

MEMORIA ANUAL 2018

 **farmashop**
la tienda

 **farmashop**



farmashop





Índice

1

NUESTRA EMPRESA

- Líder en farmacias del país
- Historia
- Más de 90 sucursales
- El equipo gerencial

2

DESARROLLO DE CAPITAL HUMANO

- Datos demográficos
- Programas de empleo
- Captación de talento
- Política de capacitación
- Profesionalización de la fuerza de ventas
- Formación presencial
- Ranking de capacitación
- Apuesta al talento
- Comunicación interna
- Feedback directo
- Política salarial 2018

3

LIDERAZGO

- Visión comercial
- Líderes en sucursales
- Líderes en propuestas de valor
- Líderes en todos los canales
- Más comunicación con el cliente
- OM by Farmashop

4

EXCELENCIA EN LA ATENCIÓN

- Área Experiencia al Cliente
- Programa Mystery shopper
- Atención Farmacéutica

5

MEJORA CONTINUA

- Procesos y Auditoría
- Tecnología
- Delivery
- Logística y distribución

6

NUESTRO COMPROMISO

- Calidad de vida laboral
- Compromiso y apoyo a la comunidad
- Protección del medio ambiente
- Beneficios para colaboradores
- Programa de reconocimientos e incentivos
- Política de Seguridad y Salud Ocupacional
- Donaciones de mercadería
- Capacitación y programas laborales

7

RESULTADOS Y OBJETIVOS

- Resultados 2018
- Encuesta de clima laboral

Palabras del director general

Martín Sarrosal
Director General

Farmashop continúa liderando la transformación del retail moderno en Uruguay, en base a una propuesta diferencial.

Tenemos el principal *foot print* de conveniencia, con presencia en 10 de los principales departamentos de Uruguay, manteniendo un crecimiento sostenido mediante la renovación y optimización de sucursales, ofreciendo la más amplia variedad de productos y servicios.

Trabajamos continuamente para alcanzar uniformidad y un alto estándar de servicio en infraestructura y presentación de todos los locales, para brindar a nuestros clientes y colaboradores, espacios confortables y modernos.

Nuestro programa de fidelidad se encuentra en continua expansión, captando nuevos socios y reconociendo a los más frecuentes, buscando satisfacer siempre sus necesidades. Marcamos tendencia en nuestra propuesta de valor, incorporando servicios adicionales que brindan la facilidad al cliente para encontrar todo lo que necesita en un solo lugar.

Brindamos posibilidades a nuestros colaboradores de desarrollar su perfil profesional dentro de la compañía, a través de programas de capacitación y planes de carrera. Desarrollamos planes de acción, para mejorar la calidad de vida laboral, promoviendo beneficios e incentivos para colaboradores, así como el desarrollo de acciones de compromiso social y medioambiental.

Este año, implementamos el mayor cambio tecnológico, mediante el desarrollo de un nuevo sistema ERP y planificador de demanda. Este exitoso proyecto, brinda herramientas de tendencia mundial a todas las áreas, optimizando y perfeccionando nuestros procesos, para obtener a futuro un sistema de omnicanalidad transversal a toda la compañía.

Asumimos el desafío de seguir buscando nuevas y mejores posibilidades, para fortalecer nuestro compromiso con colaboradores y clientes, manteniendo el liderazgo en la promoción de salud y bienestar.



“

“Marcamos tendencia en nuestra propuesta de valor, incorporando servicios adicionales que brindan la facilidad al cliente para encontrar todo lo que necesita en un solo lugar”



NUESTRA EMPRESA

1

Líder en farmacias del país
Historia
Más de 90 sucursales
El equipo gerencial

Líder en farmacias del país

En 1998 surge Farmashop, un nuevo concepto de farmacia de la mano del exgerente general de la cadena de supermercados e hipermercados Devoto Hermanos. La propuesta incorpora artículos de perfumería, cosmética y cuidado personal e higiene al modelo de comercialización del rubro, como forma de innovar en el mercado farmacéutico uruguayo.

Misión

Ser la empresa líder en salud, bienestar y cuidado personal, trabajando con responsabilidad,

Visión

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



Nuestros valores



Integridad



Vocación de servicio



Trabajo en equipo

98

puntos de venta

+1400

colaboradores en Farmashop

2000m²

tiene el centro de distribución



En el 2013, Farmashop pasa a formar parte del grupo inversor Linzor Capital Partners, lo que le permitió incorporar grandes diferenciales al negocio: se añadieron góndolas extensas para exhibir más productos, se capacitó al personal para un asesoramiento profesional de calidad, se extendieron los horarios de atención a domicilio y se apostó a un excelente servicio de entrega a domicilio.

Hoy Farmashop se ha posicionado como la cadena de farmacias líder del país.



Hitos

Creación de Farmashop de la mano del exgerente general de la cadena de Devoto Hermanos. Adquiere tres farmacias del Grupo Exxel, ubicadas en Sayago, Pando y Piriápolis.

NACE FARMASHOP

1998

Se inauguraron las dos nuevas farmacias en estos barrios.

POCITOS Y PRADO

2000

Traslado de Farmashop 11 de La Blanqueada a un nuevo local de 200 m2. Se crea el primer Centro de Distribución y se inauguran tres nuevas farmacias.

REESTRUCTURA Y TRES NUEVAS ADQUISICIONES

2002

A seis años de su surgimiento, Farmashop ya se consagra como la primera y mayor cadena de farmacias uruguayas. Durante ese año incorporó cuatro nuevas sucursales.

PRIMERA CADENA DE FARMACIAS

2004

Se inaugura Farmashop 3 como una megafarmacia. Se traslada el Centro de Distribución a un nuevo local que duplica en tamaño al anterior. Se incorporan cuatro nuevas farmacias.

MÁS FARMASHOP, MÁS CALIDAD DE VIDA

2006

Se suman dos nuevos barrios con sucursales: Larrañaga y Brazo Oriental. Se superan las cuarenta sucursales. Se lanza Farmacard, primera tarjeta de beneficios para los clientes.

LA APUESTA A MÁS

2008

1999

TRES FARMACIAS NUEVAS

La cadena comienza a expandirse en Montevideo y el interior.

2001

CONTINÚA LA EXPANSIÓN

Se inauguran tres nuevas sucursales.

2003

UN AÑO DE DESAFÍOS

Luego de la crisis del 2002, Farmashop, lejos de retraerse, continuó consolidándose como cadena, con dos nuevas sucursales.

2005

CRECIMIENTO SOSTENIDO

La cadena sigue creciendo y suma tres nuevas farmacias.

2007

MÁS DE 30

Farmashop supera las treinta sucursales y adquiere una cadena de ocho farmacias. Se inaugura la megafarmacia Farmashop 20.

2009

COMPRAS GRATIS

Los clientes pueden realizar compras gratis con farmapuntos, del programa Farmacard. Farmashop cuenta con 48 sucursales en el país.



Hitos

Se construye la primera sala de capacitación y se traslada el Centro de Distribución a un local de 2000 m² que abastece a las 65 sucursales actuales.

CRECIMIENTO INTERNO

2010

Se abren nuevas farmacias en Sayago, Capurro, Carrasco y Punta Gorda. Se inauguran las farmacias 75 y 76 en Punta del Este.

NUEVOS BARRIOS

2012

Se instaura el jueves como día de grandes descuentos y promociones. Se lanza el programa de empleo para *Mamás, Tías y Abuelas*. Se remodelan 14 farmacias.

NUEVAS PROPUESTAS

2014

Se lanza la tienda online de Farmashop y se inaugura la tienda oficial en Mercado Libre. Se abren nuevas sucursales de Puntoshop en Maldonado y Pando y dos de OM by Farmashop en Montevideo. Se presenta una plataforma online para capacitar a los colaboradores.

RENOVACIÓN DIGITAL

2016

2011

CAPACITACIÓN Y EXPANSIÓN AL ESTE

Se crea una sala de capacitación con cupo para sesenta personas en Farmashop 28. Se inauguran tres farmacias en Maldonado.

2013

CAMBIO DE FIRMA Y NUEVOS DEPARTAMENTOS

Farmashop pasa a formar parte de la firma Linzor Capital Partners. Supera las 92 sucursales al sumarse nuevos departamentos. El Poder Ejecutivo emite un decreto que limita el crecimiento en número de sucursales.

2015

MÁS INICIATIVAS

Se renuevan 29 sucursales. Se crea un plan de beneficios para los clientes con más de 60 años. Se instaura el domingo como día de ahorro en medicamentos. Se crea el Centro de Derivación Telefónica. Se inauguran tres sucursales de OM by Farmashop.

2017

NUEVA INFRAESTRUCTURA

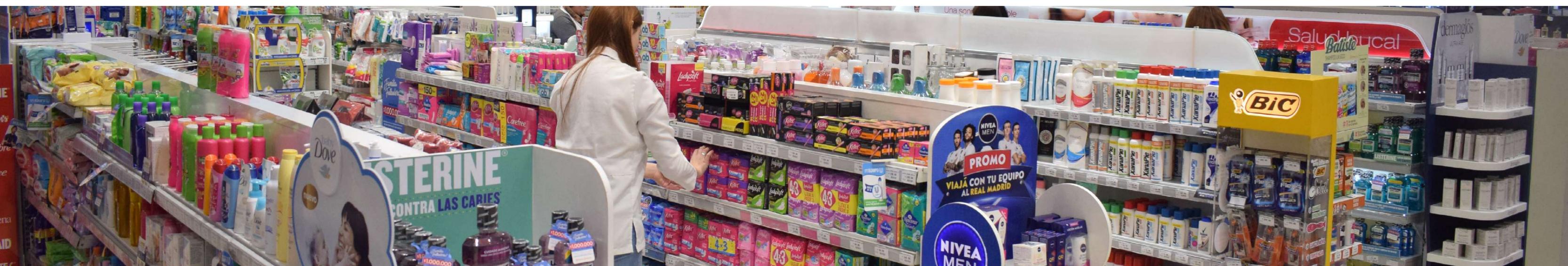
Inauguración de un centro logístico de delivery. Implementación del nuevo WMS, un sistema WIS en el Centro de Distribución de Camino Carrasco y luego en el centro de canjes y suministro de insumos. Om by Farmashop obtuvo la certificación ISO 9001: 2015.

2018

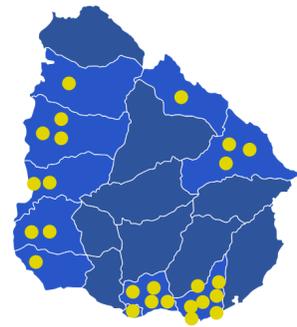
Nuevos proyectos

Luego de dos años de trabajo, el 1 de noviembre concretamos el Go Live del proyecto cambio de ERP (Enterprise Resource Planning) y DP (Demand Planning).

Alcanzamos las 98 sucursales en 10 departamentos: Canelones, Cerro Largo, Colonia, Maldonado, Montevideo, Paysandú, Río Negro, Rivera, Salto y Soriano.



98 sucursales



65 en la capital
33 en el interior

19 con delivery
16 con delivery



23 MEGAS | 5 GRANDES

28 abiertas
24 horas

31 MEDIANAS | 39 CHICAS

5 centros OM by Farmashop
1 centros de conveniencia PuntoShop

1 Centro de atención telefónica que nuclea todas las llamadas

6 nuevas sucursales en 2018



**tienda online
y tienda oficial
en Mercado libre**



Nuestros gerentes

¿Cómo contribuyen sus áreas a la organización?



Roberto Acosta
 Director de Recursos Humanos
 Promovemos el desarrollo personal y profesional de nuestros colaboradores en todos los niveles, para lograr ser una compañía competitiva en el rubro y que permanentemente marque tendencia en todas las áreas.



Matías López
 Director Comercial
 Diseñamos y gestionamos la estrategia comercial enfocada en el bienestar de nuestro cliente. Generamos valor agregado en la experiencia de compra, ofreciendo la más amplia e innovadora variedad de productos y servicios. Optimizamos y desarrollamos nuevos canales de venta y atención, en el marco del fortalecimiento de las alianzas con nuestros socios comerciales.



Leticia Caligaris
 Gerente Técnico de División Farmacéutica
 Optimizamos las prácticas de almacenamiento y dispensación de medicamentos, para asegurar un resultado confiable y exitoso. Brindamos asesoramiento a nuestros usuarios y colaboradores, para alcanzar un servicio con los más altos estándares de calidad. Ofrecemos a nuestros usuarios la posibilidad de realizarse exámenes de salud en nuestras sucursales.



Miguel Rossi
 Gerente de Tecnología
 Optimizamos nuestra infraestructura para incorporar nuevas tecnologías y desarrollamos estrategias de contenido multicanal para mejorar la experiencia de clientes y colaboradores.



Sofía Centurión
 Gerente de Administración y Finanzas
 Garantizamos la disponibilidad de recursos financieros para la operativa y nuevos proyectos. Generamos información para el entendimiento, y apoyamos analíticamente a los sectores para la toma de decisiones estratégicas.



Carlos Carneiro
 Gerente de Operaciones
 Nuestro objetivo principal se centra en asegurar a nuestros clientes una excelente experiencia de compra, dentro de un entorno agradable, con la mayor oferta de productos y servicios, manteniendo nuestros locales dentro de los más altos estándares de calidad. Para lograr concretar estos objetivos contamos con equipos de trabajo especializados en distintas áreas que refuerzan nuestra propuesta de valor.



José Ignacio Mignone
 Gerente de Logística y Distribución
 Garantizamos la disponibilidad de productos en nuestras Farmacias para satisfacer las necesidades de nuestros clientes. Brindamos soporte operativo ante las nuevas propuestas y tendencias comerciales.



Macarena Zargazazú
 Gerente de Marketing
 Analizamos el comportamiento del mercado y de nuestros clientes para luego captarlos, retenerlos y fidelizarlos a través de la satisfacción de sus necesidades. El área de marketing colabora en la implementación de la estrategia de la compañía para poder alcanzar los objetivos trazados.



Malena Vergara
 Gerente de Procesos y Auditoría
 Diseñamos procesos y definimos las mejores prácticas para que nuestras actividades sean sistemáticas, eficientes y aseguren la satisfacción de nuestros clientes. Mediante auditoría interna realizamos una actividad independiente y objetiva de aseguramiento y consulta, concebida para agregar valor y mejorar los procesos mediante la evaluación continua de su cumplimiento.

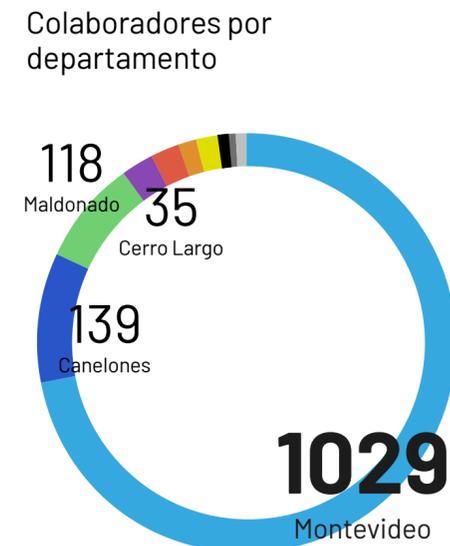
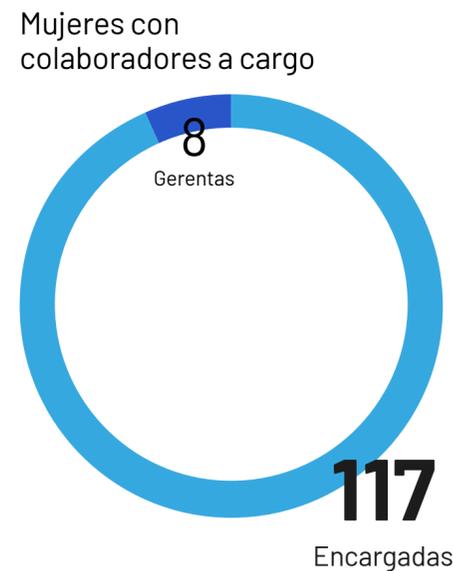
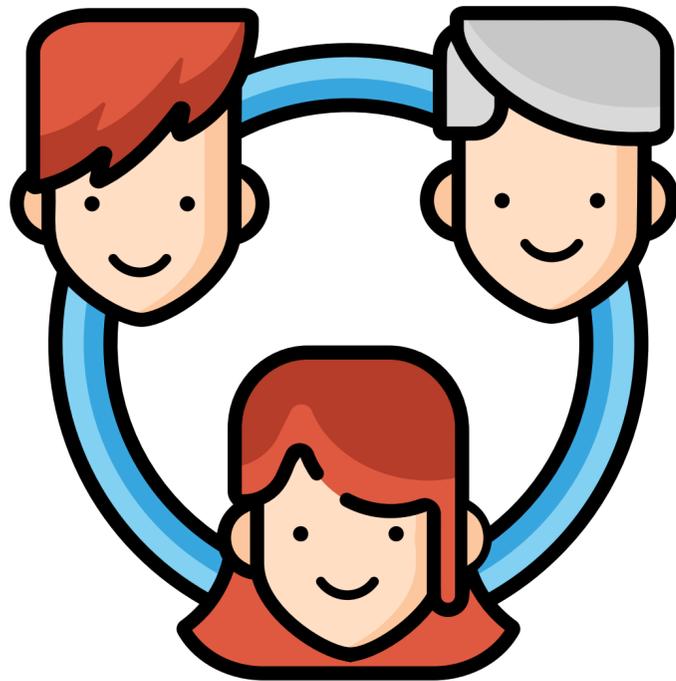


DESARROLLO DE CAPITAL HUMANO

2

Datos demográficos
Programas de empleo
Captación de talento
Política de capacitación
Profesionalización de la
fuerza de ventas
Formación presencial
Ranking de capacitación
Apuesta al talento
Comunicación interna
Feedback directo
Política salarial 2018

Datos demográficos



- 30 en **Paysandú**
- 22 en **Soriano**
- 21 en **Río Negro**
- 12 en **Rivera**
- 11 en **Salto**
- 8 en **Colonia**

Programas de empleo

¡Oportunidades para todos!

