

/2020

Memoria anual



Capítulo 1:

Nuestra empresa

3

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

Capítulo 2:

Desarrollo de Capital Humano

12

- Datos demográficos
- Programas de empleo
- Políticas de capacitación
- Marca empleadora: en construcción constante
- La comunicación de todos
- Premios y reconocimientos
- Política salarial 2019/2020

Capítulo 3:

Liderazgo

26

- Nuestra estrategia comercial
- Comunicación de calidad con nuestros clientes
- Centro especializado en belleza al alcance de todos

Capítulo 4:

Excelencia en la atención

36

- Omnicanalidad
- Más Salud: atención farmacéutica personalizada para nuestros clientes

Capítulo 5:

Mejora continua

45

- Nuestro compromiso: calidad y medio ambiente
- Tecnología
- Tecnología aplicada a procesos de RRHH
- Más metros para una logística integral

Capítulo 6:

Nuestro compromiso

55

- Responsabilidad Social
- Seguridad y Salud Ocupacional

Capítulo 7:

Resultados

67

- Resultados de la encuesta de clima laboral
- Conclusiones generales

Apartado:

Un año desafiante 73

El 2020 nos puso a prueba

Nuevos desafíos

Principales medidas adoptadas

Protocolos desarrollados frente a la emergencia sanitaria

Comienza el desafío de cuidarnos entre todos

Nuestro compromiso con la comunidad



Capítulo 1:

Nuestra empresa

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



Palabras del director general

Martín Sorrosal



Hay algo que nos define en Farmashop: siempre trabajamos para brindar el mejor servicio y la mejor atención a nuestros clientes y hacer de nuestra compañía un gran lugar para nuestros colaboradores.

Los dos últimos años fueron muy diversos y desafiantes. Con metas diferentes, pero con los valores que nos caracterizan.

En primer lugar, podemos decir que la llegada a nuevos departamentos y la innovación en la operativa, logística y abastecimiento a través del nuevo Centro de Distribución, fue en gran parte lo que caracterizó nuestro 2019.

Trabajamos continuamente para mejorar la experiencia de compra de nuestros clientes, mediante la optimización constante de nuestros canales de venta.

Brindar oportunidades de crecimiento profesional y la capacitación constante de nuestros colaboradores son pilares fundamentales en el desarrollo de capital humano dentro de la compañía, algo con lo que estamos comprometidos y en lo que seguiremos profundizando.

En segundo lugar, si el 1° de enero nos hubieran dicho que el 2020 iba a tener como protagonista al Covid-19, no lo hubiésemos creído. Sin dudas, fue un año inusual y desafiante. Nos llevó a reinventarnos y a trabajar en conjunto con un mismo fin.

Hoy, luego de varios meses de mucho trabajo, podemos decir que tenemos más certezas que dudas.

Todos en Farmashop trabajamos en pos de la continuidad del negocio. En este úl-



Si hay algo que tenemos más que claro es que para sortear los momentos más difíciles son necesarias una buena organización, un equipo sólido y comprometido y mucho esfuerzo.

timo año, los canales alternativos tuvieron un auge inusitado y una gran cantidad de proyectos que se preveían para un futuro más lejano fueron puestos en práctica en tiempo récord y con resultados más que alentadores.

La toma de decisiones de una forma ágil pero consistente desembocó en una tien-

da web con un número muy significativo de ventas, una entrega de pedidos rápida, una experiencia al cliente con un mayor desarrollo y una atención presencial en sucursales que brindó un servicio constante y de calidad.

Frente al contexto de este último año salimos fortalecidos, potenciados y preparados para el próximo. Seguiremos trabajando para continuar siendo líderes en el rubro.



Líder en farmacias del país

En 1998 surge Farmashop, un nuevo concepto de farmacia de la mano del ex gerente general de la cadena de supermercados e hipermercados Devoto Hermanos. 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.

En el año 2013, Farmashop pasa a formar parte del grupo inversor Linzor Capital Partners, lo que

le permitió incorporar grandes diferenciales al negocio, llevando el nuevo concepto al interior, ofreciendo empleo de calidad y contribuyendo a modernizar al país. Además, 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.

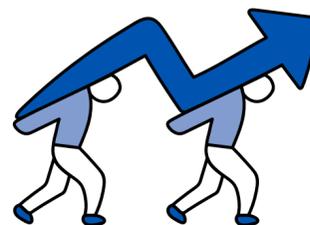
Nuestros valores



Integridad



Vocación de servicio



Trabajo en equipo



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.

+98

puntos de venta

+1600

colaboradores

+5000m²

Centro de Distribución

Hitos

1998

NACE FARMASHOP

Creación de Farmashop de la mano del ex gerente general de la cadena Devoto Hermanos, quien adquiere tres farmacias del Grupo Exxel, ubicadas en Sayago, Pando y Piriápolis.



1999

TRES FARMACIAS NUEVAS

La cadena comienza a expandirse en Montevideo y el interior del país.

