabajo.

## Descuento en boletos de transporte



Los colaboradores se benefician con un 10% de descuento en el valor de los boletos del Sistema Metropolitano de Transporte (STM) de la Intendencia Municipal de Montevideo (IMM).

Cada colaborador puede adquirir entre 30 y 50 boletos con una validez de 40 días.

Aquellos que viajan a través de la compañía COPSA, también reciben un descuento del 10% en el importe de los boletos.

## Family day



Para recibir a la primavera, festejamos durante una jornada informal de encuentro, celebración, intercambio y juegos en los que participan nuestros colaboradores y sus familias.

## Intranet social y Club de lectores



A través de nuestra Intranet social los colaboradores pueden interactuar diariamente, así como participar de sorteos y consignas.

Allí también publicamos beneficios corporativos en distintos comercios y servicios de todo el país a su disposición.

Contamos con una biblioteca conformada por más de 50 títulos variados, a la que acceden todos los colaboradores a través de intranet.

## Desayunos saludables



Una vez por semana agasajamos a nuestros colaboradores de oficina con un desayuno saludable.

## Taller de gramática y escritura

Incorporamos un taller de gramática y escritura en el programa de capacitación inicial de todos los colaboradores que ingresan a la compañía. El objetivo es brindar herramientas del lenguaje aplicables al contexto laboral, así como conceptos esenciales de gramática que permiten una correcta escritura.

## Entrega de útiles escolares y concurso de dibujo



Previo al inicio de clases, realizamos la entrega de sets de útiles escolares a hijos de colaboradores.

Luego de esta instancia, realizamos un concurso de dibujo entre hijos, sobrinos y primos de colaboradores.



## Fiesta de fin de año (Farmafest)

“Farmafest”, nombre que denomina hace ya dos años nuestra fiesta de fin de año, reunió en el 2016 bajo la temática de una celebración hawaiana a 1400 colaboradores. Este encuentro se realiza cada diciembre en la Criolla Elías Regules. El departamento de Recursos Humanos lidera su planificación, que puede durar hasta cuatro meses, con el fin de brindar una noche única para todos. La celebración contó con dos conductores, un show en vivo, estuvo colmada de reconocimientos y, como broche de oro, se sortearon cuatro autos 0 Km.

Cerca de las 21 horas comenzaron a llegar ómnibus de todos los departamentos en los que Farmashop está presente, los livings y la pista se fueron llenando de colaboradores y colores, que harían de este evento una noche mágica. A media noche se presentó el clásico video institucional, protagonizado por colaboradores e inspirado en anécdotas del diario vivir de las sucursales.

La compañía disfrutó de una noche diferente, pensada para celebrar, integrar y reconocer a todos los equipos de trabajo por su gran esfuerzo y dedicación durante el año. Esta fiesta se ha transformado en un gran desafío para el departamento de Recursos Humanos ya que cada año el nivel del evento se supera y las expectativas son cada vez mayores.

## Programa de reconocimientos e incentivos

Con el objetivo de incentivar y reconocer los logros alcanzados y fomentar que nuestros equipos trabajen alineados a los valores definidos en la estrategia organizacional de la compañía, llevamos adelante un programa de reconocimientos e incentivos en las sucursales, el Centro de Distribución y las oficinas.

Premiamos un *Equipo del Mes* en las sucursales, según su desempeño mensual, y dentro de cada equipo, elegimos un *Colaborador del mes* y un *Compañero del mes*.

En las oficinas y el Centro de Distribución el reconocimiento lo realizamos mediante votación de los gerentes, premiando el desempeño mensual del colaborador según la competencia correspondiente.

Los *Colaboradores del mes* y los *Compañeros del mes* además de recibir un presente, almuerzan junto al Gerente de Recursos Humanos. Al finalizar el año seleccionamos entre todos los colaboradores del mes, el *Colaborador del año*.



Colaboradores y compañeros del mes de abril, mayo y junio

# Comisión de seguridad e higiene

Fue creada con el fin de mejorar las condiciones de seguridad y salud de nuestros trabajadores. Es tripartita y está integrada por dos representantes de la compañía y un técnico prevencionista. Cada representante cuenta con un suplente.

El primer cometido es mejorar los espacios de descanso en las sucursales, brindando confort y seguridad a nuestros colaboradores. Para ello se llevó a cabo la renovación de los locales, teniendo en cuenta las condiciones de seguridad e higiene existentes.

El segundo cometido es el conocimiento de los colaboradores en seguridad y prevención a través de capacitaciones de seguridad vial y manejo defensivo. Se busca que de esta forma puedan hacer frente a riesgos potenciales y reales en el tránsito.

Por último, realizamos capacitaciones sobre primeros auxilios dirigidas a los colaboradores de sucursal, para que puedan desenvolverse exitosamente ante emergencias.

## Principales acciones

### 2013

- Arreglo y acondicionamiento del centro de distribución.
- Reparación de paredes y techo por filtración de agua.
- Implementación de rodapiés.
- Acondicionamiento de barandas y servicios de bienestar.
- Incorporación de papeleras con tapas en centros de distribución y sucursales.

### 2014

- Creación del buzón de sugerencias.
- Incorporación de botiquín de primeros auxilios de acuerdo al reglamento sobre seguridad y salud laboral (Decreto 406/88).
- Instructivo para el uso de extintores.
- Implementación de cenefas en estantes de productos químicos, carta de compatibilidad y cartilla instructiva para el orden de los productos.

- Ubicación de productos químicos por compatibilidad.
- Charlas para supervisores sobre normativa de seguridad.
- Compra de alicates para corte de precintos en cada sucursal.
- Implementación del kit de derrame para productos químicos.
- Compra de sillas con apoyo lumbar para todas las sucursales.
- Mantenimiento de bicicletas de reparto, uso del equipo de protección personal para los trabajadores que circulan en bicicletas.
- Inducción a todos los mandaderos sobre seguridad en bicicletas, con entrega de cartilla informativa.

### Centro de distribución:

- Regulación del kilaje de estanterías.
- Entrega de uniformes de verano.
- Capacitación de orden y limpieza.
- Capacitación para el uso de extintores.

### 2015

- Capacitación sobre manejo defensivo y primeros auxilios.
- Confección de botiquines de primeros auxilios en material de madera para todas las sucursales. Actualización de elementos que debe contener el botiquín de acuerdo al decreto 406/88.
- Reforma de 33 sucursales y oficinas corporativas.