El desarrollo del capital humano es uno de nuestros pilares. Generamos oportunidades para quienes tienen un gran potencial, pero, generalmente, no logran calificar dentro de los formatos tradicionales de selección. Creamos los programas *Primer Empleo*, *Mamás, Tías y Abuelas* y *Empleo Inclusivo*.

Generamos alianzas institucionales y brindamos oportunidades de pasantía y/o empleo a jóvenes en coordinación con la Fundación Bensadoun Laurent, Liceo Impulso, Fundación Forge y Gurises Unidos.



Mamás, Tías y Abuelas

El programa está dirigido a mujeres entre 30 y 55 años que buscan la oportunidad de reinsertarse en el mercado laboral. Su experiencia, calidez y compromiso repercuten positivamente en la experiencia de nuestros clientes y suma valor a todo el equipo de trabajo. Estamos convencidos de que nunca es tarde para un nuevo desafío.

Primer Empleo

Está dirigido a jóvenes que se encuentran en la búsqueda de su primera experiencia laboral en el rubro.

Empleo Inclusivo

En acuerdo con la Fundación Bensadoun Laurent promovemos la inclusión en el ámbito laboral de aquellas personas con discapacidad. En 2018, estudiantes de la fundación desarrollaron prácticas como auxiliares en logística en nuestro Centro de Distribución y como administrativos en algunas sucursales.

Gurises Unidos

Compartimos una jornada con jóvenes de Gurises Unidos para presentarles nuestra empresa y proporcionarles algunos tips para entrevistas laborales que favorezcan su inserción a futuro. Proyectamos acciones de formación conjunta de cara al 2019.

Captación de talento

Además de las herramientas de atracción de talento tradicionales (LinkedIn, Buscojobs, portales laborales de las universidades), realizamos reclutamiento a nivel interno.

Marca empleadora

Eventos

Trabajamos activamente en acciones de marca empleadora. Participamos activamente en ferias laborales para darnos a conocer ante potenciales colaboradores.



LinkedIn

Durante el 2018 trabajamos en aumentar la visibilidad de nuestra cultura organizacional a través de LinkedIn, la comunidad de profesionales más importante del mundo.

Utilizamos esta herramienta para desarrollar nuestro atributo de marca empleadora, mediante la búsqueda de potenciales colaboradores en miras de un nuevo desafío profesional, y como canal de encuentro con nuestros actuales colaboradores, clientes y organizaciones.

LinkedIn nos facilita un espacio de intercambio constante con nuestros seguidores en el que compartimos: eventos organizados por las diferentes áreas, reconocimientos y logros de nuestros colaboradores, nuevos proyectos e información de interés.

En el último año tuvimos un crecimiento exponencial en la red y nos ubicamos entre las empresas uruguayas con mayor cantidad de seguidores.

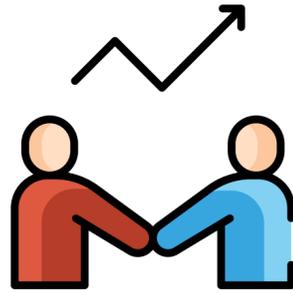


13.2 K Total de seguidores

+4.7 K Seguidores nuevos en 2018

Política de capacitación: blended learning

Realizamos una descentralización para garantizar la igualdad de oportunidades de acceso a las capacitaciones y a los planes de carrera. Implementamos un plan innovador que combina actividades de formación presencial, el uso de plataformas *elearning*, contenidos audiovisuales y horas de práctica en puestos de trabajo. Realizamos una importante inversión para que la tecnología esté al alcance de todos los colaboradores.



Facilitadores

Realizamos una ceremonia de reconocimiento y premiación para los facilitadores. Los destacados del año obtuvieron becas para el curso "Formación de Mandos Medios" en UDE. Debido al éxito del plan, redoblamos la apuesta: definimos un facilitador por sucursal quien se encarga de dar seguimiento a la *performance* del cajero mediante evaluaciones semanales e instancias de feedback.



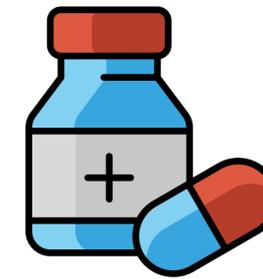
Mentores

Presentamos el Plan Mentores. El rol de mentor es brindar soporte en nuevos proyectos, además de coordinar a los facilitadores de la zona. Realizamos talleres con referentes de las distintas áreas de la compañía y un curso de gramática orientado a la redacción de correos electrónicos profesionales. Organizamos ciclos de reuniones con facilitadores, mentores y supervisores en el marco del lanzamiento del nuevo plan. A lo largo de 2018 los mentores brindaron soporte en las aperturas de las nuevas sucursales en Salto, Rivera, Pando y Las Piedras.



Entorno de capacitación y aprendizaje

ECA es la plataforma de acercamiento a la capacitación y aprendizaje para todos nuestros colaboradores. Incluye cursos internos como: política de calidad (Auditoría y Procesos), protocolo de prevención y control de consumo de alcohol y otras drogas, protocolo de actuación ante situaciones de inseguridad (RRHH), herramientas de venta (Comercial), ordenamiento de descuentos (Marketing), señalización de cajoneras y gestión de vencimientos (Operaciones). También abarca cursos comerciales, de atención farmacéutica, de especialización en farmacia virtual, comerciales y un módulo de ascenso *online* (farmacia, P&C, CDT).



Equipo de Atención Farmacéutica

Nuestro equipo, integrado por expertos Químicos Farmacéuticos, planifica en coordinación con el equipo de Capacitación el calendario de actividades de formación técnica y perfeccionamiento profesional para nuestros colaboradores. Su objetivo es garantizar el uso seguro, responsable, efectivo y eficiente de los medicamentos y dispositivos terapéuticos. Además de las actividades presenciales, realiza diversas actividades de formación *online*.

Profesionalización de la fuerza de ventas



Diseñamos actividades que nos permiten garantizar a nuestros clientes una experiencia de compra de primer nivel. Como compañía apostamos a brindar un servicio de excelencia y para ello trabajamos en coordinación con proveedores internos e instituciones de primer nivel en actividades de formación permanente.

Idóneo en Farmacia

En acuerdo con la Universidad Católica del Uruguay asignamos anualmente becas a nuestros colaboradores con desempeño destacado y potencial de desarrollo. Entre 2013 y 2018 se otorgaron más de 450 becas para el curso de Idóneo en Farmacia. El 85% de los colaboradores egresados ocupa actualmente la posición de vendedor. En 2019 por primera vez el curso será dictado *online*.

P&C

En acuerdo con INFOCE realizamos tres cursos de certificación con un total de 40 becas para colaboradores con interés y expertise en el área. Estas certificaciones fueron en cosmética, maquillaje, fragancia y colorimetría, imagen, ventas y calidad.

En acuerdo con L'Oréal y su École du Luxe (Escuela de lujo), entrenamos a las embajadoras de la marca.

Realizamos la Primera Convención de Expertas como reconocimiento a la participación y asistencia a actividades de capacitación.

Formación presencial

iFarmashop Crece Contigo!

En acuerdo con la Universidad de la Empresa (UDE), brindamos formación técnica profesional a nuestros colaboradores:

- Egresaron ocho colaboradores del curso de Inglés para atención al público.

- Asignamos una beca del 100% para la Licenciatura en Marketing a Catalina Camaño y cuatro becas del 100% para Analista en Recursos Humanos en la Escuela de Desarrollo Empresarial de la UDE. Flavia Colli, Leticia González y Alexandra Ravelli egresaron de este curso.

- Otorgamos una beca del 80% a Lucía Cuadrado para cursar la Licenciatura en Marketing en la UDE de Punta del Este.

- Ariel Chalar, Katriel Colman y Nerio Gil egresaron del curso de Supervisor de Logística y Operaciones.

- Apoyamos en su formación académica de postgrado y maestría a aquellos mandos medios con perfiles profesionales competitivos y de alto potencial. Florencia Blanco egresó del Máster en Dirección en Comunicación.

Centro de Distribución (CD)

Definimos un cronograma de visitas y asignamos un referente dentro del área de Capacitación para trabajar en coordinación con el equipo del centro e involucrar a sus integrantes en el uso de herramientas *elearning*, ECA (Moodle) y definir actividades presenciales de interés.

Creamos una categoría exclusiva para el CD en ECA. En el primer curso hubo un 59% de participación. Se llevó a cabo un curso de manejo de autoelevadores para colaboradores del CD.

En coordinación con Atención Farmacéutica realizamos el primer ciclo de talleres de especialización para colaboradores del CD. Otorgamos 20 becas para el curso de Certificación en Logística Farmacéutica de UDE.

Organizamos actividades como almuerzos y entrega de tablets. En noviembre de 2018 realizamos la ceremonia de reconocimiento y entrega de certificados a los colaboradores que participaron en actividades de formación online y presencial.

Ranking de capacitación

En Farmashop otorgamos reconocimientos a los colaboradores que asisten a capacitaciones no obligatorias. En 2018, además, otorgamos un reconocimiento especial a los encargados en el top 5 del ranking de capacitación.



Apuesta al talento



Formación de mandos medios

Con base en los resultados del proceso de Coaching 2017, diseñamos un curso a medida para encargados y mandos medios. En función de los resultados de la evaluación de desempeño y el interés de los colaboradores asignamos 50 becas. ¡Queremos potenciar a nuestros talentos!

Feedback directo

Encuestas a colaboradores

Desde el 2013 implementamos la encuesta de clima para conocer el nivel de satisfacción de nuestros colaboradores. También aplicamos la encuesta de satisfacción laboral para conocer las necesidades puntuales de los diferentes lugares de trabajo. En 2018 participamos por primera vez de Great Place to Work (GPTW), lo cual nos permitió compararnos con el mercado y conocer nuestro posicionamiento. La información de estas encuestas es el *input* que nos permite planificar la estrategia de Recursos Humanos anualmente.

Reuniones con colaboradores

Somos una compañía de puertas abiertas que promueve la comunicación y el intercambio con los colaboradores. Por ello, realizamos reuniones bimensuales con los encargados y supervisores de las sucursales.

Implementamos periódicamente visitas a las distintas localidades del interior para fomentar el acercamiento y el intercambio, y también para comunicar las últimas novedades.

Comunicación interna



La comunicación interna es estratégica para nuestra compañía, dado que ayuda a motivar a nuestros colaboradores y favorece su participación comprometida. Del mismo modo, nos permite mantenerlos al tanto de nuestras metas, valores, logros y cambios.

Creamos diversas plataformas y herramientas para conectarnos con nuestros más de 1.400 colaboradores en todo el país.

Estrategia de comunicación

Buscamos involucrar a los líderes y a los colaboradores en el proceso de comunicación. Los líderes deben fomentar los canales informales como las reuniones de equipo y encuentros cara a cara para intercambiar ideas y *feedback*.

Nuestros colaboradores son quienes tienen mayor conocimiento de los procesos operativos. Esto les permite proponer ideas creativas a los líderes para la toma de decisiones que impacten de manera directa en su trabajo diario y en la mejora continua de nuestros procesos internos y externos.

Liquidación anual para colaboradores

Realizamos una liquidación de artículos exclusiva para los colaboradores. Durante 10 días, se comercializan productos a precios muy por debajo del valor de venta al público.

Carteleros

Están presentes en los lugares de descanso de cada sucursal y son empleadas para reforzar la comunicación interna al exponer información importante para los colaboradores. Las actualizamos mensualmente y los colaboradores pueden colocar contenidos personalizados (cumpleaños, aniversarios laborales, notas, entre otros).

Cantidad de colaboradores que compraron en la liquidación anual

	Pedidos	Productos	Total \$
2017	1.735	14988	1.167.866
2018	3.168	20456	2.491057,5

Carteleros digitales

Es un vehículo de comunicación innovador que permite presentar información actual y relevante acerca de la organización, novedades de interés, lanzamiento de proyectos, capacitaciones y nuevos beneficios. Permite mostrar todo tipo de formatos y contenidos tanto estáticos como dinámicos.

Instalamos 30 pantallas en diferentes sucursales en zonas de alta circulación de personas. Su principal ventaja es que permiten la transmisión dinámica de contenidos y pueden llegar en tiempo real a todo el 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.



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

Las **visitas totales** son 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.

Una nueva intranet

Para el relanzamiento de la intranet, realizamos un análisis y revisión de los contenidos actuales y encuestamos a los colaboradores acerca del uso y mejoras que realizarían a la página. Mediante la

técnica del *brainstorming*, detectamos aquellas funcionalidades que debían permanecer y cuáles se debían implementar. A partir de las encuestas y entrevistas con usuarios trabajamos en prototi-

pos que permitieron comenzar con la fase de desarrollo. A su vez definimos, entre todas las áreas, creadores de contenido para la actualización permanente del sitio.



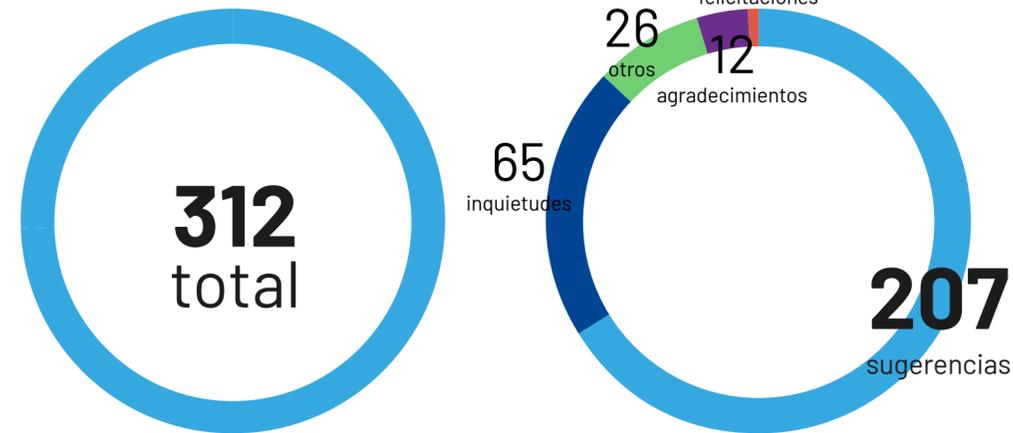
La intranet es el punto de contacto para cualquier gestión y comunicación interna. Permite a nuestros colaboradores localizar información útil y actualizada para el desarrollo de sus tareas, accediendo desde cualquier dispositivo, en cualquier momento y lugar.

Funcionalidades a implementar

- 1 **Perfil de usuario** inicial
- 2 **Workflow** para generar contenido
- 3 Proceso **ABM** de usuarios
- 4 **Notificaciones** iniciales
- 5 **Muro** institucional
(Incluye valoración y *feedback*)
- 6 **Grupos de trabajo** por áreas
| Alojjar contenido definido
- 7 **Búsqueda** inicial
- 8 **Reportes de uso** para generadores de contenido
- 9 **Links** propios / apps más utilizadas
- 10 **Información de sucursales**
| Mapas con información
- 11 **Revisión de contenidos**
| Puntos de venta y servicios
| Encargados y horarios
| Limpieza y migración de datos

Buzón de sugerencias

Cantidad de buzones recibidos en 2018



Este canal de comunicación interna se encuentra disponible en la *intranet* y está abierto a toda la compañía. Permite a los colaboradores expresar con libertad sus opiniones, agradecimientos, sugerencias, dudas o disconformidades.

Todos los buzones reciben respuesta del departamento de Recursos Humanos, con asesoramiento del área que corresponda según cada caso.

En los casos de sugerencias de mejora e iniciativas, evaluamos la posibilidad de implementación con cada área responsable.

Los departamentos que reciben más sugerencias son: Tecnología, Operaciones, Recursos Humanos y Comercial.

Sugerencias implementadas en 2018

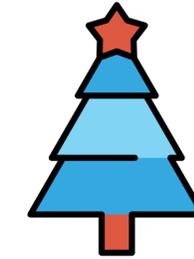
Departamento de Recursos Humanos:

- Descuento en instituciones educativas para cursos.
- Aplicación de encuestas de satisfacción laboral en sucursales.
- Adelanto de fechas de pago de salario en fechas especiales y aguinaldos.
- Recepción de currículums recomendados.
- Propuesta para Farmafest sobre concurso de talentos.
- Escarapela en uniformes para la conmemoración del 25 de agosto.
- Capacitaciones: curso de Inglés; taller sobre cómo actuar ante situaciones de inseguridad en conjunto con el Ministerio de Interior; mejoras en las capacitaciones mensuales de química.



Departamento Comercial:

- Cambio en la forma de premiación por competencia "Un artículo más".
- Sugerencias de artículos para participar de la competencia "Un artículo más".
- Precios de algunos artículos.
- Cambio en la descripción de artículos para facilitarles a los colaboradores del Centro de Distribución su visualización en el sistema.

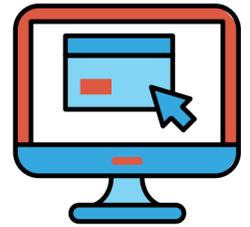


Departamento de Marketing:

- Incorporación de peluches "Farmis".
- Armado de árboles de navidad en las sucursales.