2001

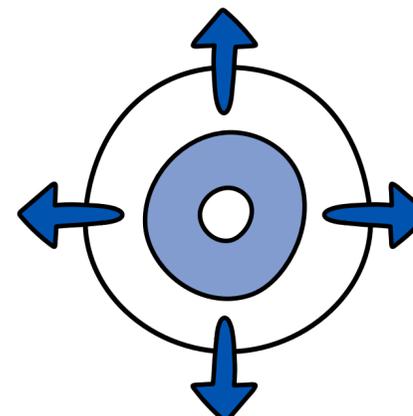
CONTINÚA LA EXPANSIÓN

Se inauguran tres nuevas sucursales.

2000

POCITOS Y PRADO

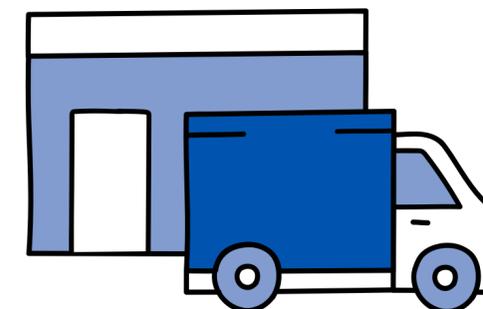
Se inauguraron dos nuevas farmacias en estos barrios.



2002

REESTRUCTURA Y TRES ADQUISICIONES NUEVAS

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.



2003

UN AÑO DE DESAFÍOS

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

2004

PRIMERA CADENA DE FARMACIAS

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.



2005

CRECIMIENTO SOSTENIDO

La cadena sigue creciendo y suma tres nuevas farmacias.

2006

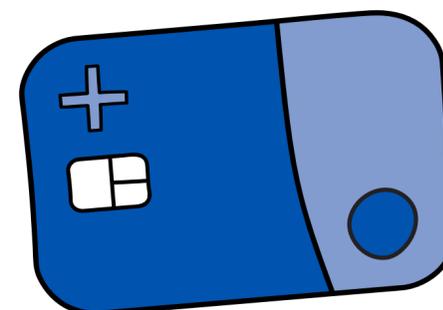
MÁS FARMASHOP MÁS CALIDAD DE VIDA

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.

2007

MÁS DE 30

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



2008

LA APUESTA A MÁS

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.



2012

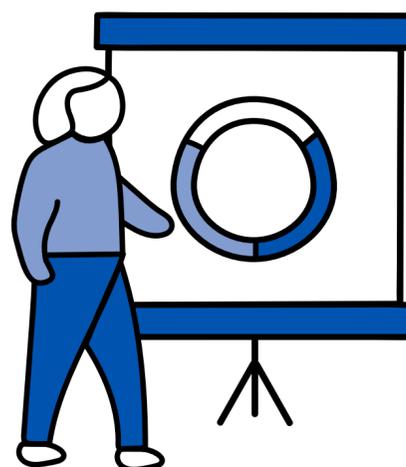
NUEVOS BARRIOS

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

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.



2010

CRECIMIENTO INTERNO

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.

2009

COMPRAS GRATIS

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

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.

2014

NUEVAS PROPUESTAS

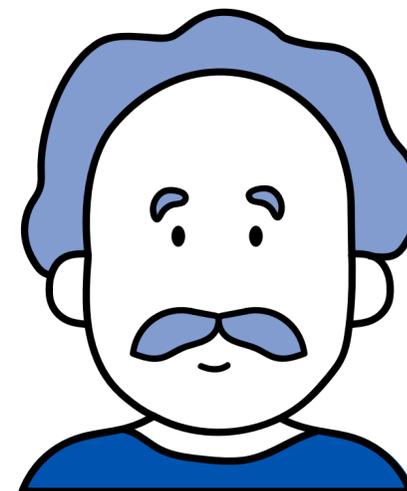
Se instaure el jueves como día de grandes descuentos y promociones.

Se lanza el programa de empleo para Mamás, Tías y Abuelas. Se remodelan 14 farmacias.

2015

MÁS INICIATIVAS

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



2019

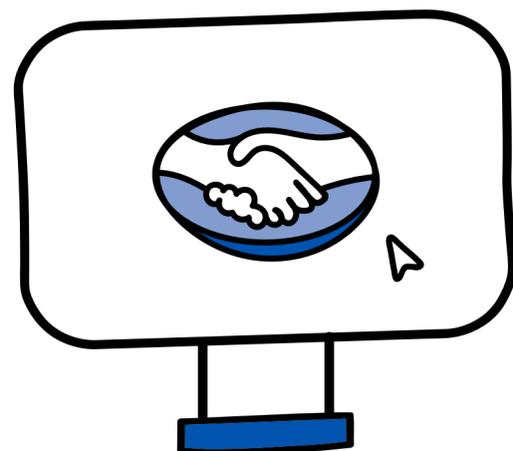
EXPANSIÓN Y MEJORA EN LA ATENCIÓN

Se abrieron sucursales en nuevos departamentos: Artigas, Durazno, Tacuarembó y San José. Lanzamiento de Más Salud: un concepto más amplio en la atención farmacéutica. Mudanza del Centro de Distribución al corredor logístico de Ruta 101, con un espacio de +5000 m².