### 2016

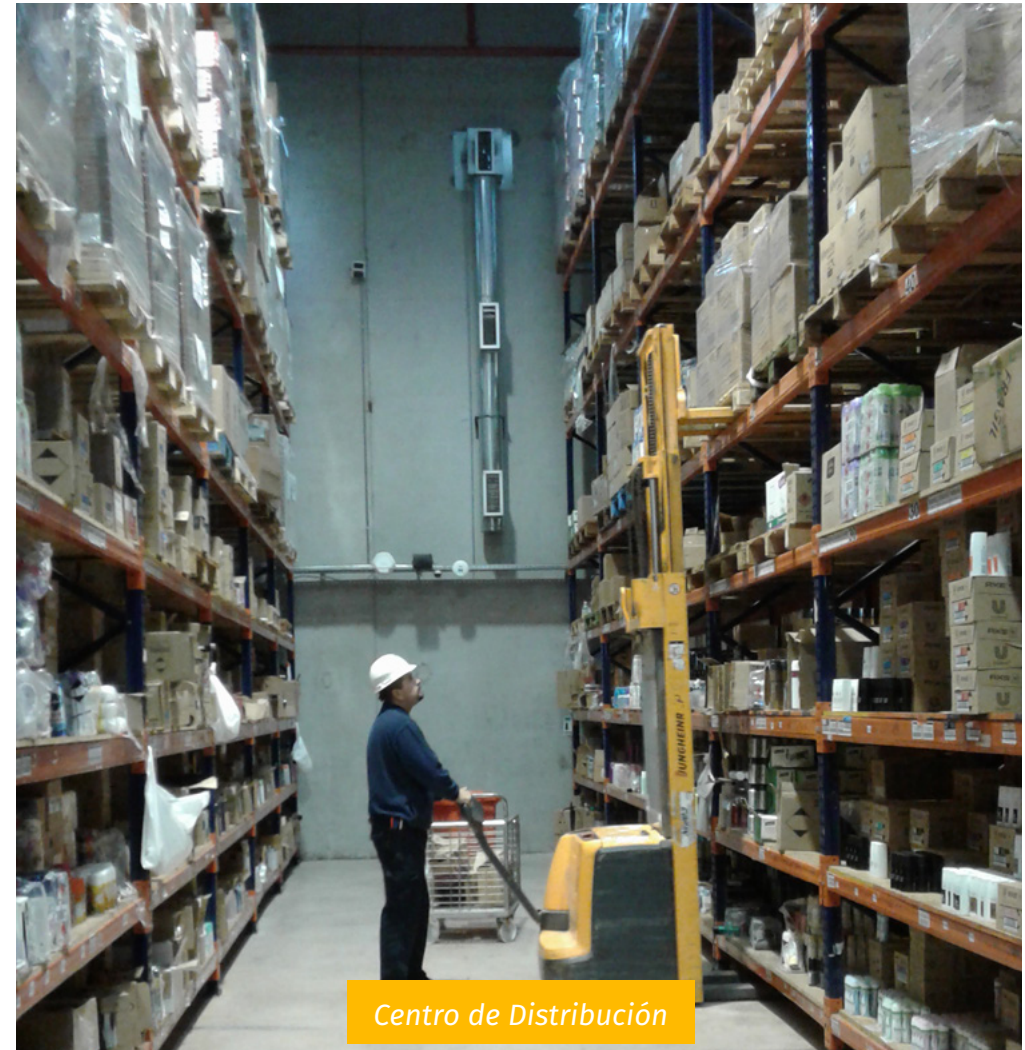
- Capacitación sobre medidas preventivas para uso de generadores.
- Elaboración de protocolo de consumo de estupefacientes.
- Capacitación para oficinas sobre riesgos ergonómicos.
- Control de kit de derrame e incorporación de nuevos elementos.
- Inspecciones mensuales con la comisión de seguridad e higiene.
- Elaboración de plan de emergencias para sucursales y oficinas.

## Política de Salud y Seguridad Ocupacional

Tenemos el compromiso de proporcionar a todos nuestros colaboradores, contratistas, comunidades y otros públicos con los que nos vinculamos, un ambiente de trabajo saludable; así como de brindar las condiciones necesarias para que sus actividades se desarrollen de forma segura.

La seguridad y la higiene son factores claves que deben ser incorporados en todos los aspectos del negocio. Todo aquel que trabaje en nuestra empresa merece un ambiente de trabajo seguro y saludable.

Para hacer posible este ambiente, es fundamental un compromiso activo de todos que permita que el número de accidentes y enfermedades ocupacionales sea *cero*. Este es nuestro objetivo.



# Compromiso social y apoyo a ONGs

En el marco de nuestro plan anual de RSE, contribuimos con organizaciones que brindan asistencia social e implementamos programas y recursos para la protección del medio ambiente.

## Medio Ambiente

### Bicicletas eléctricas

Incorporamos bicicletas de motor eléctrico con batería recargable en un período de entre 3 y 6 horas y autonomía de hasta 40 kilómetros. El consumo en el período de carga es el equivalente al de una lámpara de 40 watts.

Además de contribuir con el medio ambiente reduciendo el consumo de combustible y energía, nuestros colaboradores pueden recorrer distancias mayores en menor tiempo realizando un ejercicio físico moderado.

### Repapel

En conjunto con la organización civil Repapel, reciclamos papel y cartón en nuestros centros de trabajo, enviados mensualmente a los depósitos de la ONG mediante un sistema de gestión del papel de desecho, permitiendo así el desarrollo de programas educativos en escuelas públicas de todo el país. Además de colaborar con dichas instituciones, ayudamos a generar cambios sustantivos en los hábitos y patrones de consumo y descarte.

Anualmente Repapel recolecta 500.000 kilos de papel para reciclar, promoviendo hábitos responsables de consumo en 20.000 niños, 8.000 adultos y 100 docentes, que actúan como agentes de cambio.

## Apoyo a ONGs

### DESEM Jóvenes Emprendedores y Socios por un Día

Desde el año 2014 colaboramos con la organización que implementa programas educativos para complementar la currícula escolar, desarrollando habilidades emprendedoras en niños y jóvenes de todo el país.

Este año colaboramos con dos de sus programas: *Socios por un Día* y *Empresas Juveniles*.

El programa Socios por un día consiste en darle la oportunidad a un estudiante de bachillerato o de los primeros años de carrera universitaria, de acompañar a un profesional durante su jornada laboral.

El estudiante participa de todas las actividades que desarrolla su socio: entrevistas, almuerzos, reuniones de trabajo y otras actividades que suponen el ejercicio de su rol. Contamos

con un socio en el Departamento de Marketing y otro en el Departamento de Recursos Humanos. Los estudiantes pudieron conocer por dentro el área de trabajo en la que les gustaría desarrollarse profesionalmente.

El programa *Empresas Juveniles* proporciona a los estudiantes de cuarto año de liceo, una experiencia práctica de desarrollo de habilidades emprendedoras, a través del ejercicio de formación de una empresa. Cada empresa juvenil fija sus propios objetivos, elige un producto o servicio para producir y completa todo el ciclo: creación, administración, producción y liquidación de un empresa real. Se implementa en diferentes centros educativos de todo el país, actualmente en doce departamentos.

Desde Farmashop colaboramos en el desarrollo de la empresa Slime, del Colegio St. Brendan's, que elaboró una masa de color, elástica y pegajosa, denominada Tokomoco.



Socia por un día en el Departamento de Marketing

Realizamos una evaluación del programa entre los jóvenes participantes y el 100% de los encuestados afirmó que volvería a participar en una futura actividad de *DESEM Jóvenes Emprendedores*.

La experiencia de *Socios por un día* también fue evaluada como positiva, tanto por los participantes como por los socios profesionales anfitriones en Farmashop.

El 100% de los profesionales participantes evaluó la jornada como satisfactoria y cree que es importante que los jóvenes uruguayos tengan la posibilidad de compartir una jornada con un profesional.

El 100% de los estudiantes participantes evaluó como muy satisfactoria la jornada, además de considerar que los contenidos contribuyeron a la confirmación de su profesión.

Gracias a estos resultados, consideramos que nuestros objetivos fueron alcanzados.



Socia por un día en el Departamento de Recursos Humanos

## Votá para colaborar

A través de esta iniciativa invitamos a nuestros colaboradores a votar entre diferentes organizaciones no gubernamentales y sin fines de lucro que se han acercado a nosotros, para colaborar con el desarrollo de sus planes y proyectos.