Departamento de Operaciones:

- Medidas de seguridad en sucursales.
- Estacionamiento para mascotas.
- Colocación de reloj en área

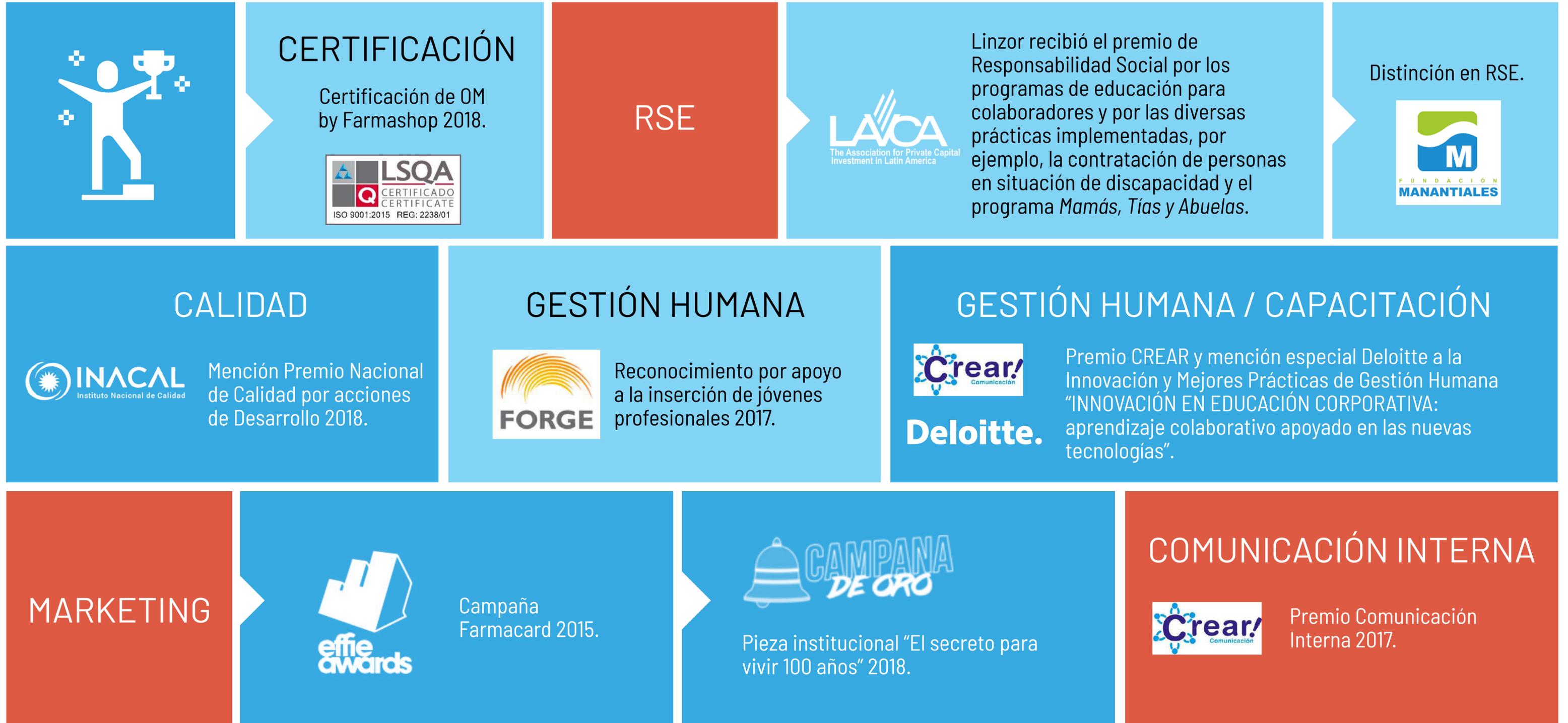


de descanso.

Departamento de Tecnología:

- Eliminación del nombre completo del colaborador en los tickets de venta.
- Mejoras en la plataforma de tomador de pedidos.
- Reducción de papel en la impresión de los tickets, con la opción de envío del comprobante de compra a los clientes en formato digital.
- Transmisión de partidos del mundial en pantallas de ShopTV.

Premios y reconocimientos



CERTIFICACIÓN

Certificación de OM by Farmashop 2018.



RSE



Linzor recibió el premio de Responsabilidad Social por los programas de educación para colaboradores y por las diversas prácticas implementadas, por ejemplo, la contratación de personas en situación de discapacidad y el programa *Mamás, Tías y Abuelas*.

Distinción en RSE.



CALIDAD



Mención Premio Nacional de Calidad por acciones de Desarrollo 2018.

GESTIÓN HUMANA



Reconocimiento por apoyo a la inserción de jóvenes profesionales 2017.

GESTIÓN HUMANA / CAPACITACIÓN



Deloitte.

Premio CREAM y mención especial Deloitte a la Innovación y Mejores Prácticas de Gestión Humana "INNOVACIÓN EN EDUCACIÓN CORPORATIVA: aprendizaje colaborativo apoyado en las nuevas tecnologías".

MARKETING



Campaña Farmacard 2015.



Pieza institucional "El secreto para vivir 100 años" 2018.

COMUNICACIÓN INTERNA



Premio Comunicación Interna 2017.

Política salarial



Contamos con una política de remuneración integral basada en cuatro pilares:

- Reconocimiento del valor del cargo a través de distintas funciones, responsabilidades y competencias.
- Reconocimiento del desempeño y el aporte de los colaboradores para lograr los objetivos de la empresa.
- Competitividad externa en remuneraciones y beneficios tangibles e intangibles dentro de las posibilidades económicas y financieras.
- Cumplimiento del marco normativo laboral vigente.

Esta política complementa nuestra propuesta de valor para atraer, fidelizar y contribuir al desarrollo profesional de nuestros colaboradores, en un ambiente laboral saludable y colaborativo.

Los elementos del sistema de remuneraciones son:

Remuneración fija: tenemos la premisa de ajustarnos a la legislación laboral vigente y de ser competitivos en el mercado, por ello trabajamos con nuestros socios en la implementación anual de encuestas salariales.

Remuneración variable: un porcentaje considerable de colaboradores participan en planes de retribución según los resultados de la compañía. Facilitamos el acceso a nuestras plataformas para que los colaboradores puedan dar seguimiento diario a sus retribuciones y comisiones para otorgar transparencia en la retribución variable.

Gastos de locomoción: abonamos el 100% de los viáticos a los empleados que utilizan transporte durante la realización de sus tareas. También pagamos viáticos a los colaboradores que son facilitadores durante sus capacitaciones.

Beneficios intangibles: son parte de nuestra misión y aportan sentido de pertenencia a la organización. Como parte de estos beneficios, brindamos descuentos importantes en todas nuestras sucursales, garantía de alquiler de la Contaduría General de la Nación, obsequios por días especiales como el Día de la Madre, el Día del Padre, por nacimientos de hijos o el inicio del ciclo escolar o liceal.



LIDERAZGO

3

- Visión comercial
- Líderes en sucursales
- Líderes en propuestas de valor
- Líderes en todos los canales
- Más comunicación con el cliente
- OM by Farmashop

Visión comercial



Somos una empresa líder en salud, belleza y cuidado personal y del hogar.

Nuestras propuestas comerciales tienen un valor agregado tanto en la selección de proveedores y productos como en la incorporación de servicios para nuestros locales y tienda online.

Incentivamos el crecimiento profesional de nuestro equipo por medio de capacitaciones presenciales y virtuales en torno a los nuevos productos y servicios de la compañía.



Líderes en sucursales

Para brindar la mejor experiencia de compra a todos los departamentos del país, este año incorporamos nuevas sucursales en las ciudades de Rivera y Salto.

La superficie total de nuestras sucursales se incrementó un 16% en m² de exhibición. Esto nos permitió incorporar nuevas categorías de productos y rediseñar cada sector con una óptima señalización.



Sector Farma Hogar

Destinamos un espacio específico en el salón de venta para los productos de decoración y hogar.



Sector bebé y niños

Incorporamos a esta área un espacio infantil con decoración y juegos para los niños.



Sector Farma Natural

Creamos un espacio diferenciado para exhibir productos naturales, orgánicos, aptos para celíacos, diabéticos y alimentos saludables en el marco de nuestro programa "Farmashop te cuida".



Sector limpieza

Seleccionamos los productos para esta categoría según la demanda de nuestros clientes y con precios competitivos.



Sector selectivo

Ambientamos este sector destinado a las categorías de prestigio con una iluminación especial acompañada de muebles, islas y linearios innovadores.

Líderes en propuesta de valor

Continuamos con la ampliación de nuestro surtido de productos en las categorías de destino y rutina, con marcas selectivas cada vez más presentes en los puntos de venta de todo el país.

Profundizamos nuestra estrategia "Todo en un solo lugar" a través de las siguientes acciones y servicios:



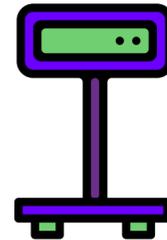
Stock de medicamentos

Disponibilidad en todas las farmacias para entrega inmediata o mediante una gestión personalizada, cuando se trata de medicamentos de alto costo.



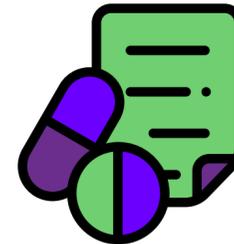
Servicio de Atención Farmacéutica

Nuestro equipo calificado de químicos farmacéuticos brinda asesoramiento y apoyo a los clientes que requieran más información sobre su mediación o tratamiento. También, mediante reserva de agenda, les proporciona el acceso a exámenes como: colesterol, celiacía, hemoglobina glicosilada, glicemia, INR, entre otros.



Balanzas electrónicas

Incorporación de balanzas electrónicas en todas nuestras farmacias, permitiendo que cada cliente pueda realizar el seguimiento de su peso, presión e índice de masa corporal a través de nuestra app y sitio web.



Tratamientos prolongados

Facilitamos este tipo de tratamientos en todas nuestras sucursales. Durante este período, nuestros clientes pueden acceder a la medicación prescrita por su médico de manera sencilla.



Apertura 24 horas

Apertura de nuevos locales con atención al cliente durante las 24 horas.



Nuevos acuerdos con socios proveedores

Estos acuerdos permitieron que nuestros clientes pudieran probar sin costo algunos artículos de nuestros socios proveedores.

Durante el mes de diciembre se realizó una acción en conjunto con Procter&Gamble: *Probá gratis los productos de P&G*. Permitió el acceso de nuestros clientes a más de 15.000 productos gratuitos en nuestras sucursales.

Líderes en todos los canales

Para acercarnos a nuestros clientes, trabajamos en la mejora continua de su experiencia de compra en nuestros canales disponibles, por medio de las siguientes acciones:



Servicio de delivery

Optimización de horarios y mayor frecuencia de entrega a domicilio sin cargo.

Canales de entrega

Ampliación de estos canales con nuevas tiendas en las aplicaciones móviles de Pedidos Ya!, Rappi y Glovo.

Receta electrónica universal

Adaptación de nuestros locales, sistemas y procesos para acompañar la iniciativa de AGESIC.

Servicio de pick up

Habilitación de todas nuestras sucursales como puntos de pick up de pedidos telefónicos y online para evitar filas y demoras.

Mailing digital interactivo

Desarrollo que pone a disposición de los consumidores nuestro catálogo de promociones de forma virtual.

Venta programada

Nueva modalidad para que todos nuestros clientes pueden acceder a la compra de cualquier producto independientemente de la sucursal que visiten.

Entregas a domicilio

En todos los departamentos del interior para pedidos telefónicos, tienda online o Mercado Libre.

Nuevos medios de pago online

Somos el primer sitio de ecommerce del país en incorporar el pago online con tarjetas de débito, giftcards y farmapuntos.

Más comunicación con el cliente

Nuestro departamento de Marketing trabaja incorporando técnicas de innovación y de mejora continua para superar constantemente las expectativas y necesidades de los clientes. Creamos planes de fidelización y satisfacción por los que somos reconocidos como la mejor opción en el mercado en salud, bienestar y cuidado personal.



Farmacard

Farmacard es uno de los programas de beneficios estratégicos del área de Marketing, creado para gratificar y beneficiar a nuestros clientes frecuentes. Adjudica a los socios créditos acumulables denominados *farmapuntos*. Busca, asimismo, fidelizar a los clientes a través de acciones personalizadas, como el saludo y el regalo por el día del cumpleaños, entre otras promociones segmentadas. A su vez, premia mensualmente a los mejores clientes, clasificándolos en las categorías de Oro, Plata y Bronce, otorgándoles importan-

tes descuentos y regalos en forma de cupones.

Su propuesta de valor es clara y atractiva. Con una cartera de más de 750.000 socios, Farmacard se ha consolidado en el mercado uruguayo como uno de los mejores programas de fidelización.

Nos preocupamos por brindar a nuestros clientes la mayor comodidad y preservar el medio ambiente, por esa razón no emitimos más tarjetas. Nuestros clientes hacen uso de su Farmacard únicamente mencionando su número de cédula.

¿Cómo se acumulan los farmapuntos?

- Por cada compra menor a \$100 acreditamos a la cuenta del socio 1 farmapunto.
- Por cada compra entre \$100 y \$199 acreditamos 10 farmapuntos.
- Así, sucesivamente, por cada \$100 acreditamos 10 farmapuntos.

Para aquellos productos que ya cuenten con un descuento igual o superior al 15% la generación de farmapuntos será de 1 farmapunto por cada \$100.

¿Cómo se pueden utilizar?

Pueden utilizarse para realizar compras gratis o con descuento. Un farmapunto equivale a \$1.

Farmacard en farmacias y centros de belleza

Ahora nuestros clientes pueden acumular y canjear farmapuntos para utilizar en Farmashop y en nuestros centros de belleza OM by Farmashop.

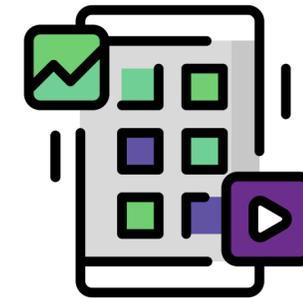
Farmacard-Santander

Lanzamos la tarjeta de débito Farmacard-Santander para brindarle más soluciones a nuestros clientes. Esta iniciativa forma parte de la cartera de productos de *co-branding* entre ambas empresas.

Nuestros clientes obtienen un 10% de descuento todos los días en nuestra cadena de farmacias y una bonificación del 25% en productos seleccionados los martes, jueves y domingos. Las compras realizadas con Farmacard-Santander acumulan puntos canjeables que equivalen a dinero para futuras compras en Farmashop y OM by Farmashop.

Nueva campaña 100 años Farmacard

Obtuvimos una [Campana de Oro](#) por la campaña en homenaje a nuestros socios Farmacard que cumplieron 100 años.



App

Actualizamos nuestra app para brindar a nuestros clientes una experiencia única de compra web. Además de poder comprar a través de sus tablets y dispositivos móviles, ahora pueden obtener información de su cuenta Farmacard, manejar sus puntos, acceder a su perfil de usuario y monitorear todos sus datos de FarmaSalud (a través de las balanzas Keito). La app también les permite solicitar la Farmacard-Santander, consultar sucursales cercanas, obtener cupones de descuentos exclusivos y transferir farmapuntos.



Días de descuentos especiales

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

- Pañales de niños, toallitas húmedas y cualquier producto de la categoría bebés y niños.
- Productos publicados en mailing, libros y medicamentos o categorías seleccionadas.
- Exclusivos para socios 60+ en las categorías mailing, medicamentos, pañales de adulto y libros.

Estos descuentos son aplicables con cualquier medio de pago.

Plan 60+

Es el programa de fidelización para nuestros clientes mayores de 60 años. Pueden ser socios 60+ y recibir un 10% de descuento todos los domingos en todos los productos, excepto los de oncología, fertilidad y medicamentos especiales. Además, tienen línea preferencial en caja y pueden canjear sus farmapuntos desde el momento que los generan.

Nace la familia Farmis

En marzo de 2018 nació la familia Farmis para darle alegría a nuestra comunicación y a las sucursales. Desarrollamos cada personaje para comunicar las promociones de cada día a través de la comercialización de peluches y otros materiales como libretas y llaveros.

Mailing Interactivo

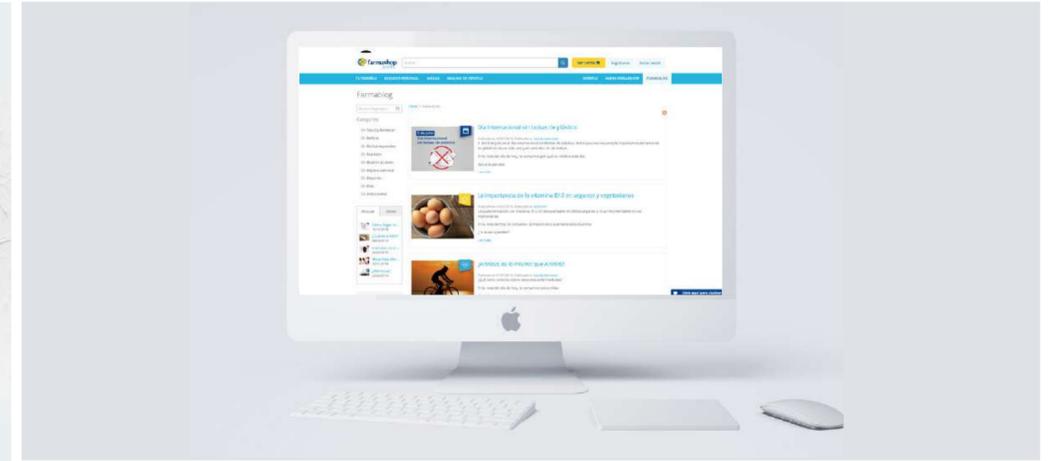
Modernizamos nuestro mailing tradicional y creamos un formato innovador, digital e interactivo, que combina el catálogo de productos con la comodidad de comprar desde el hogar. Ahora nuestros usuarios pueden mirarlo desde sus computadoras o dispositivos móviles y agregar los items que deseen directamente al carrito de compra, sin perder tiempo. Pueden optar por recibir el pedido en su casa o retirarlo en la sucursal más cercana.