2016

RENOVACIÓN DIGITAL

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.



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 se concretó el Go Live del proyecto cambio de ERP (Enterprise Resource Planning) y DP (Demand Planning).

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

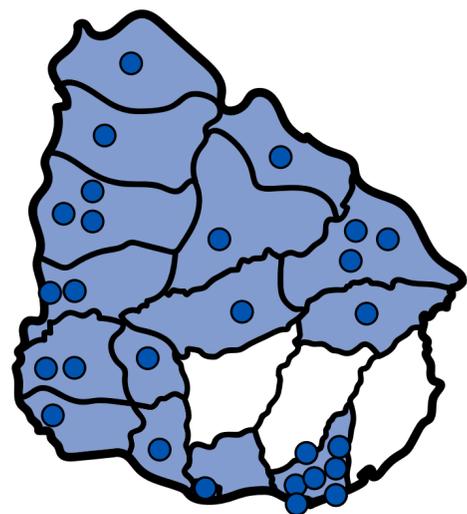
2020

UN NUEVO CONTEXTO

Se abrieron sucursales en nuevos departamentos: Flores y Treinta y Tres. Más Salud recibe la certificación. ISO:9001 Más Salud. Apoyo a la comunidad en el contexto de emergencia sanitaria. Reconversión de puestos de trabajo. Desarrollo de canales alternativos. Surge SEO: Servicio de Experiencia Omnicanal.



98 sucursales



61 :: **17** :: **28**

puntos de venta en Montevideo

con delivery

abiertas 24 horas

37 :: **20**

en el interior

con delivery

10 :: **17** :: **32** :: **39**

megas

grandes

medianas

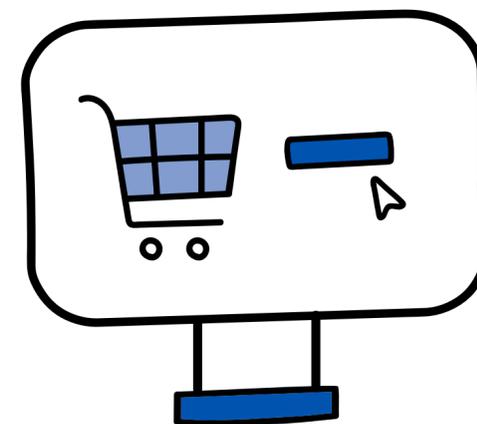
chicas

5 :: **1** :: **1** ... **5000 m²**

centros OM by Farmashop

centro de atención telefónica SEO

Centro de Distribución



Tienda online y tienda oficial en MercadoLibre

+20

sucursales ampliadas y reformadas



Equipo de directores



ROBERTO ACOSTA

Director de Recursos Humanos



CARLOS CARNEIRO

Director de Operaciones



SOFÍA CENTURIÓN

Directora de Administración y Finanzas



DAVID COSSINI

Director de Omnicanalidad



MATÍAS LÓPEZ

Director Comercial



IGNACIO MIGNONE

Director de Logística y Distribución



MIGUEL ROSSI

Director de Tecnología



MALENA VERGARA

Directora de Procesos y Auditoría

Equipo de gerentes



DIEGO BAUDO
Gerente de Mantenimiento,
Insumos y Servicios



FABIANA COSTANIAN
Gerente de Desarrollo



ROBERT DENIS
Gerente de Operaciones |
Interior



MÓNICA HERNÁNDEZ
Gerente de Trade Marketing



INGE LINKERT
Gerente de Producto
Medicamentos



LAURA MARTÍNEZ
Gerente Operativo |
Centro de Distribución



EMMANUEL MORALES
Gerente de Nuevos Negocios



GABRIELA MONTONE
Gerente de Contabilidad



NATALIA MUNIZ
Gerente de Operaciones |
Montevideo



LORENA PALMIERI
Gerente de Capital Humano



NANCY PERERYRA
Gerente de Experiencia
del Cliente



DANIELA PUIG
Gerente de Category
Management



MARÍA JOSÉ QUEIJO
Gerente de Delivery



JUAN TEBA
Gerente de Marketing



Capítulo 2:

Desarrollo de Capital Humano

Datos demográficos

Programas de empleo

Políticas de capacitación

Marca empleadora:
en construcción
constante

La comunicación
de todos

Premios
y reconocimientos

Política salarial
2019/2020

Nuestro pilar fundamental

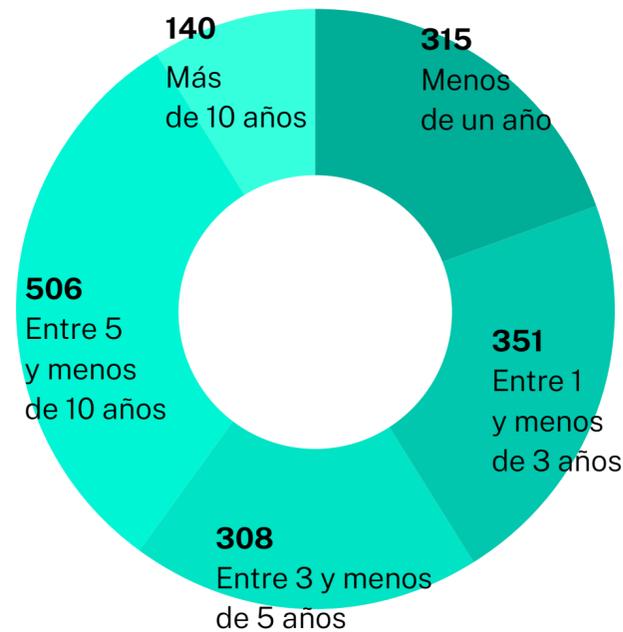
El desarrollo del capital humano es uno de nuestros pilares. Creamos oportunidades de desarrollo y programas de empleo para quienes tienen un gran potencial de crecimiento. Además, construimos alianzas institucionales mediante las cuales brindamos pasantías en diferentes áreas de la compañía. Renovamos y actualizamos constantemente nuestros procesos de selección, tanto internos como externos.

Generamos instancias de comunicación, encuentros e intercambios entre los colaboradores. Brindamos los medios, el espacio y la libertad de expresión, que entendemos son fundamentales para lograr un buen clima laboral.

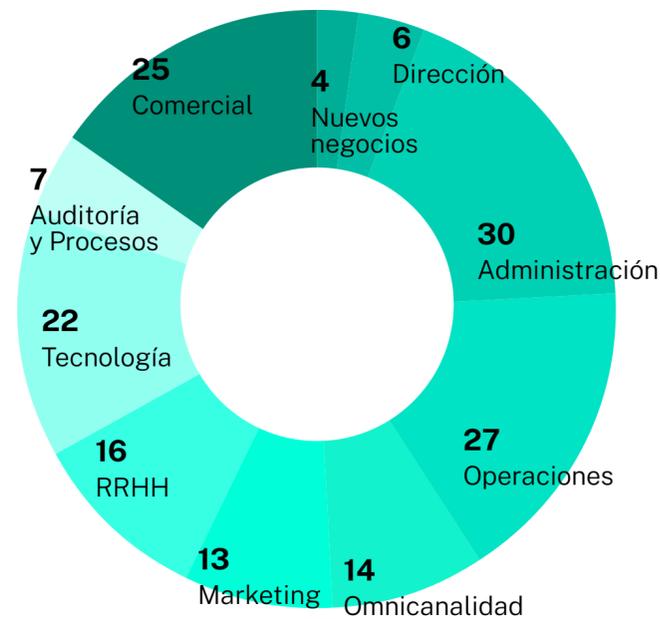


Datos demográficos

Antigüedad

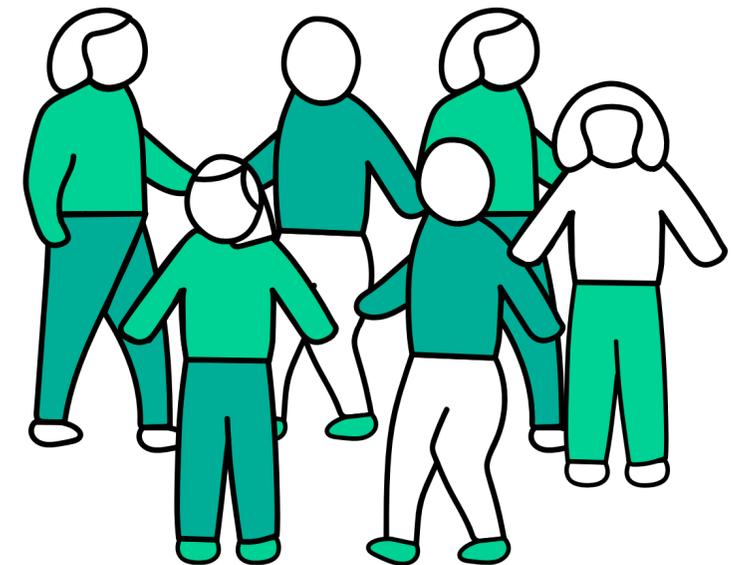


Colaboradores según el sector de oficina



1620
colaboradores

219
colaboradores con personal a cargo



La participación de mujeres en roles de conducción:

151 mujeres con personal a cargo

2 directoras

97 encargadas

10 gerentes

18 jefas

1 secretaria

14 supervisoras

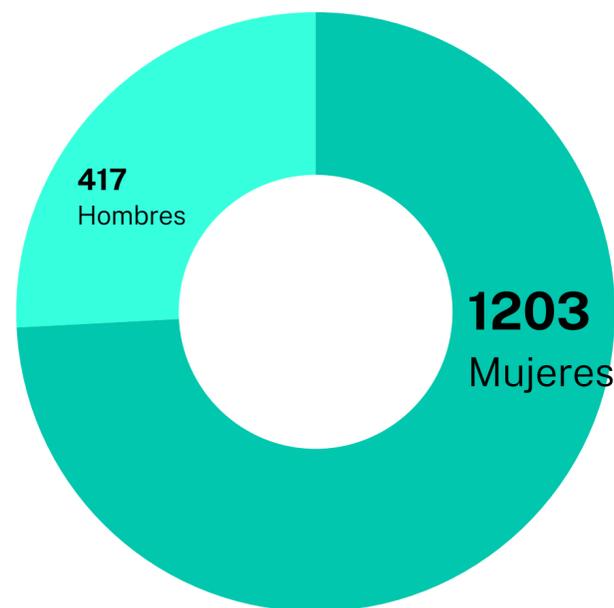
7 team leaders

1 brand manager

1 líder QA

* A igual posición se percibe el mismo salario, debido a que asignamos las remuneraciones en función de escalas salariales y en base a la matriz de valoración de cargos.

Colaboradores por género



Programas de empleo

Mamás, Tías y Abuelas

El programa MTA ofrece a mujeres de entre 35 y 55 años la oportunidad de reinserirse laboralmente. No solo se trata de una oportunidad de empleo, sino que además les brinda acceso a herramientas que favorecen su desarrollo profesional y personal, así como a actividades de capacitación comercial y cursos de especialización.

Las participantes de este programa brindan un valor agregado por su experiencia laboral previa en diversos rubros y su marcada vocación de servicio. Además, actúan como una red de contención en los equipos de trabajo que integran. Esto se traduce también en un impacto positivo en la experiencia de los clientes.



Es así como hemos identificado un problema y generamos una acción para resolverlo. Estamos comprometidos con disminuir la brecha de género, apostando a aumentar la visibilidad y resignificar el rol profesional de estas mujeres.

Ley de empleo juvenil

En febrero de 2019 comenzamos a contratar colaboradores a través de la Ley de Empleo Juvenil, mediante un programa temporal de empleo y la realización de prácticas laborales formativas en el marco de programas educativos.

Mediante esta ley, brindamos oportunidades a jóvenes para tener su primera experiencia laboral formal. El compromiso y la actitud son las principales cualidades que buscamos en este tipo de perfiles.

A su vez, desarrollamos importantes alianzas para promover la generación de oportunidades laborales para personas que se encuentran en situaciones de vulnerabilidad y, así, contribuir en la disminución de las desigualdades. En 2019, Farmashop fue una de las empresas pioneras a nivel nacional en trabajar con formación dual junto a las instituciones Gurises Unidos y Centro de Participación Popular.

Todos los colaboradores que ingresan bajo las modalidades de contratación de Primer Experiencia Laboral y Trabajo Protegido Joven tienen la posibilidad de ser contratados de forma efectiva.

Farmashop Te suma

Cada año renovamos nuestro compromiso con la inclusión de personas en situación de discapacidad. En el último año se incorporaron cuatro nuevos colaboradores no oyentes a la compañía a través de este programa. Por ello, ante necesidades concretas, adaptamos nuestros contenidos audiovisuales y procesos de inducción y capacitación, con el apoyo del servicio de intérprete de señas.

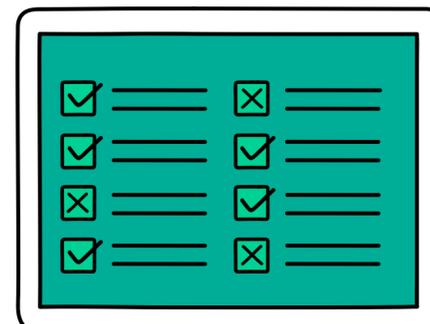


Valoración de puestos

Este proceso nos permite establecer el valor relativo que tiene un cargo en función del nivel de responsabilidad y del impacto en los resultados de la compañía. Esto nos brinda la posibilidad de evaluar el puesto en sí y no a la persona que lo ocupa. Al establecer este “peso relativo” se puede agrupar y nivelar los cargos basándose en criterios comunes.

Los insumos que tomamos en cuenta para determinar el valor de cada cargo fueron los siguientes:

- Estrategia de la empresa, misión, visión, valores y política de calidad.
- Organigrama.
- Listado de cargos a valorar.
- Descripciones de cargos.
- Diccionario de competencias.



Generamos una matriz de valoración a medida de la compañía, integrada por cuatro fuentes: competencias, responsabilidades, impacto y condiciones. Cada una de ellas posee una ponderación específica que está alineada a los objetivos estratégicos organizacionales.