En el 2016 las siguientes ONG participaron de la votación: Aldeas Infantiles SOS, Cottolengo Masculino Don Orione, Fundación Gonzalo Rodríguez, Fundación Pérez Scremini, TECHO, Asociación Casa Ronald McDonald, Fundación Alejandra Forlán, Fundación Peluffo Giguens, Fundación Teletón y UNICEF.

### Aldeas Infantiles SOS

Fue la organización elegida por nuestros colaboradores. En este sentido, en 2016 la apadrinamos en el marco del programa de RSE, con el objetivo de crear un vínculo de confianza y propiciar lazos afectivos y de contención.

### Apoyo a Aldea en Canelones

Desde el 9 de noviembre de 2015 comenzó a funcionar esta casa en la cual viven seis niños, niñas y adolescentes. Se brinda protección a estos pequeños y se procura mantener un vínculo constante con sus familias, trabajando en los procesos de reintegro.

Mediante el pago mensual de sus gastos fijos solventamos los siguientes servicios: emergencia móvil, ADSL, higiene, indumentaria, recreación, gastos escolares, mantenimiento, locomoción, sueldos de tías encargadas, tías rotativas, asistencia familiar, administrativos, coordinadoras y profesionales.

A través de una visita guiada todos los colaboradores tuvieron la posibilidad de conocer el hogar y el trabajo realizado.

### Campaña de recaudación

Se llevó a cabo entre el 8 y el 31 de agosto de 2016 con el fin de cola-

borar con la ONG en todas nuestras sucursales Farmashop y Puntoshop del país.

Nuestros clientes colaboraron con diferentes importes y medios de pago, incluyendo *Farmapuntos*.

Todo el dinero recaudado se está invirtiendo en el apoyo escolar a las niñas y niños del servicio de acogimiento, por ejemplo; en la contratación de psicólogos, fonoaudiólogos y psicopedagogos.

Planeamos también invertir en el apoyo al Servicio de Fortalecimiento Familiar que previene la pérdida del cuidado parental.

Recaudamos un total de **\$U373.360** y la sucursal que logró mayor recaudación fue Farmashop 15. En agradecimiento al esfuerzo del equipo de dicha sucursal, en ese lugar se realizó la entrega del cheque por el valor total de la recaudación.





Visita a Aldeas Infantiles Montevideo

# Programa Quiero Ayudar

Es un programa de colaboración y apoyo que hemos implementado desde el año 2015, en el cual invitamos a nuestros colaboradores a sugerir a través de Intranet una organización para apoyar. Pueden ser clubes barriales y deportivos, sociedades de fomento u otros grupos o asociaciones.

Colaboramos con todas aquellas organizaciones sin fines de lucro ni políticos, que necesiten de un botiquín de primeros auxilios o artículos farmacéuticos para desempeñar sus actividades o brindar asistencia comunitaria.



Artículos que fueron donados al Jardín de Infantes

# Campañas y convenios

## Colaboración con la ciudad de Dolores

Luego del tornado que afectó a Dolores en abril de 2016, colaboramos mediante diferentes acciones tanto con esta ciudad como con otros lugares del resto del país que en ese momento se vieron afectados por inundaciones.

### Campaña de colaboración en cajas

Se recaudó entre los clientes un total de **\$U476.600**. Todo el dinero fue entregado al *Comité de Emergencia de Soriano*.

### Donación de mercadería a través del Delivery Solidario (Canal 10)

El camión de *Delivery Solidario* viajó a Dolores para entregar nuestras donaciones de artículos de limpieza,

higiene personal, papel higiénico, rollos de cocina, repelentes, ropa de bebé, maderas, algodón, toallas, chupetes, guantes descartables, entre otros artículos.

[Aquí podrás ver el video resumen del Delivery Solidario](#)

### Entrega de productos a afectados por inundaciones

Se llevó a cabo a través del Sistema Nacional de Emergencia (SINAE) quien fue el encargado de distribuir los productos donados entre los departamentos afectados.

### Campaña interna de recolección

Nuestros colaboradores donaron velas, productos de limpieza, alimentos no perecederos, complementos para bebés, juguetes, libros, entre otros artículos.

## Colaboración con la ciudad de Maldonado

En diciembre una fuerte turbonada afectó a las ciudades de San Carlos y Pan de Azúcar, en el Departamento de Maldonado.

Elaboramos un plan de acción para apoyar a aquellos colaboradores que vieron afectadas sus viviendas:

- A partir de las necesidades planteadas por los encargados de las sucursales de Maldonado, se les ayudó con materiales y artículos de primera necesidad.
- Excepcionalmente pusimos a disposición de los colaboradores afectados un préstamo de dinero para que puedan solventar los gastos urgentes que se les generaron a causa de la catástrofe climática.
- En coordinación con el *Comité de Emergencias Departamental* recolectamos artículos de primera necesidad

para los afectados: pañales de adulto y niño, productos de limpieza, comestibles no perecederos, pasta dental y repelentes, entre otros.

- También se llevó a cabo una campaña de recolección interna entre todos los colaboradores de las sucursales.

## Campaña de donación de sangre

Durante el año llevamos a cabo dos jornadas de donación de sangre en trabajo conjunto con el *Servicio Nacional de Sangre (SNS)*, para que todo aquel colaborador que cumpliera con los requisitos necesarios, pudiera donar sangre.

Estos colaboradores se comprometieron a donar periódicamente con un mínimo de una vez al año. A su vez, cada uno de ellos designó seis beneficiarios para que se inscribieran en el SNS y recibieran apoyo en caso de necesitarlo.

## Campaña de vacunación antigripal

En el marco de la campaña de vacunación antigripal 2016, ofrecimos de forma gratuita la vacuna contra la gripe, con el objetivo de facilitar el acceso a la vacunación.

La infección por influenza (virus de la gripe) es una enfermedad extremadamente común que afecta a personas de todas las edades en todo el mundo. La infección dura generalmente una semana y se caracteriza por la aparición súbita de fiebre elevada, dolores musculares, cefalea, malestar general, tos no productiva, dolor de garganta, rinitis y destilación nasal.

La vacunación es un método altamente eficaz para disminuir la incidencia del virus y sus posibles consecuencias.

## Jornada de medición de la presión ocular

Junto a la clínica oftalmológica Visión Echagüe cuidamos la salud de nuestros colaboradores y realizamos una importante jornada de prevención del glaucoma.

En solo tres minutos, los colaboradores pudieron medir su presión ocular y recibir los resultados.

La tensión del ojo o presión intraocular es un importante fenómeno que se produce en el interior del globo ocular y afecta a la visión.

Nuestro slogan fue: *Prevení el glaucoma y realizate un estudio en tres minutos.*



Jornada de vacunación antigripal

## Convenio con el Fondo de Solidaridad

El Fondo de Solidaridad es la institución más importante del país en adjudicación de becas. Trabaja para que más jóvenes puedan acceder a educación terciaria mediante la gestión profesional de un sistema de becas que consisten en apoyos económicos mensuales. Están destinadas a estudiantes comprometidos de todo el país que provienen de hogares sin recursos suficientes para llevar a cabo su proyecto educativo.

Establecimos contacto directo con el Fondo para que sus becarios puedan postularse a nuestras ofertas laborales. Es un importante recurso de reclutamiento de estudiantes universitarios para desempeñarse en sucursales con cargos junior.