Farmablog

Material de interés para nuestros clientes

Dentro de la página web desarrollamos un sitio de contenidos, generado en conjunto con el equipo de Atención Farmacéutica, cuyo objetivo es brindarle a nuestros clientes información útil y de interés para la comunidad. En este



Plan aperturas

Estrategia especial para las sucursales que abren en nuevas localidades

Llegamos a nuevos departamentos como Rivera, Salto y Colonia. Para cada apertura activamos la presencia en medios (televisión, radio y vía pública) y repartimos folletos con información de nuestros productos y servicios.

espacio abordamos diferentes temáticas como salud, belleza, cuidado de la piel, nutrición, fechas especiales, entre otras. También lo utilizamos para presentar nuevos productos o tendencias del mercado.

Cuponera

Cuatro ediciones al año

Nuestro departamento de Marketing pone a disposición de los clientes cupones canjeables cuando no se encuentra activo el mailing. Estos cupones incluyen promociones y descuentos en productos seleccionados.



Días de ...

Adhesión a los días de descuentos en barrios y ciudades seleccionadas

Descuentos especiales en las sucursales ubicadas en los barrios Centro, Unión y en la ciudad de Pando.



Estrategia digital

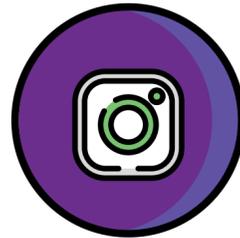
En Farmashop contamos con una estrategia de comunicación digital con foco en las principales redes sociales.

Gestionamos y planificamos la comunicación con nuestros clientes en las redes mediante la elaboración de contenidos propios y monitoreo de las conversaciones con nuestros seguidores.



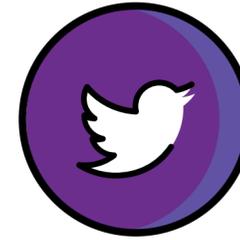
Facebook

Los contenidos se desarrollan en torno a diferentes temáticas como la salud, el cuidado y el bienestar.



Instagram

Es el canal con más tráfico de clientes. Allí presentamos nuestro equipo, las sucursales, las renovaciones y los nuevos productos y servicios.



Twitter

Impulsamos a nuestros seguidores a acercarse a nuestra marca y descargar nuestras aplicaciones, visitar las sucursales y conocer las ofertas y novedades.

	Me gusta	Seguidores	Seguidores
2016	+170 mil		+5 mil
2017	+226 mil	+25 mil	+11 mil
2018	+272 mil	+43 mil	+11 mil

OM by Farmashop



Belleza, pureza, plenitud interior y exterior

Es nuestro centro especializado en belleza que brinda un servicio de calidad con diversos tratamientos que ayudan a la relajación.

OM by Farmashop obtuvo en 2018 la certificación ISO 9001: 2015. Este hito refleja nuestra cultura de mejora continua y reafirma nuestro compromiso con la calidad y la experiencia única del

cliente. También nos desafía a continuar en el camino para alcanzar nuevos y mejores resultados.

Actualmente existen cinco centros OM by Farmashop: cuatro en Montevideo y uno en Maldonado. Los servicios se abonan con farmapuntos o tarjetas de crédito y débito.



EXCELENCIA EN LA ATENCIÓN

4

Área Experiencia al Cliente
Programa Mystery shopper
Atención Farmacéutica



Área Experiencia al Cliente

Consolidamos el área de Experiencia al Cliente, que forma parte del Departamento Comercial. Es un área que interactúa directamente con los clientes, atendiendo todas sus necesidades, pedidos y reclamos.

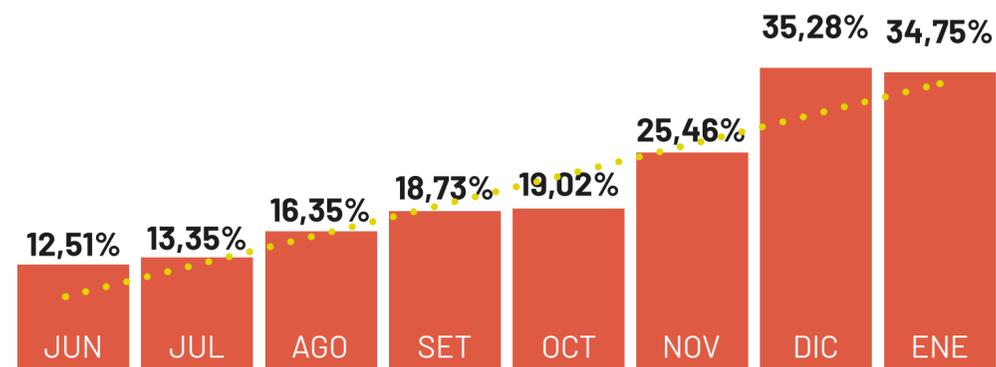
Mejora en la atención telefónica

Optimizamos la toma de pedidos telefónicos en el Centro de Atención Telefónica (CDT) para mejorar el rendimiento y la calidad de la atención al cliente. En este proyecto trabajaron de forma conjunta las áreas de Delivery y Experiencia al Cliente.

Logramos:

- Derivar un mayor volumen de pedidos desde las sucursales directamente al CDT.
- Aumentar 49,4% la capacidad de atendimento.

Volumen de pedidos atendido en CDT sobre el total de pedidos de Farmashop



Canales de atención y diálogo

Atendemos las llamadas de nuestros clientes las 24 horas del día, los 365 días del año, a través de nuestra Central Telefónica Inteligente que las deriva a la sucursal más cercana. Nuestras vías de comunicación incluyen mail, chat, llamadas telefónicas y redes sociales.

En esta área recibimos todas las sugerencias, consultas y reclamos que nos permiten mejorar el servicio y seguir creciendo juntos. Realizamos un seguimiento especial a cada reclamo y a la gestión correspondiente para resolverlo.

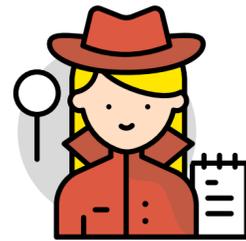
Servicios

Hoy nuestros clientes pueden encontrar todos los servicios que necesitan en nuestras farmacias y, así, privilegiar su tiempo y comodidad. Les ofrecemos la posibilidad de retirar dinero en un lugar más seguro por medio de nuestro servicio de **Cashback**. Además, pueden pagar facturas de OSE, UTE, ANTEL, estados de cuenta Santander y Brou con nuestro sistema de **Farmacobros**. También pueden comprar a través de nuestro sistema de pedidos telefónicos, web y app, recibir los productos en su domicilio o retirarlos en cualquiera de nuestras farmacias (pick up). A su vez, para aquellos clientes que padecen una enfermedad crónica, desarrollamos el servicio de **tratamiento prolongado** que facilita el acceso a la medicación, ya sea semanal o mensual, manteniendo los descuentos y beneficios, y envía un recordatorio de su toma habitual a través de nuestra app.

1543
RECLAMOS ATENDIDOS Y GESTIONADOS EN 2018

Programa Mystery Shopper

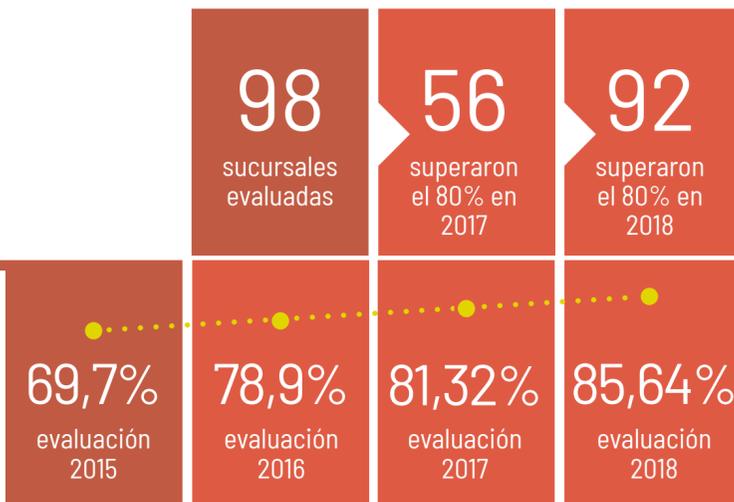
Esta técnica nos permite mejorar el servicio y la atención que brindan nuestros colaboradores, alineados a los estándares establecidos de calidad y atención al público. El Programa Mystery shopper es un servicio brindado por la empresa HS brands Latinoamérica.



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.

Escala de valoración
Negativo: 1-59%
Intermedio: 60-79%
Positivo: 80-100%

Las sucursales con el mejor promedio de puntaje:



n° 28- La Blanqueada
n° 84- Paysandú
n° 91- Mercedes

n° 18- Pocitos
n° 32- Malvín Norte
n° 42- Parque Battle

n° 90- Brazo Oriental
n° 13- Pocitos
n° 57- Pocitos





Atención Farmacéutica

Contamos con un equipo de Químicos Farmacéuticos comprometido con la satisfacción de nuestros clientes y la calidad del servicio que, desde hace ya varios años, brinda atención personalizada a los usuarios. Además, otorga apoyo técnico a otras áreas de la empresa basado en sus sólidos conocimientos en medicamentos y productos afines.

Actividades destacadas

Capacitaciones

Nuestro equipo de Atención Farmacéutica cuenta con un programa de capacitaciones que les brinda herramientas a nuestros colaboradores para que puedan responder de la mejor manera a las inquietudes y las necesidades de nuestros clientes.

Artículos

También elabora artículos relacionados a la salud que pone a disposición del área de marketing, quienes se encargan de seleccionar cuáles son más adecuados para compartir con nuestros seguidores en las redes.



Farmacia oncológica

A su vez, ha participado activamente en el proyecto de la sucursal especializada en medicamentos oncológicos, estableciendo y documentando los lineamientos a seguir en todas las etapas y determinando los fármacos que debían estar presentes.

Participación en congresos

Participar en congresos es una gran oportunidad para aprender, ganar y compartir experiencia para nuestro equipo de Atención Farmacéutica.

78° Congreso Mundial de Farmacia y Ciencias Farmacéuticas de la FIP (Federación Internacional Farmacéutica) en Escocia.

- Gestión de productos químicos en la red de farmacias comunitarias de Uruguay.
- Desarrollo de habilidades de los técnicos de farmacia en la red comunitaria de farmacias de Uruguay.

Aprendizaje colaborativo basado en nuevas tecnologías en comunidad red de farmacias.

- XXIV Jornadas de Farmacia Hospitalaria - OFIL Uruguay.
- Atención Farmacéutica en Pacientes con Enfermedades Crónicas.

Premio Nacional de Calidad

Nuestro equipo ha participado en la elaboración del documento presentado al Premio Nacional de Calidad, donde aportó con la descripción del servicio de Atención Farmacéutica, las mejoras implementadas y las que quedan por implementar, así como la descripción de las capacitaciones y participaciones en congresos.

Capacitación	Número de asistentes (presencial)	Número de asistentes (ECA)
Módulo de Ascenso	146	119
Mensuales	1366	1501
Ingresos y Mamás, Tías y Abuelas	115	
Errores de dispensación	136	158
Especialización CD	9	9
Farmacia Virtual I	-	186
Farmacia Virtual II	-	422
Farmacia Virtual II	-	498
Ascenso Perfumería	-	42
Toma de glicemia	-	24
Productos químicos	-	262
Toma de temperatura	-	10
	1772	3231



**MEJORA
CONTINUA**

5

Procesos y Auditoría
Tecnología
Delivery
Logística y distribución

Procesos y auditoría

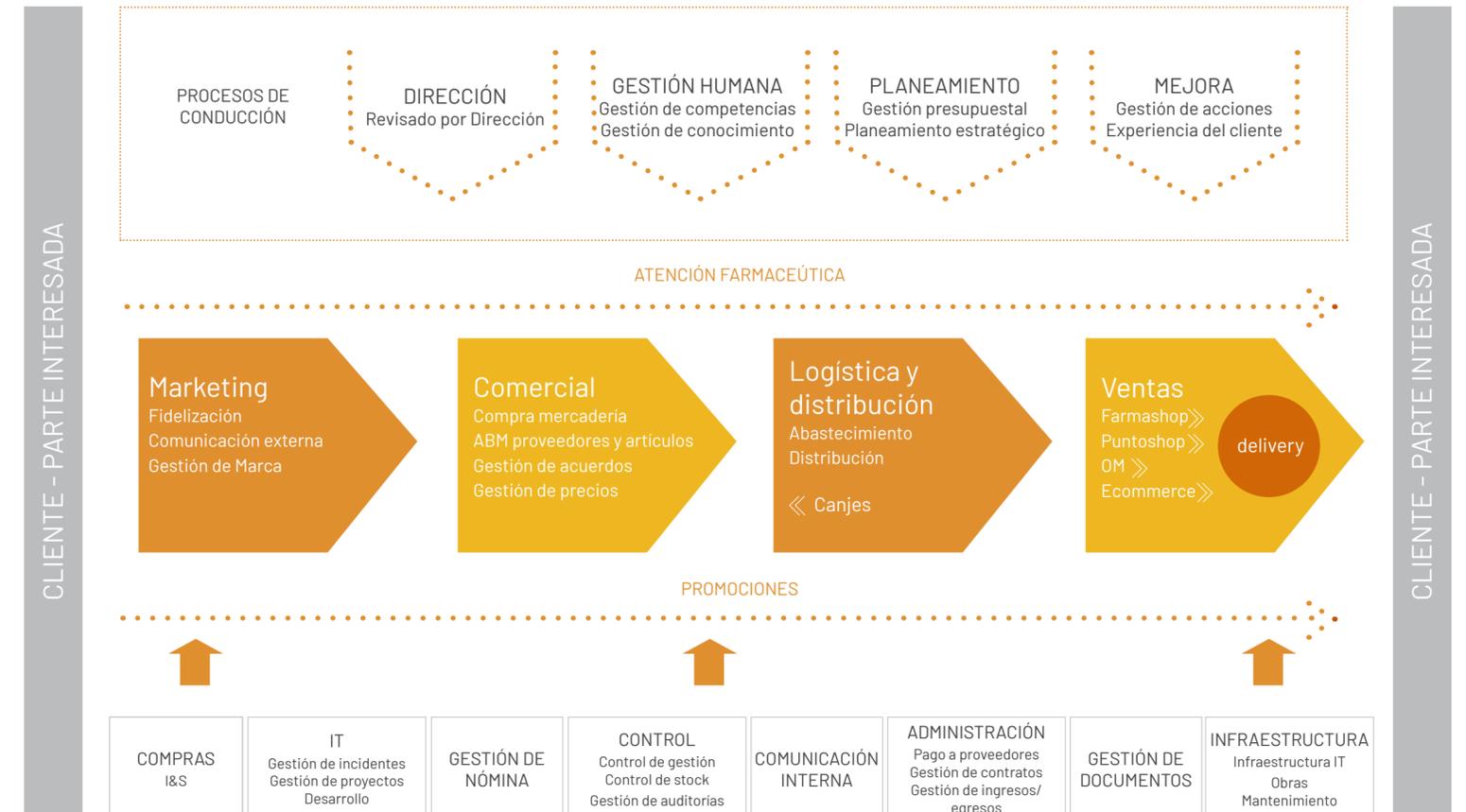
Gestión basada en procesos

Contamos con un área específica que lidera la implementación de la gestión por procesos en la compañía. Desarrollamos un mapa que describe los procesos asociados a los servicios y comercialización de productos, lo que nos permite asegurar la calidad y obtener la satisfacción de los clientes.

La calidad como premisa

En Farmashop guiamos nuestra gestión por la Política de la Calidad. La cultura de mejora está incorporada en cada uno de nuestros colaboradores. Impulsamos, desde todas las áreas, acciones tendientes a la mejora continua de los procesos y actividades desarrollados en la compañía.

Impulsados por la mejora constante, en 2018 nos planteamos el desafío de presentarnos al Premio Nacional de Calidad. Obtuvimos dos menciones especiales en las áreas de Desarrollo de las Personas y Liderazgo de la Alta Dirección. Este reconocimiento confirma la solidez de nuestro sistema de gestión por procesos, que mejora continuamente la calidad de nuestros productos y servicios.





Auditoría eficiente

Evaluamos el desempeño de los procesos mediante auditorías periódicas realizadas a partir de los criterios definidos en las políticas y procedimientos de la compañía, los requisitos externos y los reglamentos.

Anualmente se realiza una auditoría de evaluación de cumplimiento de los requisitos de la Norma ISO 9001 en OM by Farmashop.

Auditoría para la mejora continua

Mediante auditorías controlamos los procesos, evaluando sus diferentes aspectos para asegurar su cumplimiento, detectar fraudes e identificar situaciones que puedan afectar la satisfacción del cliente. Para ello realizamos un auditoría continua utilizando la herramienta ACL. Los resultados producen alertas (preconfiguradas) que son recibidas para su

análisis por el o las áreas correspondientes. Como resultado, se generan reportes de gestión que son difundidos para la realización de acciones orientadas a la corrección y a la mejora continua.

Estamos comprometidos con la mejora y la innovación. Nuestro desafío es ser cada día mejores para aumentar la satisfacción de nuestros clientes. Esta es la filosofía que nos motiva en todas las áreas, procesos y locaciones.



Política de Calidad

Versión 1 - Junio 2017.

Farmashop te cuida a ti y a tu familia en todas las etapas de la vida. **Somos líderes** a nivel nacional, promocionando la vida saludable y el bienestar, acercándote soluciones en salud, belleza, cuidado personal y del hogar.

La **innovación** es nuestra motivación para superar las expectativas de nuestros clientes, fidelizando y ofreciendo las mejores oportunidades.

Nuestro desafío es brindar el mejor servicio a través de la **excelencia en la atención** con presencia en todo el país.

Promovemos el **desarrollo personal y profesional** de nuestros colaboradores, fomentando una cultura de trabajo en equipo y de puertas abiertas, contando con líderes que guían y acompañan.