Luego, consolidamos un Comité de Valoración integrado por todos los directores de la compañía para valorar cada uno de los cargos de su equipo de trabajo.

+150

cargos en la compañía

Por último, calibramos y analizamos los resultados obtenidos. El resultado final del proceso de valoración fue un ordenamiento de todos los cargos de la compañía de acuerdo a su nivel de aporte a la estrategia organizacional.

Políticas de capacitación

En el período 2019/2020, impulsados por la transformación digital potenciada por el Covid-19, dimos un paso más en la descentralización de las oportunidades de formación y garantizamos el acceso a la inducción a todos los colaboradores que ingresan a la compañía desde

los 16 departamentos donde estamos presentes. Además, llevamos a cabo el curso de Idóneo en Farmacia de forma 100% remota, por primera vez.



Becas otorgadas

2019

2020

Curso Idóneo en Farmacia

70

33

100% online

UDE

6

becas para la Escuela de Desarrollo Empresarial

6

4 becas totales para cursos en Escuela de Desarrollo Empresarial y 2 becas para Técnico en Gerencia

Universidad de Montevideo

33

becas para la especialización en Perfumería & Cosmética

2

becas para el Programa de Desarrollo Directivo (IEEM) y una beca parcial para MBA



Marca empleadora: en construcción constante

LinkedIn

Esta red constituye una de nuestras principales herramientas digitales en el desarrollo y construcción como marca empleadora. Es un canal de encuentro con nuestros actuales y futuros colaboradores y un espacio de interacción con otras organizaciones, clientes y proveedores.

A través de esta red, damos visibilidad a nuestra cultura organizacional, compartimos nuestras últimas novedades y los proyectos que realizamos desde nuestro rol de farmacia comunitaria en temas de responsabilidad social empresaria.

Los colaboradores son los principales constructores de nuestra marca, generando conversaciones sobre la compañía en esta red, interactuando y compartiendo actualizaciones.

En el último año, trabajamos en aumentar la participación de los colaboradores en este espacio, al considerar este canal de comunicación como una plataforma complementaria en donde pueden descubrir más novedades de la compañía.

Durante los últimos años, con el desarrollo de una importante estrategia de contenidos, consolidamos nuestra presencia en la red con un crecimiento exponencial, ubicándonos entre las empresas de retail uruguayas con más seguidores.

34.000

seguidores en LinkedIn



+19.600

seguidores desde ene/2019 a hoy

Atracción de talento 2.0

Implementamos procesos de atracción de talento 2.0 que, a través de herramientas interactivas, nos permiten crear un vínculo más cercano con los candidatos, basado en la confianza y el compromiso.

Adaptamos la estrategia a los requisitos de cada vacante y utilizamos diversos abordajes para encontrar al mejor profesional para cada una de las posiciones. La herramienta más utilizada por nuestro equipo en la búsqueda de posibles candidatos profesionales es LinkedIn.

Uno de los distintivos de nuestros procesos de selección de posiciones estratégicas es brindar la posibilidad a los finalistas de demostrar su potencial en una instancia de presentación donde se asignan tareas inherentes al cargo, utilizando datos no reales. Esto cobra especial relevancia en los procesos de postulaciones internas.

Ferias de empleo

Con el fin de acercarnos a estudiantes, descubrir nuevos talentos y potenciar nuestra marca empleadora, participamos de diferentes ferias de empleo presenciales y virtuales organizadas por instituciones educativas: IEEM (Universidad de Montevideo), Universidad ORT y Universidad Católica.



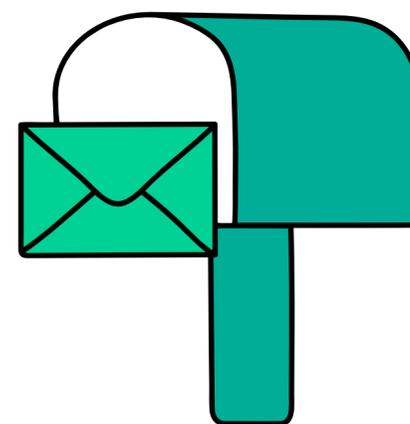
La comunicación de todos

La comunicación interna es estratégica para nuestra compañía, ya que favorece la interacción constante entre los colaboradores entre sí, y a su vez, con los respectivos líderes. Contamos con diversos canales de comunicación (Intranet, mail, carteleras convencionales y digitales) mediante los cuales nos mantenemos informados, tanto de novedades diarias como de objetivos, valores y cambios propios de la compañía.

Nuestra premisa: todos somos comunicadores internos, todo lo que hacemos comunica.

Nuestros objetivos: brindar las herramientas para lograr una comunicación fluida y transparente, empoderar a los líderes y fomentar la participación de todos los colaboradores en el proceso de comunicación, generando conversaciones internas en todas las áreas de la compañía.