# Despedida de Cooper

Tuvimos un pasante muy especial: Cooper, un labrador que fue preparado para convertirse en perro guía o de asistencia.

Ana Clara, colaboradora del Centro de Atención Telefónica, fue su socializadora. Su papá fue diagnosticado con glaucoma, lo cual le llevó a perder la visión hace unos años. A raíz de esto se contactó con FUNDAPASS, primera fundación uruguaya de entrenamiento de perros guía o de asistencia para personas ciegas y niños autistas.

Para cumplir con sus funciones, estos perros deben compartir un año de convivencia con las llamadas familias socializadoras.

Durante su rol de socializadora, Ana Clara se encargó de que Cooper conociera la mayor cantidad de lugares y sensaciones posibles, incluyendo supermercados, viajes en ómnibus y taxis, espacios públicos y privados, entre otros. Cooper la acompañó las 24 horas del día, al trabajo y a sus clases en facultad.

Luego de doce meses de socialización, en diciembre de 2016 Cooper fue devuelto a la Escuela Integral de Perros de Asistencia y Terapia FUNDAPASS, para ser adiestrado por los instructores de la escuela durante seis a ocho meses y posteriormente al entrenamiento con quien será, finalmente su compañero de vida.

## Palabras de Ana Clara

*El día lunes 17 de octubre Cooper comenzará una nueva etapa en la Fundación FUNDAPPAS, la de su entrenamiento específico con las especialistas correspondientes para prepararse como perro guía o de asistencia para niños con autismo; por lo cual dejará de formar parte de mi vida cotidiana y por lo tanto del Centro de Atención Telefónica.*

*Desde el primer día que llegamos con Cooper al CDT nos trataron con muchísimo cariño y respeto en relación a los cuidados del peque-*

*ño, ya que no debemos caer en la tentación de romper las reglas de entrenamiento, pero los compañeros lo entendieron perfectamente e hicieron que la estadía con Cooper fuera súper cómoda, con mucho aprendizaje y muchos mimos de por medio.*

*No me queda más que agradecer a la empresa por sumarse a mi proyecto de socializadora, permitiéndome concurrir al establecimiento con él; a Nicolás (Gerente de Operaciones Delivery & E-Commerce) por su confianza y apoyo; a Lucía (Encargada de Centro de Atención Telefónica) por su paciencia ya que siempre estaba dispuesta a arreglar mis horarios en torno a las clases con Cooper y a las nanas del mismo, ya que es un cachorro, y requiere cuidados como los requiere un niño.*

*Y un GRACIAS ENORME a mis compañeros que siempre, siempre estuvieron al pie del cañón en todo, que sin dudar puedo decir que fueron uno de mis pilares fundamentales en esto, dentro y fuera del horario laboral, porque*

*no faltaron juntas, mensajes de textos cuando Cooper enfermaba y enojos cuando me ocurrían situaciones indignantes en lo cotidiano con el peque. Y GRACIAS a los compañeros de la sucursal 11 y 20 por siempre mimarlo.*

*Saludos de Ana Clara y Cooper*



Ana Clara Brian y Cooper



# 5

## Resultados y objetivos 2017

Resultados

Encuesta de clima laboral 2016

Conclusiones sobre los resultados obtenidos

Objetivos 2017





# Resultados

## Crecimiento de ventas

	2014	2015	2016
<b>Unidades</b>	17,3%	14,2%	11,54%
<b>Ventas</b>	21,16%	23,48%	20,8%
<b>Ventas en dólares</b>	6,67%	9,36%	10,19%

## Evolución del peso de ventas de días jueves y domingo sobre ventas totales en Unidades (UDS) y Pesos (\$U)

	2013	2014	2015	2016
<b>Peso de martes en UDS</b>	14,62%	13,66%	13,16%	13,75%
<b>Peso de jueves en UDS</b>	14,33%	17,21%	20,57%	15,72%
<b>Peso de domingo en UDS</b>	12,22%	11,8%	12,41%	15,69%
<b>Peso de martes en \$U</b>	14,85%	13,8%	13,17%	13,68%
<b>Peso de jueves en \$U</b>	14,40%	17,07%	20,84%	15,43%
<b>Peso de domingo en \$U</b>	11,55%	11,33%	12,12%	16,37%

## Evolución % de venta con Farmacard sobre total de ventas

2013	2014	2015	2016
53,43%	72,38%	84,93%	87%

## Evolución de sucursales

2014	2015	2016
92	98	98

## Evolución de m<sup>2</sup> de sucursales

	2014	2015	2016
<b>Metros cuadrados</b>	7,514	8,443	9,094
<b>Evolución %</b>		12,4%	7,7%

## Evolución de rotación y ausentismo (%)

	2014	2015	2016
<b>Rotación</b>	5,9%	3,9%	3,3%
<b>Ausentismo</b>	5,8%	4,7%	5,6%

## Cantidad de proveedores activos

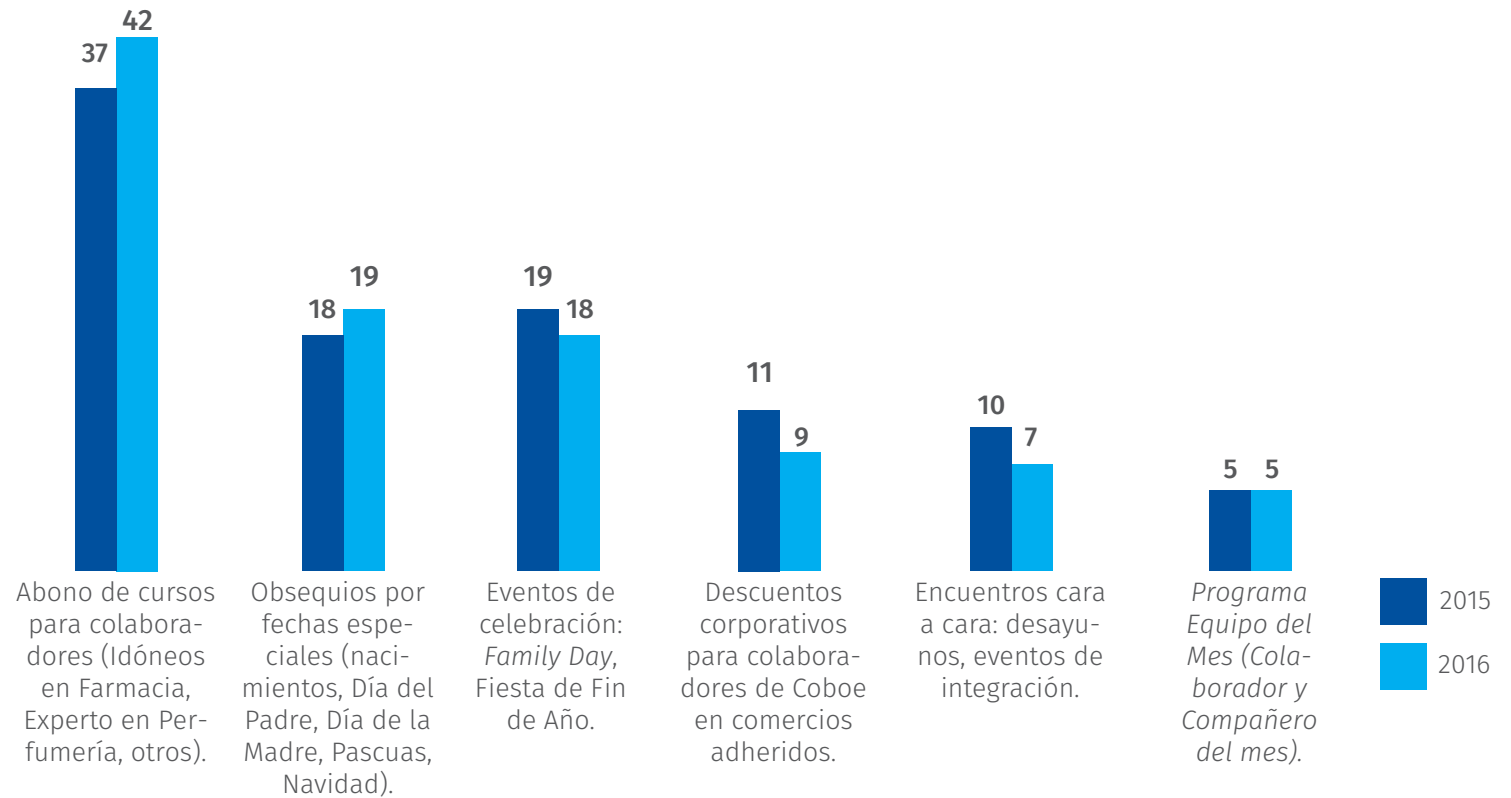
	2014	2015	2016
<b>Cantidad de proveedores</b>	288	334	345
<b>Evolución %</b>		16%	3,3%