Nuestra Dirección está profundamente comprometida con:

- establecer relaciones integrales y de mutuo beneficio con nuestros socios comerciales.
- la continua generación de empleo, impulsando el desarrollo productivo en todo el país.
- fomentar la inclusión dando oportunidades a diferentes sectores de la sociedad.
- asegurar cumplimiento de los requisitos legales y reglamentarios.

Mejoramos continuamente nuestras actividades y procesos fundamentados en la optimización de recursos y la sustentabilidad del negocio.

MISIÓN:
Ser la empresa líder en salud, belleza, cuidado personal y del hogar, trabajando con responsabilidad, eficiencia y espíritu innovador, llegando con nuestros servicios a donde te encuentres.

VISIÓN:
Ser reconocidos como la mejor opción en salud, belleza, cuidado personal y del hogar, alcanzando 1.000.000 de clientes fidelizados en el 2020.

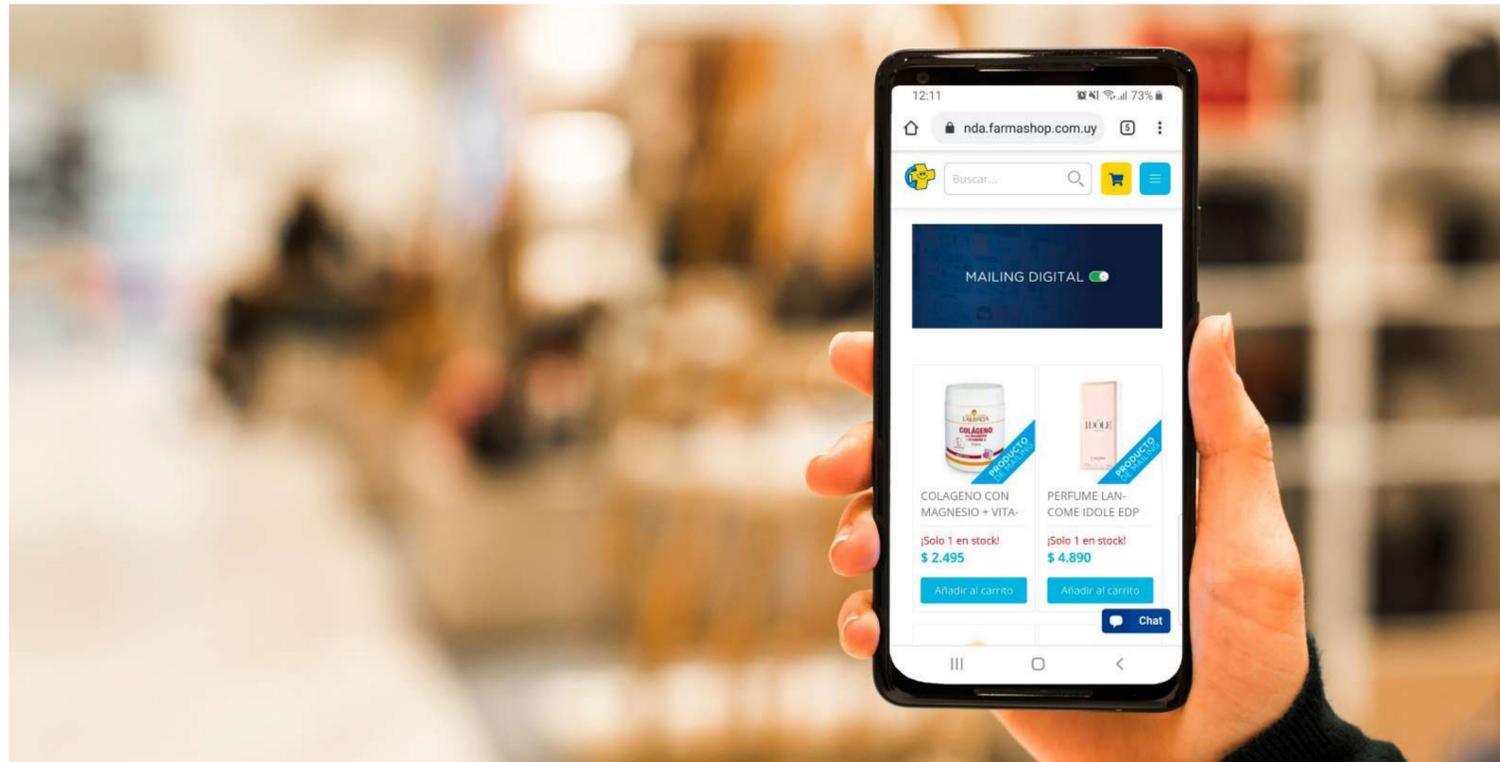
VALORES:
Integridad,
Trabajo en equipo,
Vocación de servicio.

Queremos ser el lugar donde encuentres todos tus gustos.



Martin Sorrosal
Martin Sorrosal
Director General
Coboe SA

Tecnología



Consolidación del equipo de Desarrollo

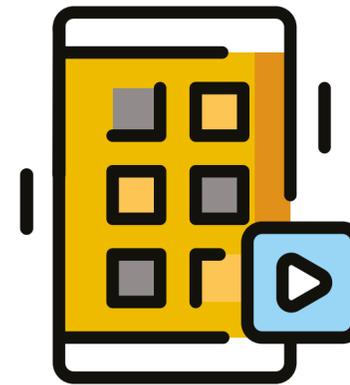
En el último año consolidamos el Departamento de Desarrollo, al incorporar un jefe de desarrollo, dos desarrolladores *backend* Sr. y Jr. y dos analistas QA Jr. El equipo estableció un mapa de ruta integral de todos los proyectos tecnológicos, desde adquisiciones, mejoras y desarrollo de *software*.

Cambios de gestión en Desarrollo

Instauramos un modelo de gestión basado en objetivos, con prioridades y responsabilidades claras, y potenciamos la sinergia entre el área de desarrollo, la de soporte y la de infraestructura. Esto nos permitió brindar soluciones integrales, mejorar los tiempos de *delivery* y la calidad de las entregas.

A su vez, perfeccionamos el proceso de desarrollo, con énfasis en el análisis de requerimientos y generación de documentos asociados: Especificación de Requerimientos (SRS), Solicitud de Propuestas (RFP), Requerimientos de Negocio (BRD), Documentos de Diseño de Software (SDD), Planes de Implementación.

Proyectos



Farmashop API

Desarrollamos una API que favorece la innovación y el desarrollo de aplicaciones móviles nativas y MVPs (*Model View Presenters*) que brindan toda la información requerida para nuevos productos y que permiten la integración estratégica con socios tecnológicos y comerciales.

Nueva plataforma Magento 2 Commerce

Desafío tecnológico

Actualizamos la plataforma de *e-commerce* de Magento 1 Open Source a Magento 2 Commerce, posicionándonos como el primer *e-commerce* en Uruguay con dicha versión. Fue un proyecto de nueve meses en el que rediseñamos el sitio para reducir los pasos del *checkout*, pasando de cinco a tres. Con ello, las características, velocidad y servicios que ofrecemos a los clientes mejoraron de forma sustancial.

300.000 usuarios

Nuestro *e-commerce* actúa como un gran incentivo y decisor de compra tanto *online* como *offline*. Mensualmente 300.000 usuarios visitan farmashop.com.uy, lo que nos posiciona en el top 20 del ranking de sitios web de Alexa en Uruguay.

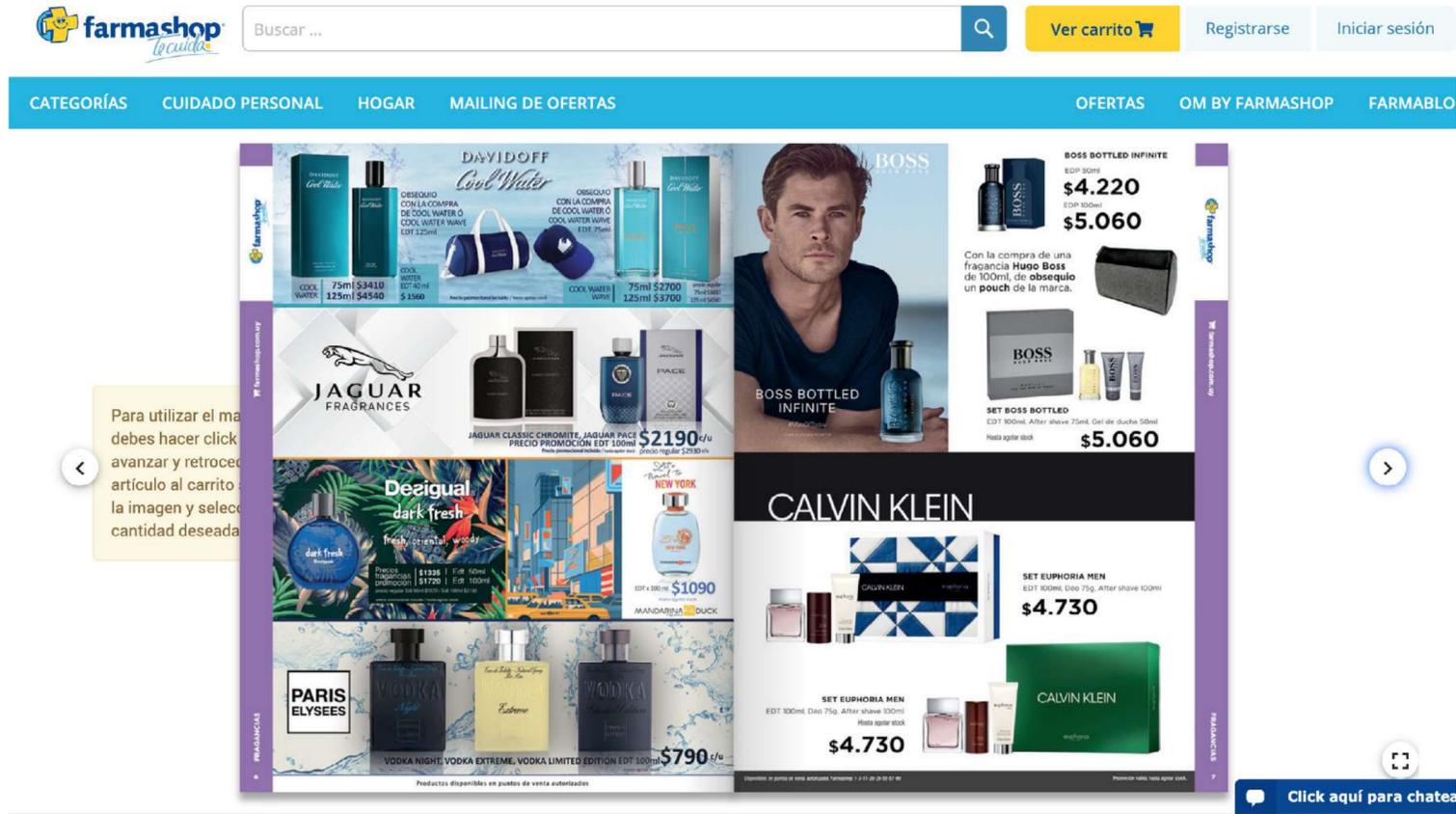
300 mil
usuarios visitan mensualmente
farmashop.com.uy



E-commerce

La actualización de la plataforma nos permite lograr un nuevo nivel de personalización del contenido para el usuario, sobre la base de reglas de recomendación de productos. Esta nueva web, además, ofrece una mayor variedad de formatos para comunicar y destacar información, así como habilita un manejo más seguro de los datos y una mejor *performance*.

Otra gran mejora al canal de venta *online* fue la incorporación de convenios de salud. Esto permite a nuestros clientes acceder a ciertos beneficios que antes solo estaban disponibles en nuestras sucursales.



Micrositios

Para mejorar constantemente la experiencia de compra, implementamos los micrositios a través de la plataforma Magento 2. En ellos, el usuario puede navegar por diferentes secciones de una marca o una categoría de manera más fluida, con mayor información y contenido. Su decisión de compra estará guiada por información detallada de los beneficios y usos de los productos.

Venta de productos diferidos

Este año implementamos la modalidad *dropship* en nuestra tienda *online*, que le facilita a los usuarios el acceso a productos que están siendo almacenados por nuestros proveedores, pero que no se encuentran en el stock físico en nuestro depósito.

Pueden ser productos para bebés como cochecitos, sillas para autos y alzadores para niños un poco más grandes, o productos de ortopedia como sillas de ruedas, bastones, muletas, andadores, almohadones y cojines. También ofrecemos una línea de oxigenoterapia, que debe ser manipulada totalmente por el proveedor ya que requiere de instalación profesional.



Mailing interactivo

Creamos de forma *in-house* un mailing interactivo que permite, a los clientes de Farmashop, acceder a nuestro catálogo de productos de forma *online* (originalmente impreso en papel). Esto permite que los usuarios puedan agregar al carrito de compra los productos directamente desde su dispositivo mientras navegan por el catálogo digital como si fuera el impreso. Al ser *responsive*, se adapta a los diferentes dispositivos desde los que se puede acceder a él,

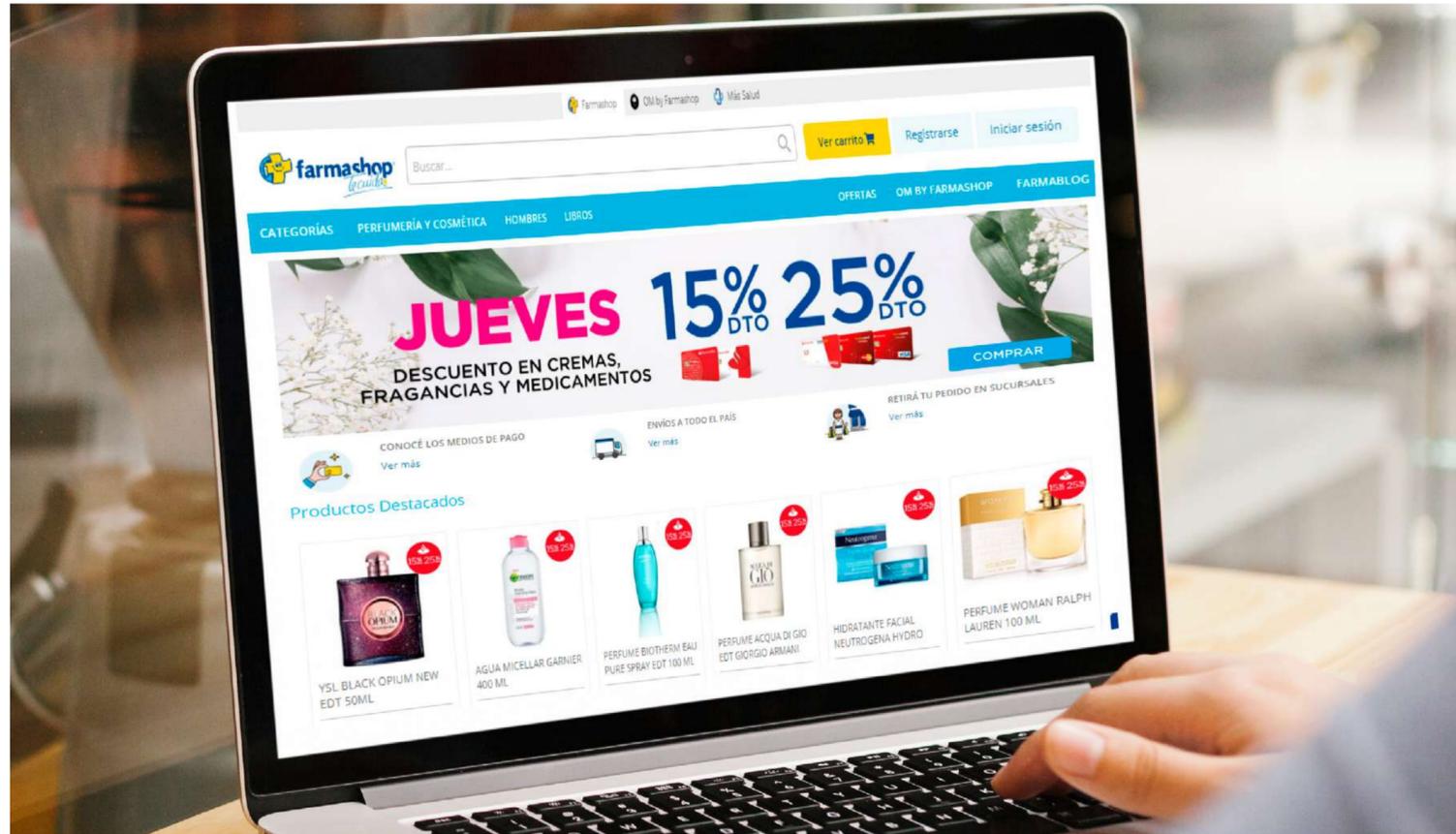
es decir, computadoras, teléfonos móviles, tablets, etcétera.



Solicitud de medicamentos

Desarrollamos un formulario de solicitud de medicamentos con acceso restringido (oncológicos, fertilidad y otros que requieran de un tratamiento diferencial). Esto

permite al usuario enviar una consulta sobre un medicamento específico que no esté publicado en la página web. Nuestro equipo de atención al cliente especializado en farmacia lleva adelante las respuestas a estas consultas, para derivarlas a la sucursal correspondiente o solicitar directamente el medicamento. Esto nos permitió ampliar la cartera de productos disponibles y brindar un mejor servicio a nuestros clientes.



Campaña de email marketing

Establecimos campañas de email marketing automatizadas e inteligentes. Enviamos correos electrónicos a los usuarios que no finalizaron sus compras o que no compran online desde hace un tiempo para incentivarlos a volver a pasar por el *checkout*.

Promos exclusivas online

Estas acciones especiales para el ecommerce buscan atraer nuevos usuarios a la página web y difundir la plataforma.

Lanzamientos exclusivos

El apoyo de los proveedores es clave para el incentivo del canal. Es por eso que trabajamos en conjunto para lanzar productos y líneas exclusivas en nuestra tienda online.