Nuestra estrategia: involucrar a todos en el proceso de comunicación, fomentando los canales formales, pero también los informales como las reuniones de equipo y encuentros cara a cara. Consideramos que el feedback en todos los ámbitos es fundamental para optimizar los procesos que impactan directamente en el trabajo diario de los colaboradores.



Buzón de sugerencias

Es un canal de comunicación disponible en Intranet, abierto a todos los colaboradores donde pueden expresar con libertad sus comentarios, opiniones, sugerencias de mejora o inquietudes. Cada uno de los mensajes es respondido por el equipo de Comunicación Interna, con previo asesoramiento del área involucrada en el tema.

Buzones	2019	2020
Agradecimiento	7	9
Felicitaciones	1	1
Inquietud	43	63
Sugerencia	162	205
Otros	20	26
Totales	233	304

(*) Datos hasta noviembre 2020. Se aprecia un incremento de buzones durante este año, debido al contexto de emergencia sanitaria (ver apartado COVID-19).

Premios y reconocimientos

Premio Merco

Merco (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa), referente en el mundo, es uno de los primeros monitores auditados a nivel mundial. Se trata de un instrumento de evaluación reputacional lanzado en el año 2000, basado en una metodología *multistakeholder* compuesta por seis evaluaciones y veinticinco fuentes de información. En 2019 y 2020 recibimos los siguientes reconocimientos a nivel nacional:

Nº1 2019/2020

en reputación corporativa en el sector Perfumería & Cosmética

.....

Nº14 2019

en el ranking general de reputación corporativa (entre 100 compañías en total)



Empleo Soñado 2020

Es un ranking que se realiza anualmente con base en una votación de recién egresados y estudiantes universitarios que no se encuentran trabajando. Permite determinar qué piensan los jóvenes uruguayos sobre el mercado de trabajo, las empresas, el liderazgo y su carrera profesional. En 2020 obtuvimos la siguiente posición:

Nº6
en el ranking de marca
empleadora en Uruguay



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 partici-

pan 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, otorgando transparencia en la retribución variable.

- **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 y el inicio del ciclo escolar o



Capítulo 3:

Liderazgo



Nuestra estrategia comercial:

Ventas corporativas y diferidas

Marcas propias

Comunicación de calidad
con nuestros clientes:

Farmacard

Mailing y Farmashop news

Cuponera

Nona

Centro especializado en
belleza al alcance de todos

Nuestra estrategia comercial

Ventas corporativas y diferidas

El área de **Ventas Corporativas** atiende a organizaciones de diferente índole como clubes deportivos y residenciales de ancianos, ofreciéndoles productos con el fin de estrechar lazos y ayudarlos a cubrir sus necesidades.

La **venta diferida** nace como un proyecto para acercar a los clientes artículos que normalmente no se encuentran exhibidos en las sucursales, pudiendo adquirirse únicamente en la tienda online.

Actualmente contamos con dos categorías: Ortopedia y Oxigenoterapia. De esta manera, los clientes tienen acceso a productos tales como: sillas de ruedas, bastones, inmovilizadores, andadores, cilindros de oxígeno, equipos c-pap y concentradores de oxígeno.



Marcas propias

Con el fin de aumentar y diferenciar la oferta al alcance de nuestros clientes, en el 2017 incorporamos nuevas categorías de productos al mix de mercadería importada, como accesorios de cuidado personal, accesorios de cabello y maquillaje y utilitarios para el hogar.

Para mejorar la calidad, packaging y exhibición de toda la importación, nos aliamos con Siman Trio, empresa que trabaja con varios referentes del retail.

Fue así que creamos y diseñamos nuevas marcas para representar estas nuevas categorías de productos. Así nacieron **Top**, **Calm**, **Rabbit**, **Safy**, **Travel** y **Farma Hogar**.



Accesorios de cabello



Accesorios de cabello y baño



Accesorios e indumentaria para bebés y niños



Artículos de decoración y para el hogar



Accesorios de farmacia

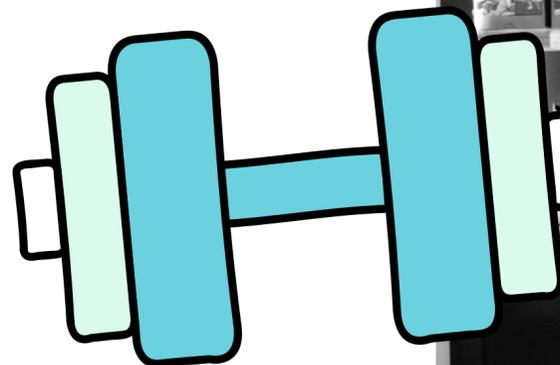
Trabajamos en el diseño de cada góndola para lograr una presentación más atractiva e integral de cada categoría para nuestros clientes.

Farmafitness

Creamos **Farmafitness** para desarrollar la categoría Suplementos Deportivos, que cuenta con un gran potencial de crecimiento en nuestro país.