# Encuesta de clima laboral 2016

## Participación de colaboradores en la encuesta

	Respuestas
2014	750
2015	959
2016	968

## Beneficios seleccionados 2016 vs 2015



Encuestados  
por cargo

Encuestados  
por antigüedad

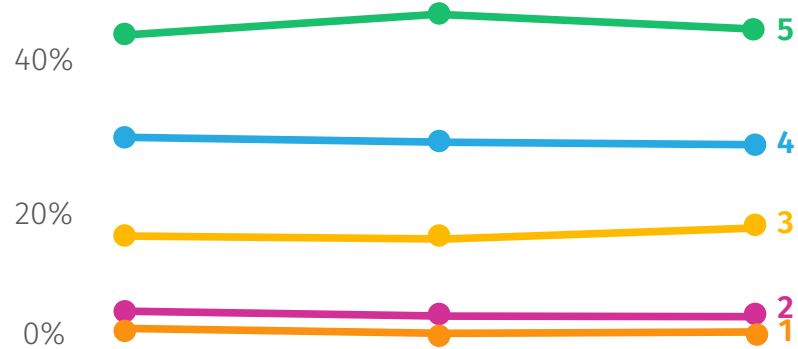
Encuestados  
por sexo

Encuestados  
por área

Encuestados  
por edad



### Evolución de resultados



Equipo de supervisores

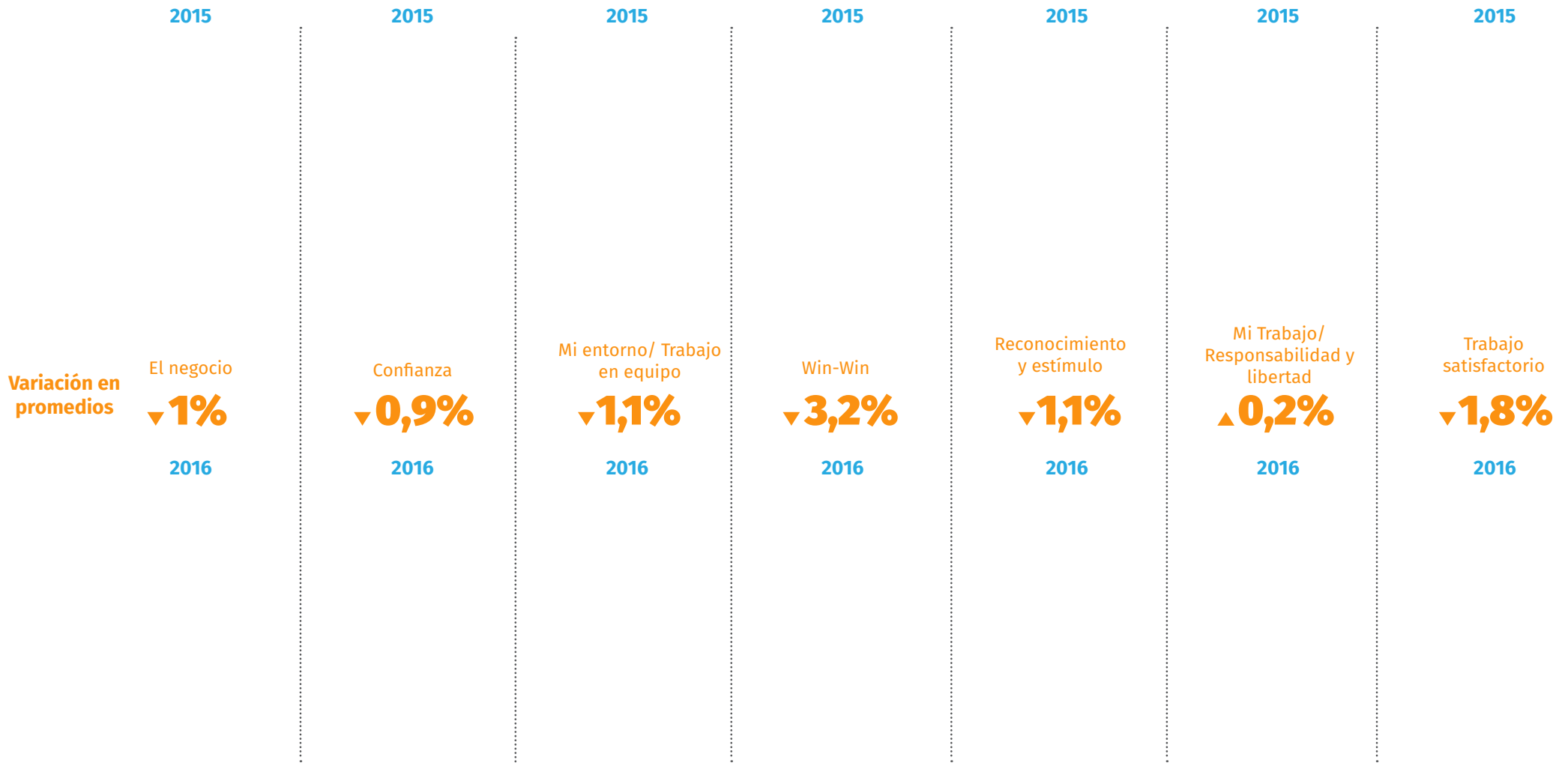
### Variación en cantidad de respuestas con respecto a 2015



### Comparativo por dimensión de pregunta

■ Valoraciones favorables y muy favorables

■ Valoraciones neutrales y negativas





## Resumen por lugar de trabajo

	Cantidad de encuestados	Cantidad de sucursales	Respuesta promedio*
Sucursal	787	87	4,0
Oficina central	75	8	4,4
Centro de Distribución	50	1	3,6
Central de Desborde	31	1	3,8
Puntoshop	20	4	3,9
OM	5	1	4,9