Espacios para proveedores

Brindamos diferentes espacios para que los proveedores puedan publicar información sobre sus líneas y destacar productos y lanzamientos.

Pagos online

Farmashop es la primera tienda online en Uruguay con pago con tarjetas de débito. Además, mejoramos la experiencia de compra al brindarle al cliente la posibilidad de agilizar el pago almacenando su tarjeta de crédito o débito en la billetera digital, que cuenta con la certificación PCI para brindarle mayor seguridad.

Mercado Libre

Nuestra tienda oficial de Mercado Libre es uno de los pilares en la estrategia de venta online de la compañía, por su voluminoso tráfico, lo que la convierte en el complemento perfecto para nuestra propia página web.

Promociones y acciones

Realizamos grandes ofertas en el marco de las acciones del Marketplace, como *Ciberlunes* y *CyberFest*, así como también generamos acciones promocionales

propias con descuentos especiales en categorías o líneas de productos específicas.

Tiendas oficiales

Administramos las tiendas oficiales de algunos de nuestros más valiosos proveedores para apoyar el crecimiento del Marketplace. Gestionamos la logística y la carga de contenido, lo que se traduce en un *win-win* tanto para nuestros clientes como para los proveedores.

Catálogo de productos

En nuestra tienda oficial de Mercado Libre se puede encontrar la misma cantidad y variedad de productos que en nuestra tienda *online*, de todas las categorías, tales como: productos de perfumería, cosmética, deportes, bienestar y salud.



Implementación de nuevas tecnologías

El mayor cambio tecnológico que hemos desarrollado en Farmashop incluye la implementación no solo de un ERP (Sistema Administrativo Integral), sino de un Planificador de demanda y un *Enterprise Service Bus*. Pasamos a utilizar una solución *cloud* (NetSuite) que interactúa con soluciones *on-premise* (Slim4, GEOPOS, WIS, etc.) a través de un *service bus* que orquesta toda la mensajería entre los sistemas. Fue un proyecto exitoso de un año de duración, que ahora brinda herramientas de clase mundial a todas las áreas de la compañía.

Consulta precio

Ahora nuestros clientes pueden consultar los precios en las sucursales a través de pantallas LCD, que muestran más información del producto.

Integración de Blue Cross & Blue Shield y MP

Integramos nuestros puntos de venta con los sistemas de validación de planes y recetas de Blue Cross & Blue Shield y MP. De esta forma, los socios de estos prestadores de servicios pueden acceder a los beneficios de sus convenios directamente en nuestras tiendas de forma ágil.

Última Milla

Para optimizar las entregas de nuestros clientes, desarrollamos una plataforma de seguimiento de pedidos y cadetes en tiempo real. Esto nos permite informar a nuestros usuarios el estado de sus pedidos y mejorar nuestros indicadores de rendimiento.

Monitor de pedidos

Al igual que con el proyecto Última Milla, el monitor de pedidos se enfoca en mejorar la experiencia de compra, priorizando y registrando los tiempos de preparación de pedidos.

Recambio y unificación de parque de impresoras

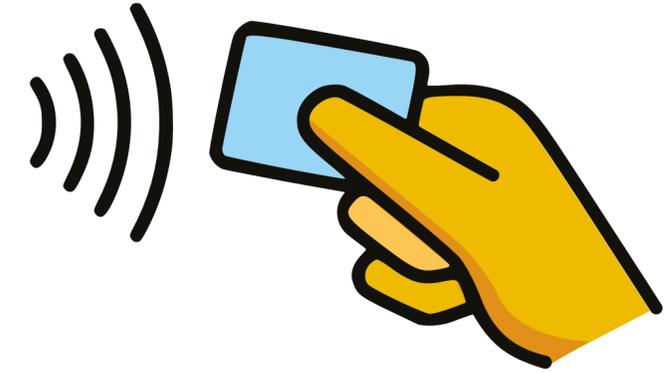
Durante este 2018, mediante el análisis de datos, detectamos que uno de nuestros principales incidentes era el funcionamiento de las impresoras. Para solucionarlo, cambiamos todo el parque de impresoras con un sistema de mantenimiento preventivo que nos garantiza poder anticiparnos a los incidentes.

Culminación del proyecto de migración al Datacenter de Antel

En el 2017 comenzamos el proyecto de migración hacia el Datacenter de Antel Tier 3 en la localidad de Pando. Durante el 2018 culminamos este proyecto con la obtención de mejoras que garantizaron la funcionalidad de los servicios en el 99% de los casos. Esto permitió el crecimiento y la escalabilidad de los principales proyectos a lo largo del 2018: cambio de ERP, Planificador de demanda y Enterprise Service Bus.

Visa y Master Contactless

Nos adelantamos a las necesidades de nuestros clientes e innovamos. Por esta razón, agregamos el soporte para tarjetas de crédito y débito *contactless*, tanto extranjeras como locales (una vez que los bancos de plaza empiecen a emitir estas tarjetas), nuestros clientes podrán pagar con este sistema.



Control unificado de la temperatura de heladeras de medicamentos

Creamos una plataforma que permite llevar el control de temperatura, humedad, apertura de puertas y funcionamiento de los motores. Con esto, logramos el mejor funcionamiento de los equipos y prevenimos las mermas.

Proyecto monitoreo Zabbix

Implementamos un nuevo sistema de monitoreo, para llevar un control a nivel de usuario simulando los flujos de acción. También permite monitorear servidores, servicios, enlaces, base de datos y virtualización. La herramienta genera informes de *forecasting* de crecimiento.

Antivirus corporativo

En Farmashop nos importa la seguridad y para ello desarrollamos una solución de antivirus unificada que nos permite prever una amenaza horizontal. Al combinarla con otras herramientas, podemos tener una visión de la seguridad de 360 grados.

CDN: Content Delivery Network para la tienda online

Utilizamos el CDN que replica los servicios de imágenes mediante el servicio CloudFront de Amazon, lo que favorece la velocidad a la hora de consumir las imágenes y, por lo tanto, agiliza el sitio.

Meraki SDWAN: Software Defined WAN

Implementamos el SDWAN como solución para supervisar toda la red desde un mismo punto y lograr optimizar su uso.

Migración de telefonía de Antel a Cloud PBX

Trabajamos junto con Antel-Isbel, para tener un mejor respaldo de los servicios de telefonía y garantizar su disponibilidad ante posibles fallas.

Business Intelligence

Consolidamos un equipo de *Business Intelligence* para explotar la información técnica y funcional que la empresa genera diariamente.

Logramos la construcción integral de un *datawarehouse* que soporta la elaboración de distintos *Datamarts*. En el último año se logró la construcción y consolidación de siete *Datamarts*, que pasaron por controles de integridad para asegurar la calidad y veracidad de la información.

Tableau

Tableau es una herramienta líder a nivel mundial que permite la creación de reportes y *dashboards* dinámicos, jugando un rol importantísimo en nuestro objetivo de aprovechar al máximo la información.

Como principal insumo para el DWH (*Datawarehouse*) generamos decenas de tableros y reportes corporativos, donde analistas, gerentes y colaboradores pudieron capacitarse y pasar por actividades que les permitieron explotar la herramienta.

Nueva Arquitectura multimodal de Tableau

Para garantizar el funcionamiento de Tableau, pasamos a utilizar una arquitectura multimodal que garantiza la alta disponibilidad de los servicios y posibilita múltiples procesos para equilibrar la carga de datos.

El futuro de los datos en Farmashop

Más de 50 personas, entre analistas, gerentes y diferentes colaboradores, utilizaron información del DWH.

Logramos, a través de un sistema integral y compartido, brindar información unificada para todos los colaboradores, donde se manejan cambios históricos para las distintas medidas del negocio. Esto habilita el análisis a lo largo

del tiempo y contemplar la situación de las distintas áreas de negocio de la empresa en cada momento.

Ventas, descuentos, medios de pago: Información diaria de las ventas de la empresa y todo lo relacionado a ellas. Los descuentos que fueron aplicados y las formas o medios que se utilizaron para pagar.

Stock: Información diaria sobre los saldos y movimientos de stock, por artículo y centro de costo.

Compras: Información sobre las facturas ingresadas a nuestro sistema.

Delivery



En 2018 nos incorporamos al mercado de las aplicaciones móviles: Pedidos Ya!, Rappi y Glovo donde nos convertimos en líderes dentro del rubro farmacias. El servicio está disponible en 18 sucursales de seis departamentos del país: Montevideo, Canelones, Colonia, Maldonado, Paysandú y Salto.

Pedidos Ya!

La plataforma de pedidos líder en Uruguay fue la primera en implementar el *delivery* desde algunas de nuestras sucursales. Desde allí ofrecemos un mix de productos enfocado a artículos de primera necesidad como medicamentos, alimentos y algún producto de cuidado personal. La plataforma está incentivando mucho el consumo de productos de Farmacia.

Hoy ya contamos con más de diez sucursales con entrega desde la aplicación de Pedidos Ya! Estas son: 4, 16, 17, 19,20, 21, 22, 30, 44, 45, 48, 50, 57.

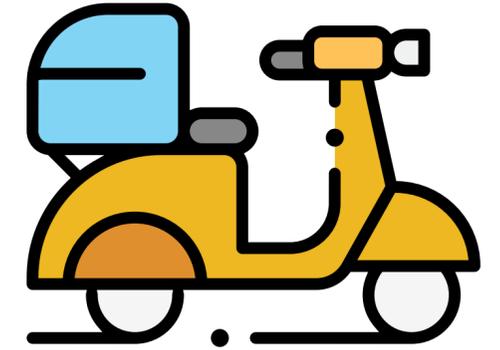
Trikes eléctricos

Incorporamos un nuevo medio de transporte para la entrega de envíos a domicilio: *trikes* 100% eléctricos. Son amigables con el medio ambiente ya que no generan polución y poseen autonomía suficiente para toda la jornada. Contamos con cuatro vehículos en los departamentos de Maldonado, Rivera y Salto.

Proyecto de centralización de delivery

En 2018 también implementamos el proyecto de centralización de delivery. Su objetivo es la unificación de criterios y optimización de recursos para cumplir con los envíos en menos de una hora. Los reportes KPI's nos ayudaron a cumplir este objetivo en un 95% de los pedidos.

En esta primera fase, el proyecto abarca la zona metropolitana de Montevideo especialmente en el área de las sucursales 16, 55 y 59.



Logística y distribución

Proyecto nuevo CD

En 2018 adquirimos un nuevo centro de distribución como parte del proceso de investigación y análisis de la operación logística integral.

El proyecto del nuevo *layout* y el de los sistemas de almacenamiento se llevaron a cabo en paralelo con el comienzo de las operaciones en el nuevo edificio. Se trata de una planta de 5500 m², ubicada en el kilómetro 24 de la Ruta 101.

Planificador de demanda

Luego de casi dos años de mucho trabajo, logramos implementar nuestro nuevo sistema planificador de demanda. El sistema elegido fue Slim4, de la empresa holandesa Slimstock. Se trata de un sistema de clase mundial que permite anticiparnos a la demanda, identificando estacionalidades y patrones de venta con altos volúmenes de información. Esto impacta positivamente en la experiencia de nuestros clientes.





NUESTRO COMPROMISO

6

- Calidad de vida laboral
- Compromiso y apoyo a la comunidad
- Protección del medio ambiente
- Beneficios para colaboradores
- Programa de reconocimientos e incentivos
- Política de Seguridad y Salud Ocupacional
- Donaciones de mercadería
- Capacitación y programas laborales

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) cumple un rol fundamental en la evolución hacia un desarrollo global y sostenible. Buscamos influir positivamente sobre nuestro entorno y apoyar a nuestra comunidad. Estamos comprometidos en maximizar los beneficios para todos nuestros colaboradores y contribuir al bienestar de toda la sociedad con integridad y transparencia.



El plan anual de RSE incluye seis áreas: calidad de vida laboral, compromiso y apoyo a la comunidad, protección del medio ambiente, beneficios para colaboradores, capacitación y programas laborales.

Calidad de vida laboral

Campaña de donación de sangre

Durante el año llevamos a cabo dos jornadas de donación de sangre, en conjunto con el Servicio Nacional de Sangre (SNS), para que todos los colaboradores que cumplieran con los requisitos necesarios tuvieran la posibilidad de donar.

Aquellos que participaron se comprometieron a donar periódicamente por lo menos 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 2018 ofrecimos la vacuna contra la gripe de forma gratuita. 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. 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.

Compromiso y apoyo a la comunidad

Alianza con Fundación Pérez Scremini

Mediante la campaña anual *Votá para Colaborar*, este año la Fundación Pérez Scremini, única en trabajar por la cura del cáncer infantil en Uruguay, fue elegida nuevamente por nuestros colaboradores para que contribuyamos con el desarrollo de sus planes y proyectos para el 2019.

La fundación brinda atención sin costo para los pacientes, incluyendo: consultas médicas, estudios, tratamientos, medicamentos, internación, traslados, alimentación y apoyo psicosocial.

ASSE (Administración de los Servicios de Salud del Estado) es un gran soporte para la fundación, pero necesita el invaluable apoyo de toda la sociedad.

Visitamos a la Fundación

Realizamos una visita en las instalaciones de la fundación, antes del inicio de la campaña de recaudación, de la que participaron todos aquellos colaboradores interesados.

Allí asistimos a una charla informativa acerca del funcionamiento de la fundación y su trabajo en la cura del cáncer en niños y adolescentes tanto con los pacientes como con sus familiares. Además, pudimos conocer los programas de voluntariado de la fundación en todo el país.

Recorrimos las instalaciones donde se realizan las consultas, estudios y algunos tratamientos ambulatorios. También tuvimos la oportunidad de conocer el laboratorio de biología molecular, donde se realizan investigaciones con la última tecnología, y visitamos el hogar hospitalario donde se alojan los pacientes y



Recaudación en pesos uruguayos:



familiares que llegan desde el interior a realizarse estudios y tratamientos ambulatorios.

Fue una gran experiencia para todos los colaboradores que participaron, ya que pudieron conocer más de cerca el gran aporte social que brinda la Fundación Pérez Scremini.

Campaña de recaudación

En setiembre de 2018 lanzamos la Campaña de recaudación en cajas y la sucursal que logró mayor recaudación fue Farmashop 90.

Programa *Quiero Ayudar*

Desde 2015 invitamos a nuestros colaboradores a sugerir a través de la intranet una organización para colaborar.

Pueden ser clubes barriales o deportivos, sociedades de fomento u otros grupos o asociaciones que necesiten de un botiquín de primeros auxilios o artículos farmacéuticos para desempeñar sus actividades o brindar asistencia comunitaria.

Protección del medio ambiente



Bicicletas eléctricas

Contamos con bicicletas de motor eléctrico, con autonomía de 40 kilómetros y una batería que se recarga en un tiempo de entre 3 y 6 horas. El consumo en el período de carga es el equivalente al de una lamparita de 40 watts.

Además de reducir el consumo de combustible y energía, nuestros colaboradores pueden recorrer distancias mayores en menor tiempo al mismo tiempo que realizan un ejercicio físico moderado.

Motos eléctricas (moto trike)

En el interior del país, contamos con tres triciclos eléctricos con batería recargable. No utilizan combustible y contribuyen a la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero. Estos vehículos permiten un mejor desplazamiento en ciudades con menor tráfico.



Beneficios para colaboradores



Farmacard y tarjeta de crédito Farmacard-Santander

Luego de confirmados en sus cargos, nuestros colaboradores reciben la tarjeta Farmacard-Santander o Puntocard que les permite acceder al descuento del 15% en sus compras. Además, pueden acumular farmapuntos o puntos que son canjeables por mercadería.

Día de los Trabajadores y día de cumpleaños

El 1º de mayo, con motivo del Día de los Trabajadores, todos nuestros colaboradores de sucursal reciben un bono para compartir un almuerzo o una cena. También tienen el beneficio de disfrutar de media jornada libre el día de su cumpleaños.



Sala de lactancia

Contamos con seis espacios de lactancia en Montevideo y el interior del país para que las mamás que forman parte de la familia de Farmashop tengan las comodidades necesarias durante el amamantamiento, extracción y conservación de la leche.

Regalo para padres y préstamo de extractores de leche

Las mamás y papás colaboradores reciben 2000 farmapuntos como obsequio por la llegada de su hijo. Asimismo, nuestras mamás tienen acceso a un extractor de leche por el período que lo necesiten.



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 la 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.

Día del Niño

Para celebrar el Día del Niño, realizamos un festejo especial con todos los colaboradores y sus hijos. Este año, con los colaboradores de Montevideo compartimos un día de cine en cuatro salas exclusivas para ellos, con diferentes películas a elección, en el local de Movie del Nuevocentro Shopping. Todos los colaboradores del interior pudieron disfrutar también de un día de cine, en sus localidades.

Entrega de útiles escolares

Antes del inicio de clases entregamos sets de útiles escolares a los hijos de nuestros colaboradores.

Descuento en boletos de transporte

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

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.



Fechas especiales

Todos los años les obsequiamos a los colaboradores un huevo de Pascua para celebrar esta fecha. También les entregamos una canasta navideña en el mes de diciembre y les brindamos un presente a las madres y padres en su día.

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. Les brindamos herramientas del lenguaje aplicables al contexto laboral y conceptos esenciales de gramática para una correcta escritura.

Desayunos

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

Farmafest 2018

En 2018 celebramos Fin de Año junto a más de 1500 colaboradores. El tema "tecno-futurista" fue el eje de la fiesta. El encuentro tuvo lugar en la Criolla Elías Regules y fue organizado por el departamento de Recursos Humanos.

Contamos con una maestra de ceremonia y dos shows en vivo: Chacho Ramos y la banda Olvidate. Fue una noche llena de alegría, reconocimientos y muchos sorteos que incluyeron electrodomésticos, motos, viajes y cuatro autos 0 km.



Programa de reconocimientos e incentivos



Llevamos adelante este programa en las sucursales, los centros OM, el Centro de Distribución y las oficinas, para reconocer los logros alcanzados y fomentar el trabajo en equipo alineado a los valores de nuestra estrategia organizacional.

Premiamos un *Equipo del Mes* en las sucursales, según su desempeño, 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, para premiar el desempeño mensual del colaborador según la competencia correspondiente.

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

Equipos y colaboradores destacados en 2018

Equipo del año	Sucursal 86 - Young	Mejor <i>performance</i> en indicadores mensuales de gestión
Mystery shopper del año Farmashop - Interior	Sucursal 91 - Mercedes	Puntaje promedio anual 91,27
Mystery shopper del año Farmashop - Montevideo	Sucursal 28	Puntaje promedio anual 90,50
Encargada del año en Montevideo	Ana Ferreira	Sucursal 57 - Montevideo
Encargada del año en Interior	Milena Espino	Sucursal 07 - Punta del Este
Idóneo del año	Victor Escobar	Sucursal 20 - Montevideo
Colaborador del año Farmashop	Jaqueline Pio	Sucursal 86 - Young
Colaborador del año en Centro de Distribución	Eduardo Cartagena	Competencia en la que se destacó: innovación y creatividad
Colaborador del año en Central de Desborde	Sofía Layes	Competencia en la que se destacó: disposición para el aprendizaje
Colaborador del año en oficina	Juan Manuel Brusco	Competencia en la que se destacó: trabajo en equipo y colaboración
Colaborador del año en OM	Verónica Sanguinete	OM 11
Colaborador del año en Puntoshop	Ana Laura Figarola	Puntoshop 2
Colaborador del año en 900	Ximena Rocha	Competencia en la que se destacó: trabajo en equipo y colaboración
Jefe de caja del año	Vanessa Artús	Sucursal 03 - Montevideo
Nochero del año	Diego Rueda	Sucursal 11 - Montevideo
Mención especial de la dirección	Mónica Hernández	Gerente de Exhibición & Armado

Política de Seguridad y Salud Ocupacional

Otorgamos a la seguridad ocupacional un lugar relevante. Por esta razón, seguimos esforzándonos para mejorar las condiciones de trabajo de nuestros colaboradores y garantizar, a través de auditorías, el estricto cumplimiento de los requisitos de calidad que exige la compañía.

Obtuvimos la certificación en calidad de OM by Farmashop, en la que se destacaron como fortalezas aspectos vinculados a la capacitación y al desarrollo de las personas.

Mejoras implementadas

- Elaboramos e implementamos el procedimiento de control documental en la totalidad de las obras que se encuentran en reforma para verificar el cumplimiento de las normas de Seguridad y Salud Ocupacional y corregir los desvíos detectados.
- Actualizamos el procedimiento de investigación de accidentes.
- Desarrollamos la ficha informativa "Manténgase Seguro Cuando Trabaja en Altura" para establecer medidas preventivas y controlar los riesgos inherentes a las tareas en altura (incidentes y accidentes).
- Actualizamos y difundimos el instructivo "Actuación ante Accidentes Laborales" a través de la intranet y carteleras en sucursales.
- Implementamos el "Protocolo de Consumo de Alcohol, Cannabi

bis y otras Drogas en los Lugares y en Ocasión de Trabajo", para dar cumplimiento al Decreto 128/016.

- Continuamos nuestro trabajo de mejorar las condiciones de seguridad e higiene de los servicios de bienestar en locales y oficinas de Coboe.
- Trabajamos en forma conjunta con el equipo de Delivery en el control de los riesgos inherentes a la tarea de reparto.
- Actualizamos la identificación de peligros y evaluación de riesgos de las tareas desarrolladas en el Centro de Distribución.
- Continuamos con las instancias de "Comisión, Seguridad e higiene Bipartita".

ACTUACIÓN ANTE ACCIDENTES LABORALES

Establecer la sistemática de actuación ante la eventualidad de un accidente de un colaborador.

Lo descrito aplica en todas las instalaciones de Farmashop, Puntoshop y OM by Farmashop.

EMERGENCIA

#1 MINIMIZAR DAÑOS Consultar cómo se encuentra el accidentado.	#2 LLAMAR A EMERGENCIA MÓVIL De área protegida SEMM 139	#3 DAR AVISO DEL ACCIDENTE A Superior y Mediante formulario investigación accidente	#4 MANTENERSE INFORMADO Del estado del colaborador
--	---	---	--

En cualquier caso de accidente ocurrido dentro de las instalaciones de Farmashop, el Encarado o Responsable debe dar aviso mediante formulario de investigación de accidente para que RRHH proceda a hacer la denuncia correspondiente en el BSE.

Evaluación del área del accidente: ¿es segura?, ¿cuántas víctimas hay?, ¿estamos en condiciones de ayudar sin exponernos?

Avisar: llamar a Emergencia móvil y al Supervisor o superior inmediato.

Evaluación: confirmar que la persona respira. Valorar si está despierto, conciente, si habla, si sus respuestas son coherentes.

ANTE UN ACCIDENTE
Protege
Avisa
Socorre

NO MOVER A LA PERSONA ACCIDENTADA, PODRÍA OCASIONARSE UNA LESIÓN MAYOR

ANTE CUALQUIER DUDA COMUNICARSE CON EL SUPERVISOR O SUPERIOR INMEDIATO

powered by **PIKTOCHART**





Capacitaciones

Presentamos a través de ECA las capacitaciones "Uso correcto de las escaleras" dirigida a todo el personal y "Riesgos en el Centro de Distribución" dirigida al personal del Centro de Distribución.

Realizamos las siguientes capacitaciones:

Remotas

- En Bici Segura: dirigida a mandaderos en bici a través de la plataforma *U-Learning*.
- Cursos de capacitación para repartidores en moto, en el marco del convenio de INEFOP con UNASEV, IGTSS-MTSS, BSE, Cámaras empresariales y PIT-CNT.

Presenciales

- Para el personal de mantenimiento de Coboe y el de servicios tercerizados (limpieza y mantenimiento): riesgos inherentes al desarrollo de sus tareas y que puedan tomar las medidas preventivas necesarias para un trabajo seguro.
- Para el personal de mantenimiento: procedimiento de trabajo en altura.
- Para encargados: procedimiento de investigación de accidentes e implementación de nueva planilla.

Indicadores de accidentabilidad de Coboe

Los indicadores de accidentabilidad y se mantienen y encuentran dentro del rango esperado.

Si comparamos nuestros indicadores con la media europea (España), podemos deducir que nuestras medidas de prevención

en seguridad y salud ocupacional cumplen con los estándares más exigentes.

Comparación con indicadores europeos

	Índice de Frecuencia Acumulado	Índice de Gravedad Acumulado
COBOE S.A.	19,3	0,16
España	18,2	0,51

Donaciones de mercadería

Entregamos más de 600 botiquines de primeros auxilios a instituciones sugeridas por los colaboradores e instituciones que nos envían sus pedidos de colaboración.

En 2018 colaboramos con más de 90 organizaciones, y otorgamos un total de \$U 884.016,32 (pesos uruguayos).

Detalle de organizaciones beneficiarias de donaciones en 2018

Mes	Destinatario
enero	Fundación Nuevos Caminos
	CADI
	Escuela N°307 de Montevideo
febrero	Club Atlético Tigre
	Club Tigre cat. 2005
	Ángeles en Libertad
	Los Pilares (Magdalena Folgado)
marzo	Club Nueva América (Malvín Norte)
	Club de fútbol infantil River (Maldonado)
	CAP 1891 - Equipo de fútbol
	Club Social y Deportivo Parque del Plata
	Plantel de Natación Club Neptuno
	Club Parque Del Plata
abril	C.A. La Blanqueada
	Club River Plate
	Liceo Shangrilá
	Prado School
	Liceo N° 30 Cagancha
	Jardín N° 377 de Montevideo
	INAU

Mes	Destinatario
abril	Anglo Mami Hockey
	Club Social Deportivo Niágara Universitario
	Eventos de Zumba Lagomar Country a beneficio del refugio Ángeles en Libertad
mayo	Sembradores
	Unidad 549 Cárcel de Mujeres
	Caif Plemuu
	Escuela N°20 Felipe Sanguinetti
	Danubio Fútbol Club - femenino
	Escuela N°1
	River Plate
junio	Evento a beneficio de Thiago Torrer
	Fundación Fupier
	Centro Los Delfines
	El trébol
	Escuela N°44
	Hogar Español
	Escuela N°60
	Brazo Solidario
	Club Artigas

Mes	Destinatario
junio	L'OREAL
julio	Escuela N°70
	Oratorio Santa Teresita
	11 Rojo
	Escuela N°108
agosto	Fútbol Club River Plate (donación pendiente de julio)
	Colegio Fátima
	Parroquia María Auxiliadora
	Caif Festichicos-Otras manos
	Evento a beneficio de Stefania Pérez
	Facultad de Enfermería Udelar
	Fundapass
	Liceo Jubilar
	Liceo Impulso
setiembre	Colegio Areteia
	Escuela Berro (Prado-Mdeo)
	Club de Leones Colón y Villa Colón
	Apla Uruguay
	América Solidaria
	Grupo Scout Roland Philipps

Mes	Destinatario
setiembre	Agrupación Dame Tu Mano
	Hogar Infantil Raíces uno
	Evento Expo Empleo
	Evento Expo Empleo
octubre	Colegio Tobías
	Jardín Garabato
	Rotary Club Plaza Matriz
	Baby fútbol Flor de Maroñas
	Club Atlético Cimarrón
	Biblioteca Central de Educación Secundaria
	Escuela N°48 Austria
	Malabar Mar
	Claire Antonella Citera Rodríguez (Sucursal 90)
	Escuela n°148 Barrio Tres Ombúes
	Hogar del Bebé
	Colegio Tobías
	Club Social y Deportivo de Young
	Aldeas Infantiles SOS
noviembre	Escuela N°155 (pendiente de octubre)
	Escuadrón de Tapitas para Valientes

Mes	Destinatario
noviembre	Costa Bichera
	Parroquia Sagrado Corazón (P. Germán Celio)
	Liceo N°9 de Colón
	Escuela N°249
	Ayuda a colaboradora Claudia Citero (pendiente de octubre)
	Colegio Tobías
	Revista Carnaval Los Buscadores
	Ana María Errocont
	Fiesta fin año FANAPEL - Cristina Sarti
diciembre	Torneo de Hockey - Sampa Open
	Oratorio K16 - Sector Social Juan XXIII
	Instituto María Auxiliadora



RESULTADOS Y OBJETIVOS

7

Resultados 2018
Encuesta de
clima laboral
Proyectos 2019

Resultados 2018

Crecimiento de ventas

	2014	2015	2016	2017	2018
Unidades	17,30%	14,20%	11,54%	1,07%	2,14%
Ventas en pesos	21,16%	23,48%	20,80%	14,88%	9,46%
Ventas en dólares	6,67%	9,36%	10,19%	22,13%	4,60%

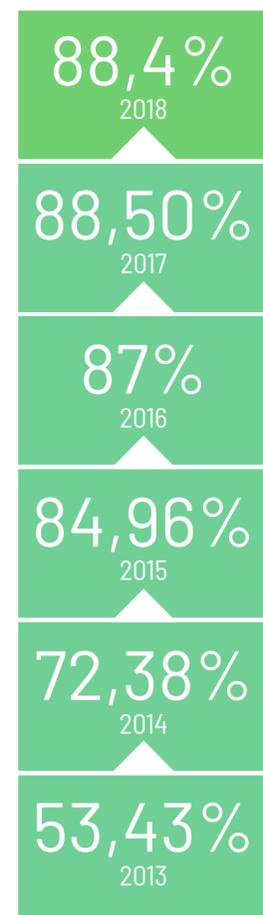
Peso de ventas otros canales

	2017	2018
Venta delivery	10,30%	9%
Venta ecommerce	1,70%	1,20%

Evolución de sucursales

	2014	2015	2016	2017	2018
COBOE	92	92	98	98	100
Farmashop	92	92	92	92	98
OM	0	0	7	7	5
Puntoshop	0	0	6	6	2

Evolución % de venta con Farmacard sobre el total de ventas



Evolución del peso de ventas de días martes, jueves y domingos sobre ventas totales en \$

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Martes \$	14,85%	13,80%	13,17%	13,68%	13,55%	15,50%
Jueves \$	14,40%	17,07%	20,84%	15,43%	15,11%	39,60%
Domingos \$	11,55%	11,33%	12,12%	16,37%	18,99%	9,20%

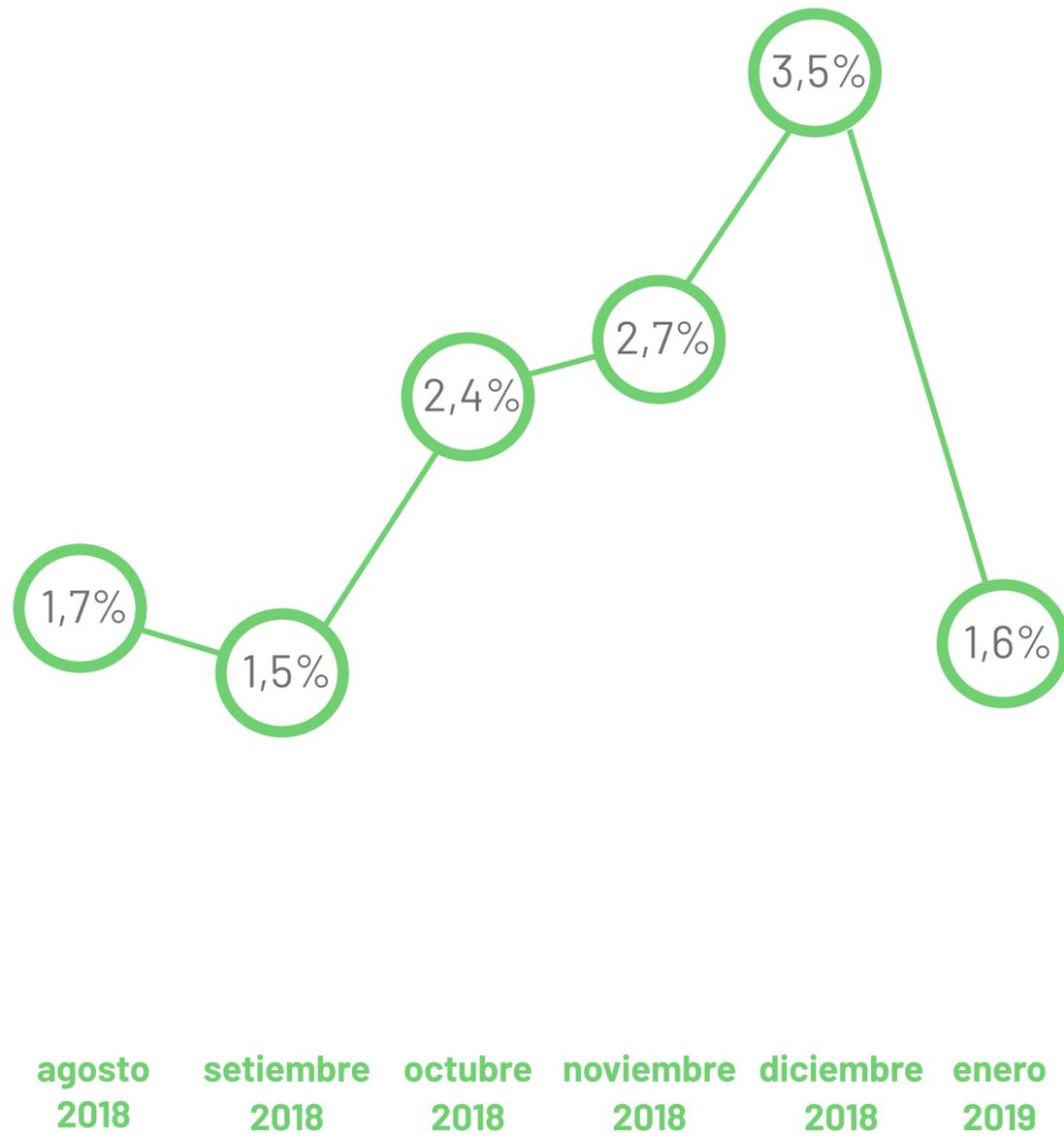
Evolución m² de sucursales

	2014	2015	2016	2017	2018
Metros cuadrados	7514	8443	9094	9693	10.633
Evolución		12,4%	7,7%	6,6%	9,7%

Evolución de ausentismo (%)

	2014	2015	2016	2017	2018
Ausentismo	5,8%	4,7%	5,6%	4,7%	5,7%

Rotación mensual (%)



Rotación anual (%)

	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2018
Rotación	61%	46%	40%	39%	33%

Cantidad de proveedores activos

	2014	2015	2016	2017	2018
Cantidad de proveedores	288	334	345	384	417
Evolución %		16,0%	3,3%	11,3%	8,6%

Informe de Resultados Trust Index©

Encuesta de clima laboral

Objetivos:

EVALUAR



El nivel de **confianza** y la calidad de las relaciones en la organización.



Los **cambios** experimentados en las percepciones de los colaboradores.



Las diferentes **tendencias** según los cortes demográficos.

COMPARAR



Las experiencias de los colaboradores en la organización con aquellas de los **Mejores Lugares para Trabajar** y con el **mercado local**.