\*Sobre un máximo de 5

## Promedio de respuestas por grupo

Por antigüedad	El negocio	Mi entorno	Mi trabajo
Menos de 1 año	4,1	4	4,1
Menos de 5 años	4	3,9	4,1
Menos de 10 años	4,2	4,1	4,3
Más de 10 años	4,4	4,3	4,4
<b>Por edad</b>			
37 años o menos	4	3,9	4,0
54 años o menos	4,3	4,2	4,3
Entre 38 y 53 años	4,4	4,3	4,4

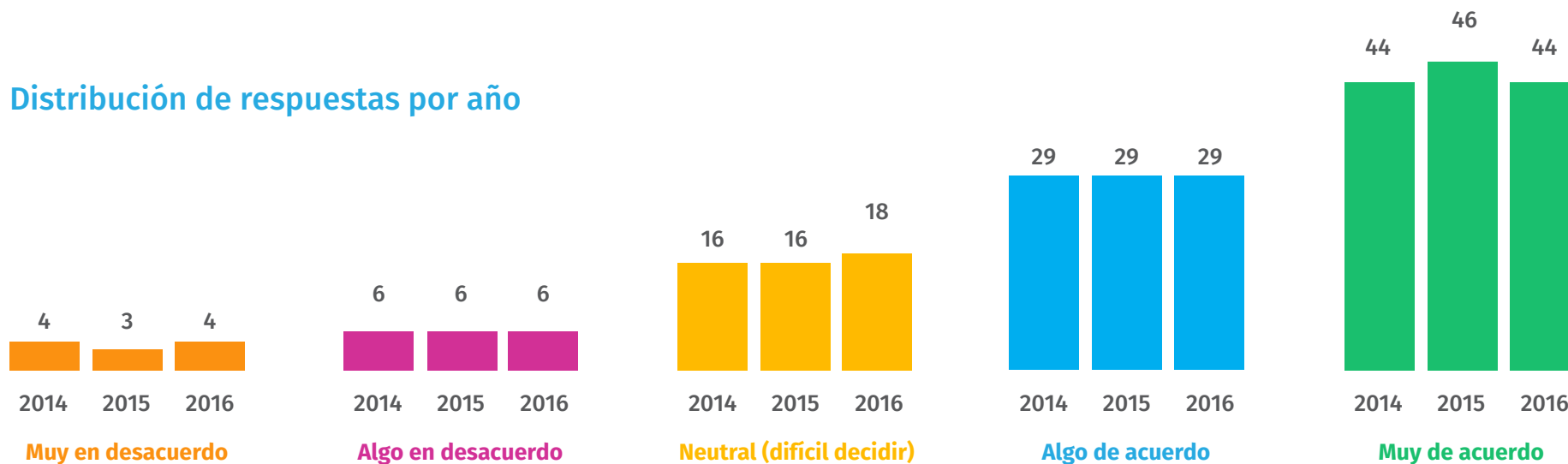
## Cantidad de encuestados

Por antigüedad	Cantidad de encuestados
Menos de 1 año	222
Menos de 5 años	523
Menos de 10 años	147
Más de 10 años	42
<b>Por edad</b>	
37 años o menos	789
54 años o menos	43
Entre 38 y 53 años	136

## Resumen por año

	2014	2015	2016
<b>Encuestados</b>	750	959	968
<b>Respuesta</b>	4,0	4,1	4,0
<b>Mediana Respuesta</b>	4,0	4,0	4,0
<b>Varianza Respuesta</b>	1,2	1,1	1,2

## Distribución de respuestas por año



# Conclusiones sobre los resultados obtenidos



## Unificación de categorías

2014 y 2015	2016
Menos de 25 años	37 años o menos
Entre 25 y 35 años	
Entre 36 y 45 años	Entre 38 y 53 años
Entre 46 y 55 años	
Más de 56 años	54 años o más



# Análisis de resultados

Dimensiones con resultados más favorables:

Confianza

Responsabilidad

Libertad

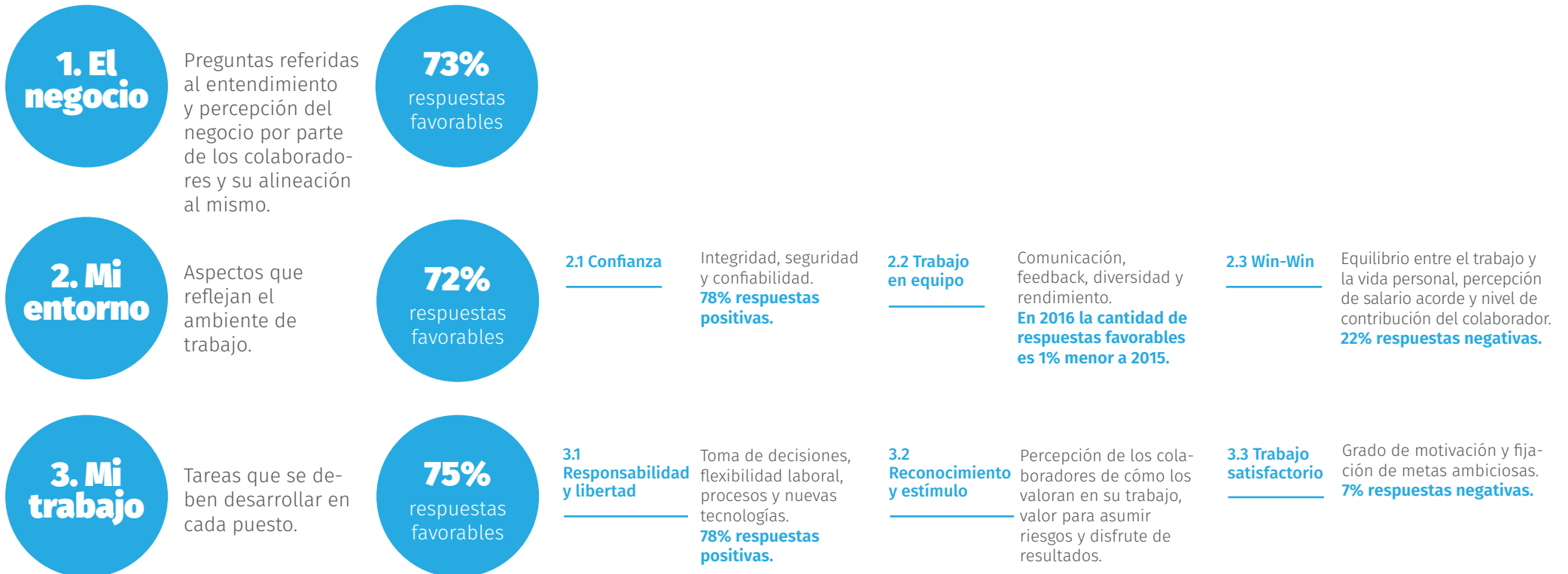
Dimensión con resultados menos favorables:

Win-Win

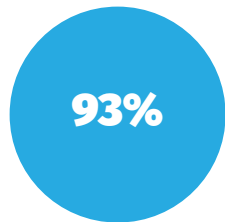


Expertas en Perfumería

## Principales resultados por grupos de preguntas

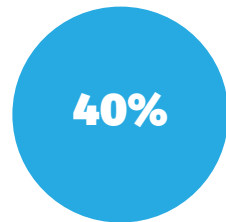


### Mi entorno / Confianza



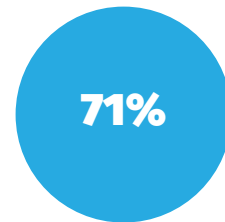
de los encuestados con más de 10 años de antigüedad respondieron favorablemente.

### Mi entorno / Win-Win

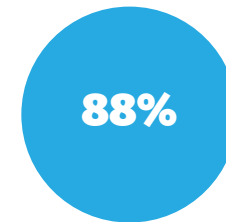


de todos los encuestados contestaron neutralmente.

### El negocio

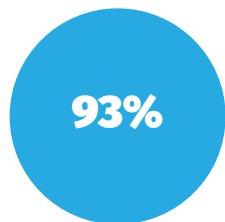


de los colaboradores con entre 5 y 10 años de antigüedad manifestaron en promedio respuestas favorables.

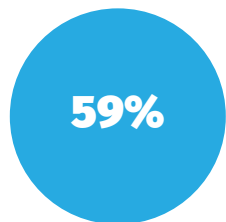


de los encuestados con más de 10 años de antigüedad manifestaron en promedio respuestas favorables.

### Mi entorno / Mi equipo

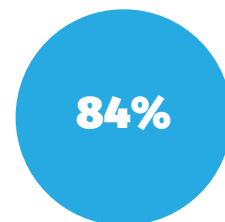


de los gerentes respondieron favorablemente.

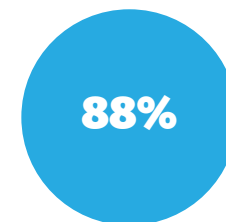


de los colaboradores miembros de equipos respondieron favorablemente.

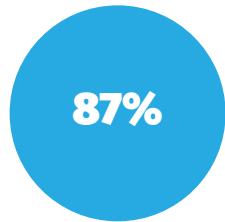
### Mi trabajo / Responsabilidad y libertad



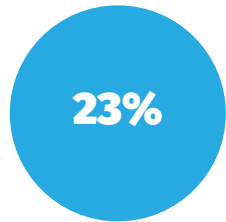
de los encuestados de entre 38 y 53 años reportan promedios de respuesta favorables.



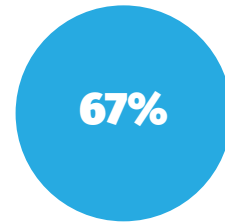
de los encuestados mayores de 54 años reportan promedios de respuesta favorables.



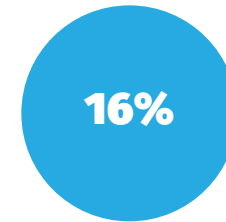
de los Jefes de equipo respondieron favorablemente.



de los miembros del equipo respondieron con una valoración neutral.



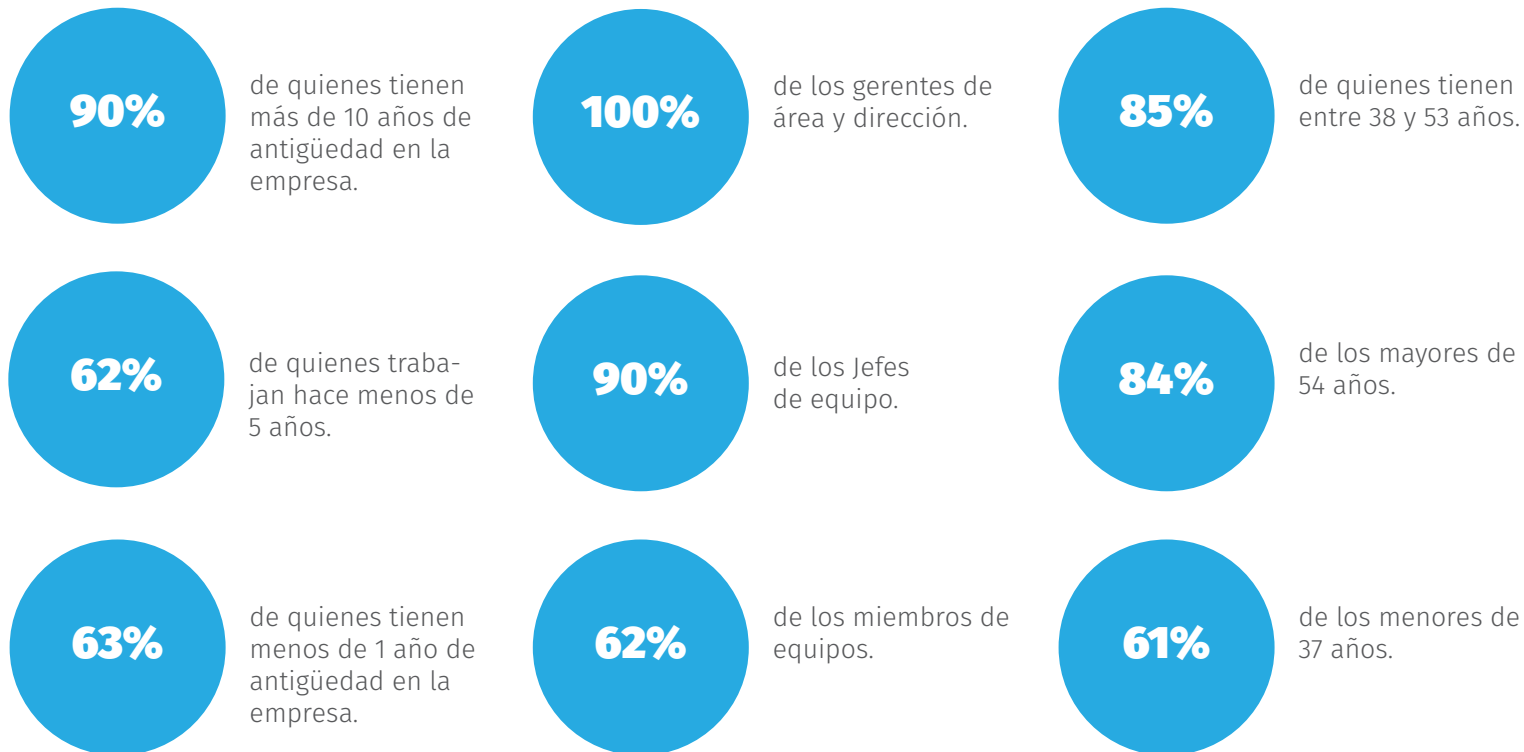
de los encuestados menores de 37 años respondieron favorablemente.



de los encuestados menores de 37 años respondieron neutralmente.