Ficha técnica:

Herramienta:

- Encuesta con 58 sentencias Trust Index©
- 2 preguntas abiertas
- 5 sentencias adicionales

Benchmarks:

- Los Mejores Lugares para Trabajar 2017
- Mercado 2017



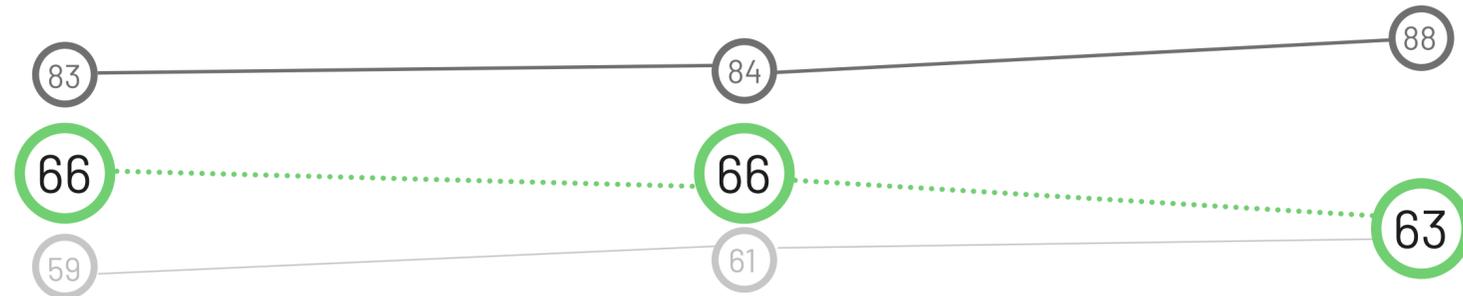
1384
encuestados

1186
cantidad de
respuestas

86%
tasa de
respuesta

Resultados generales

Ambiente de trabajo - indicadores globales



Promedio confianza

Representa el promedio de las dimensiones Credibilidad, Respeto e Imparcialidad.

Promedio general

Representa el promedio aritmético de las 58 sentencias que conforman el Modelo©.

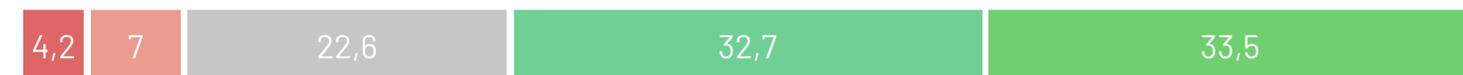
Percepción general

Sentencia 58: "Teniendo en cuenta todo, yo diría que este es un excelente lugar para trabajar"

..... 2018 farmashop la cuida — Los Mejores Lugares para Trabajar 2017 (BMK) — Mercado

Innovación en el lugar de trabajo

Farmashop

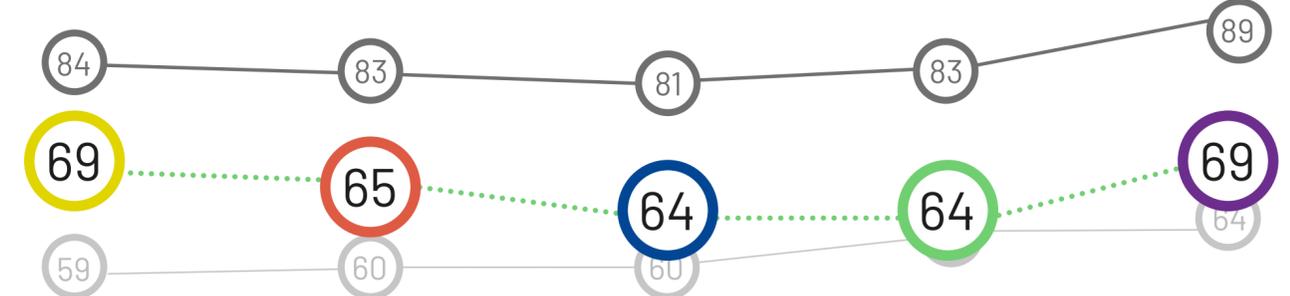


BMK Mejores 2017



■ Casi siempre es falso ■ Frecuentemente es falso ■ A veces es falso/ a veces es verdad ■ Frecuentemente es verdad ■ Casi siempre es verdad

Resultados por dimensiones



Credibilidad

Dimensión que evalúa la comunicación, competencia e integridad de los jefes.

Respeto

Evalúa el respaldo, la participación y el cuidado de las personas.

Imparcialidad

Evalúa la equidad, la ausencia de favoritismo y la justicia.

Orgullo

Expresa la forma en que los empleados se relacionan con su trabajo, con su equipo y con la institución.

Camaradería

Evalúa la calidad de las relaciones interpersonales, la hospitalidad y el sentido de pertenencia.

..... 2018 farmashop la cuida — Los Mejores Lugares para Trabajar 2017 (BMK) — Mercado

Comentarios de los colaboradores

"Estoy muy agradecida con la empresa por toda la capacitación y posibilidades de desarrollo, es un lugar muy humano donde tienen valores muy buenos."

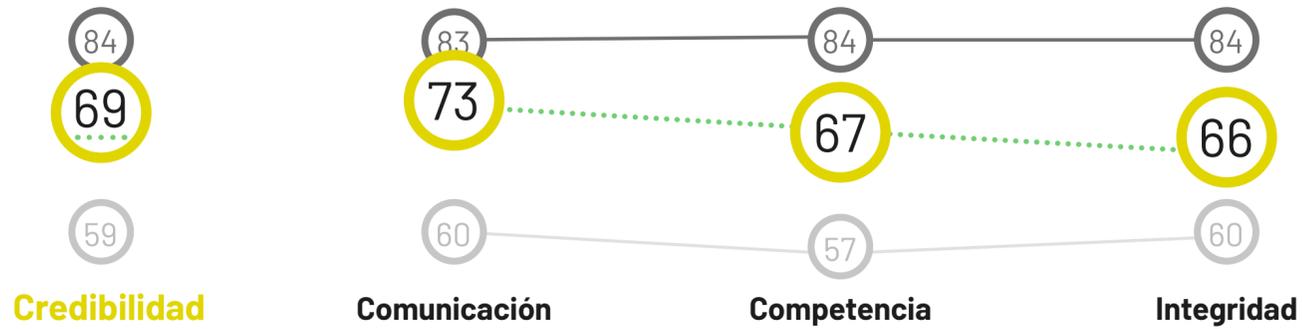
"Es un trabajo estable, con un ambiente laboral agradable y ameno. Cumplen en tiempo y forma con los pagos correspondientes."

"Es un ambiente cálido, con buenos compañeros, con posibilidad de estar siempre aprendiendo."

Confianza por dimensiones



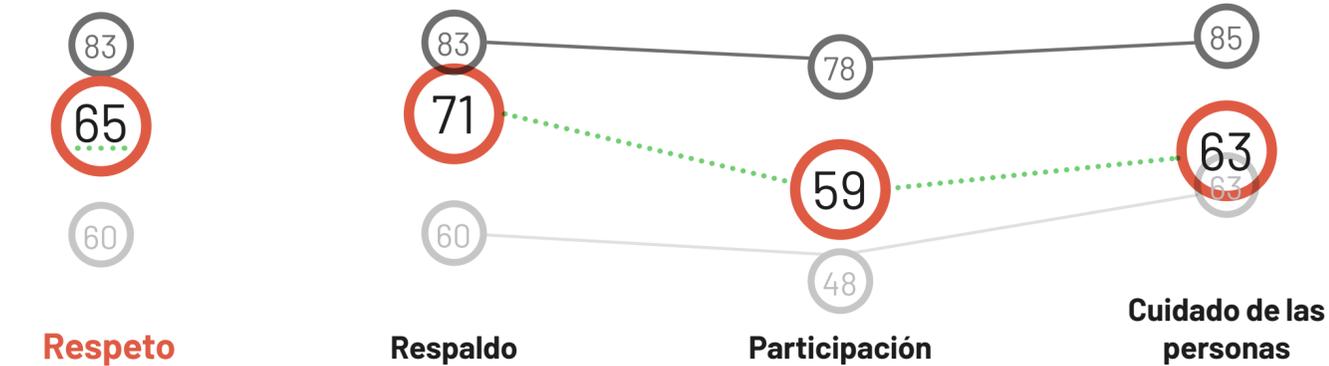
Dimensión credibilidad



Credibilidad



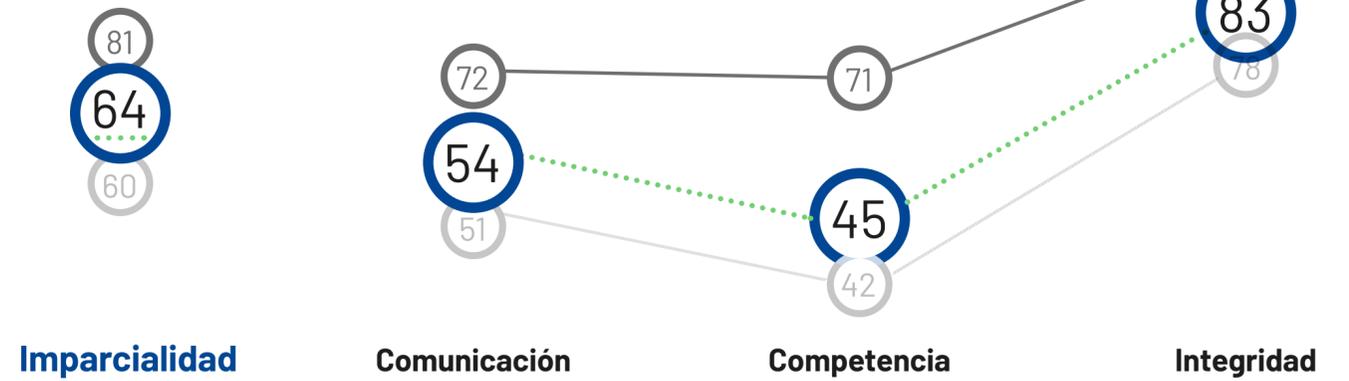
Dimensión respeto



Respeto



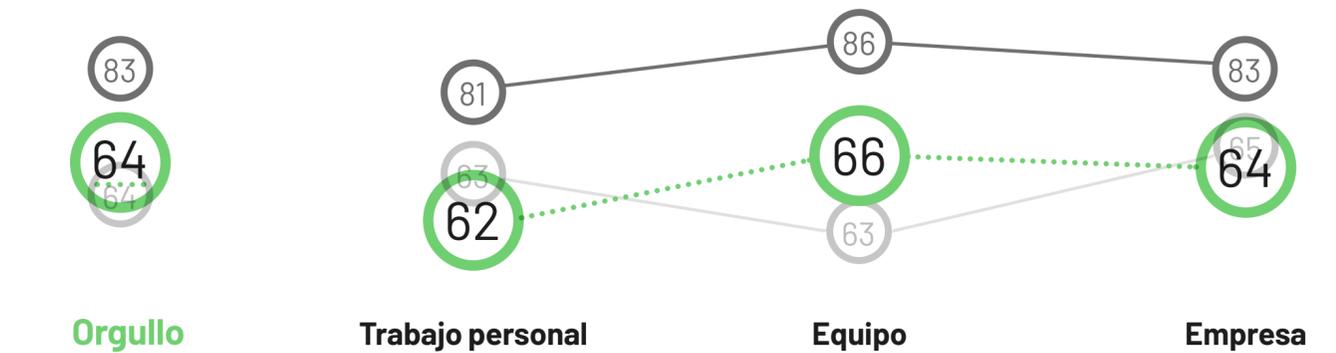
Dimensión imparcialidad



Imparcialidad



Dimensión orgullo



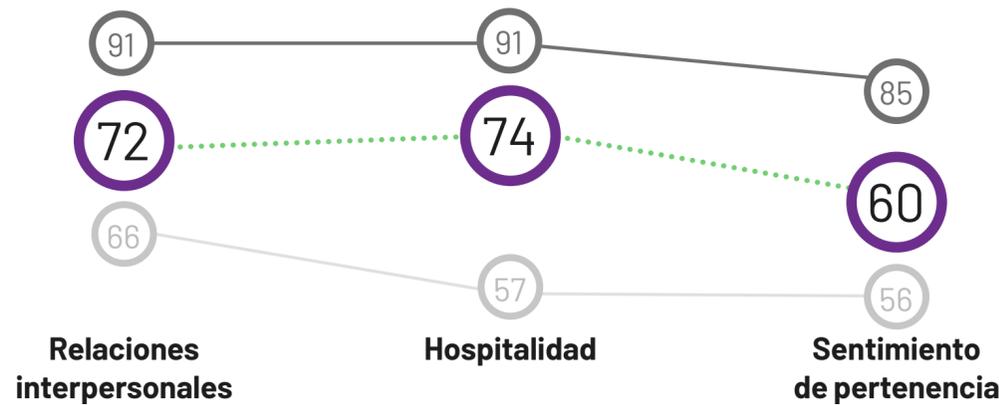
Orgullo



Dimensión camaradería

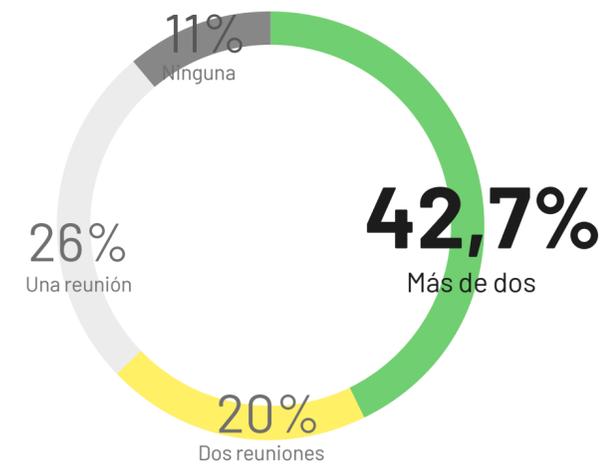


Camaradería

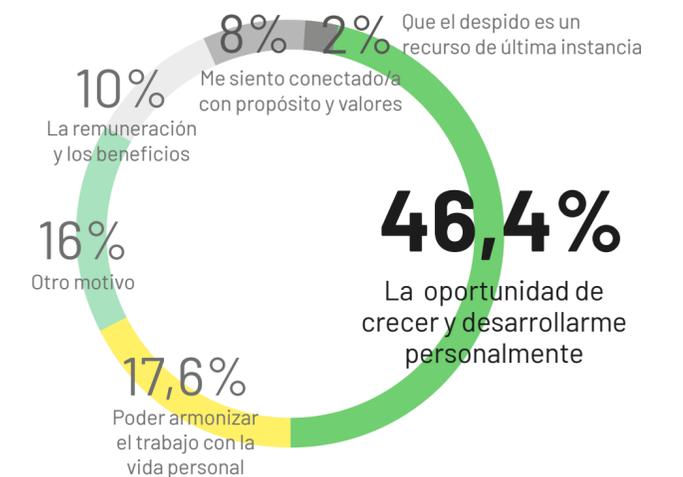


Porcentaje de participación por demografías

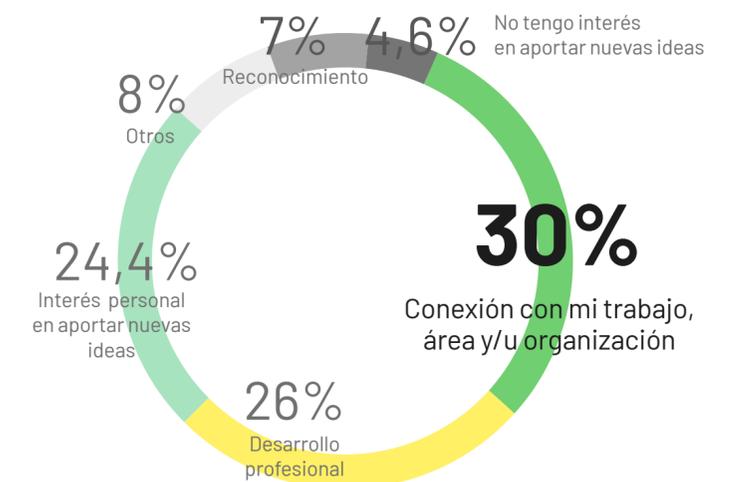
Cantidad de reuniones de devolución (Feedback)



Motivo de permanencia



¿Qué me motiva a aportar nuevas ideas?



Proyectos 2019

Delineamos nuestros objetivos hacia el próximo año que engloban nuestra estrategia para continuar siendo líderes en el rubro a nivel nacional.

Metas hacia nuestros colaboradores:

- Brindarles más profesionalizando cada posición dentro de la compañía.
- Desarrollar e implementar mejoras tecnológicas, innovando para perfeccionar nuestros sistemas.
- Implementar un nuevo sistema de gestión de administración de personal, a través de la plataforma Kronos. Optimizando los procesos, mejorando los resultados.
- Impulsar la nueva *Intranet*, el canal de comunicación Interna por excelencia dentro de la compañía. Más atractivo, más funcional, más dinámico.
- Continuar mejorando cada espacio de trabajo, para ofrecer a nuestros colaboradores excelentes condiciones laborales.
- Promover espacios de encuentro entre colaboradores de todas las áreas de la compañía, generando *feedback* continuo.

Metas hacia nuestros stakeholders:

- Ofrecer al cliente nuevas y mejores posibilidades, para generar una excelente experiencia de compra.
- Implementar más acciones, para llegar a 1.000.000 de clientes fidelizados en 2020.
- Implementar nuevas unidades de negocio, que permitan a la compañía seguir creciendo en el rubro de *retail*.
- Liderar el mercado en el desarrollo de canales digitales como la app y tienda *online*.
- Perfeccionar nuestra Central de Desborde Telefónico, implementando nuevas plataformas que potencien la venta y brinden mejor experiencia a los clientes.
- Optimizar nuestro servicio de *delivery*, alcanzando la entrega de pedidos en menos de una hora.
- Brindar más oportunidades para todos, a través de programas de empleo inclusivo.
- Continuar siendo líderes, a través de la innovación y excelencia en la atención.



Memoria anual 2018

Redacción:

Florencia Blanco, Clarisa Gorozurreta y Adriana Viazzi |
Área RSE & Comunicación Interna de Farmashop.

Diseño, maquetación y edición de textos:

estudiomacarron.com

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

Corrección de estilo:

María Noel Melgar.

Fecha de publicación:

Octubre 2019.

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 | Teléfono: 2848 4848 | www.farmashop.com.uy



farmashop.com.uy