### Mi trabajo / Trabajo satisfactorio

Reportaron respuestas favorables:

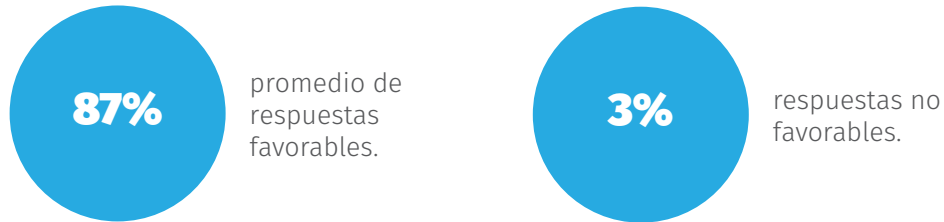


### Aspectos a destacar

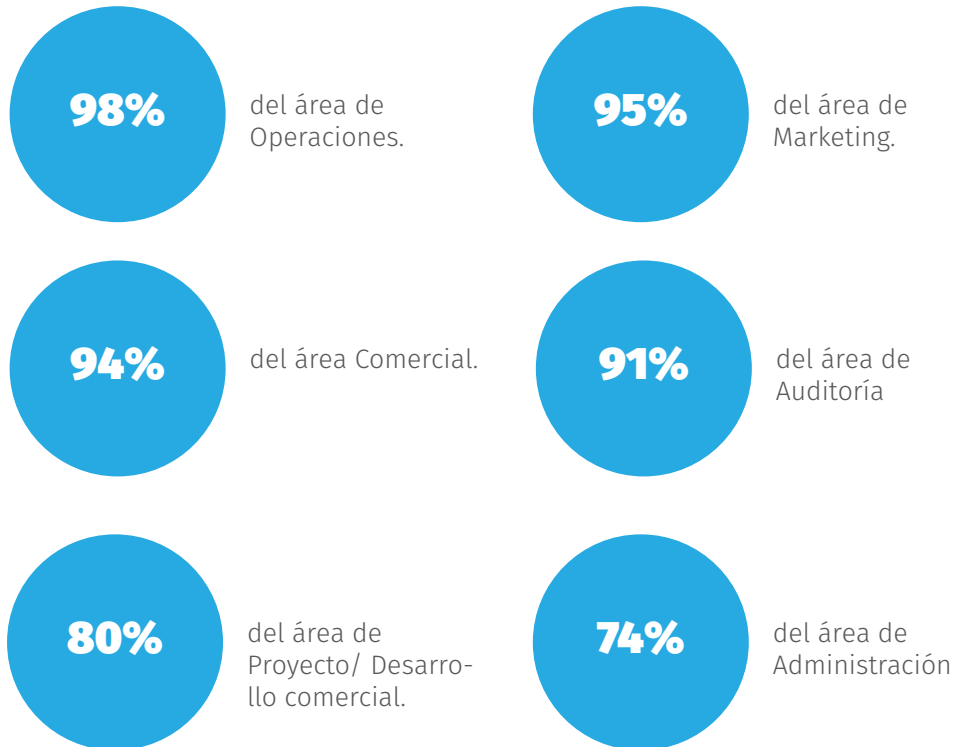
- Notoria mejora en los promedios de respuesta de los gerentes de área y dirección en todas las dimensiones evaluadas.
- Las respuestas negativas en este grupo cayeron del 10% al 3% del 2015 al 2016 y las respuestas neutras presentaron una caída del 14% en el mismo período.
- En los miembros de equipo mejoraron favorablemente las respuestas del subgrupo *Responsabilidad y Libertad*.
- El 83% de los colaboradores de la *generación X* presentó una valoración positiva en promedio.
- Los mayores de 37 años tuvieron el índice más bajo de respuestas positivas.
- Las personas con mayor antigüedad respondieron con valoraciones más positivas.

## Principales resultados por áreas de trabajo

### Oficina central



### Áreas de oficina central con respuestas en promedio favorables



### Sucursales con mayor índice de respuestas favorables



### Comentarios positivos

- Agradecidos y orgullosos de trabajar en Coboe.
- Satisfacción por el trabajo en equipo y el entendimiento entre colegas.
- Visión muy positiva respecto a los líderes.
- Oportunidades de desarrollo (capacitaciones) y beneficios corporativos.

# Objetivos 2017

En Farmashop desarrollamos estrategias concretas para alcanzar objetivos que satisfagan a todas las partes y nos permitan crecer a largo plazo.

Un modelo de negocio sólido garantiza un rumbo común y facilita la toma de decisiones ágiles en el trabajo cotidiano, permitiendo desarrollar estrategias adecuadas para alcanzar los objetivos trazados.

## Hacia nuestros colaboradores

- Continuar generando posibilidades de acceso a la educación formal, que permitan profesionalizar todas las posiciones de la compañía.
- Implementar la evaluación de desempeño de los colaboradores con sistema de gestión por competencias.
- Elaborar un programa de beneficios corporativos *inhouse* que permita cubrir las demandas de los colaboradores.
- Generar nuevas instancias de integración e intercambio horizontal y verticalmente.
- Adecuar el reglamento interno de la compañía en función de las necesidades de seguridad e higiene y de las demandas de nuestros colaboradores y clientes.
- Trabajar junto a los mandos medios, jefes y gerentes en base a los resultados de la encuesta de clima laboral 2016.
- Optimizar nuestros canales de comunicación interna
- Formalizar el establecimiento de una política de puertas abiertas.
- Desarrollar el programa de reconocimientos e incentivos.
- Finalizar la colocación de una red contra incendios en el Centro de Distribución.
- Mejorar la infraestructura a nivel de red en sucursales, Centro de Distribución y oficinas.
- Actualización de capacitación sobre primeros auxilios.

## Hacia nuestros stakeholders

- Ampliar los servicios apostando al comercio electrónico, al pago de facturas y al retiro de efectivo en sucursales.
- Mejorar nuestro sistema de envíos a domicilio.
- Incorporar el *Pick-Up* como nueva modalidad de retiro de pedidos para nuestros clientes.
- Continuar ofreciendo al cliente una experiencia de compra satisfactoria mediante la constante innovación.
- Reformas de sucursales de Farmashop, Puntoshop y OM.
- Continuar la expansión de Farmashop, Puntoshop y OM en todo el país.
- Implementar nuevas acciones de Marketing que nos permitan llegar a 1.000.000 de clientes fidelizados.
- Generar nuevas alianzas y campañas de colaboración con las organizaciones elegidas por los colaboradores.
- Involucrarnos en nuevas acciones de compromiso social y medioambiental.
- Crear nuevas unidades de negocio y renovar las actuales.
- Incorporar servicios a OM.
- Generar mayor valor de marca, vendiendo una gran variedad de productos y servicios con los estándares más elevados de calidad y mediante una atención integral.
- Perfeccionar los recursos del Centro de Atención Telefónica e incorporar nuevas plataformas de atención y venta.
- Mejorar nuestra base de datos de clientes y la gestión de la misma, capturando información de perfiles que puedan traducirse posteriormente en acciones directas a segmentos-clusters.
- Gestionar ante socios estratégicos (agencias de viajes, aerolíneas, otros) la posibilidad de que nuestros clientes puedan canjear *Farmapuntos* por sus productos y servicios.
- Acercarnos a nuestros colaboradores y clientes a través del uso de las últimas tecnologías (*U-learning*, redes sociales, Intranet) y enfoque en las últimas tendencias (encuentros cara a cara, talleres, mesas de diálogo, programas, reconocimientos).
- Continuar liderando desde la autenticidad, transparencia y comunicación.



Colaboradores de oficina







## Memoria Anual 2016 Farmashop Segunda edición

### Redacción y edición de contenidos:

Florencia Blanco y Clarisa Gorozurreta | Área de RSE & Comunicación de Farmashop.

### Diseño y maquetación: Estudio Macarrón

Las fotografías fueron tomadas por Farmashop y son de su propiedad.

### Corrección y estilo: María Noel Melgar.

### Fecha de publicación: julio 2017.

Farmashop. Todos los derechos reservados. Queda rigurosamente prohibida, sin autorización escrita de la compañía, bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción total y/o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento.

Avenida Bolivia 1381 | Centro de Distribución: Cno. Carrasco 7055 esq. Cooper.

☎ 2848 4848

[www.farmashop.com.uy](http://www.farmashop.com.uy) | [www.puntoshop.com.uy](http://www.puntoshop.com.uy)