En una primera instancia, realizamos un proyecto piloto en una sola sucursal y sus buenos resultados llevaron a que hoy tenga presencia en 16 sucursales y en la tienda online.

Con fuerte presencia en el Mailing y en otras importantes promociones, así como también con la participación en el Congreso de Medicina del Deporte 2019 y una destacada visibilidad en las redes sociales, Farmafitness logró posicionarse como una marca referente.



Planogramas

Cada categoría de productos tiene un objetivo, y para cumplirlo el equipo de Category Management diseña estrategias y tácticas de exhibición que se traducen en planogramas.

El planograma es el diseño gráfico que determina la posición de un producto en la góndola, de acuerdo con su surtido o gestión por categoría.

Esta herramienta sirve no solo para aumentar la venta de cada categoría, sino también para rentabilizarla y hacerla más eficiente -tanto en el surtido como en los stocks-, mejorando la experiencia de compra del cliente.

Actualmente contamos con planogramas de las categorías: Cuidado Capilar, Cuidado Oral, Protección Femenina, Desodorantes, Cremas Corporales, Jabones, Tintas, Perfumería de bebé, Depilación y Bronceadores.

Marcas exclusivas

Incorporamos marcas exclusivas a nuestro mix, como **BeEco** (productos ecológicos realizados con pulpa de bambú) y **Baylis & Harding** (marca inglesa de productos de cuidado personal) para ofrecerles a nuestros clientes constante innovación y propuestas diferentes.

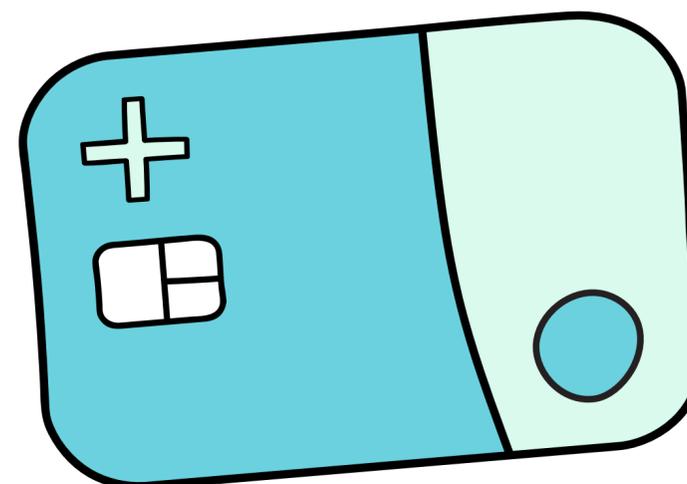
Comunicación de calidad con nuestros clientes

Nuestra regla de oro es conectar con el cliente. Por eso, y hoy más que nunca, nuestro departamento de Marketing trabaja con este fin, apostando a la creativi-

dad, la generación de contenido innovador y de calidad, la hipersegmentación, el análisis de los KPI's (Indicador Clave de Desempeño) y la generación de relaciones verdaderas y duraderas.

Farmacard

Continuamos desarrollando nuestro programa de fidelidad, creado para gratificar y beneficiar a nuestros clientes. Este programa premia a los socios con créditos acumulables denominados Farmapuntos. Busca fidelizar a los clientes a través de acciones personalizadas, descuentos exclusivos y regalos mensuales, por ejemplo, los galardones de cliente Oro, Plata y Bronce.



880.000 socios de Farmacard

Su propuesta de valor es clara y atractiva. **Con una cartera de más de 780.000 socios, Farmacard confirma año a año que es el programa de fidelidad más completo del mercado uruguayo.**

Nuestros socios hacen uso de su Tarjeta Farmacard tan solo con el número de cédula. Para solicitar una, alcanza con acercarse a cualquiera de nuestras sucursales o registrarse en nuestra Tienda online.

¿Qué son los Farmapuntos?

Equivalen a dinero. Pueden utilizarse para comprar cualquier artículo en nuestras sucursales y en los servicios de Om by Farmashop. Un Farmapunto equivale a \$1.

¿Cómo se generan los Farmapuntos?

- Por cada compra menor a \$100 se acredita en la cuenta del socio 1 Farmapunto.

- Por cada compra entre \$100 y \$199 se acreditan 10 Farmapuntos.

- Así, sucesivamente, por cada \$100, se acreditan 10 Farmapuntos.

Para aquellos productos que ya cuentan con un descuento igual o mayor al 15% de descuento, la generación de Farmapuntos es de 1 por cada \$100.

Farmacard – Santander

Como parte de la iniciativa de *cobranding* con el Banco Santander, contamos con las tarjetas “Farmacard Santander” de débito y crédito. Los clientes que disponen de estas tarjetas acceden a un 10% de descuento en todos los productos todos los días y a una bonificación del 25% de descuento en categorías seleccionadas los días martes, jueves y domingos.



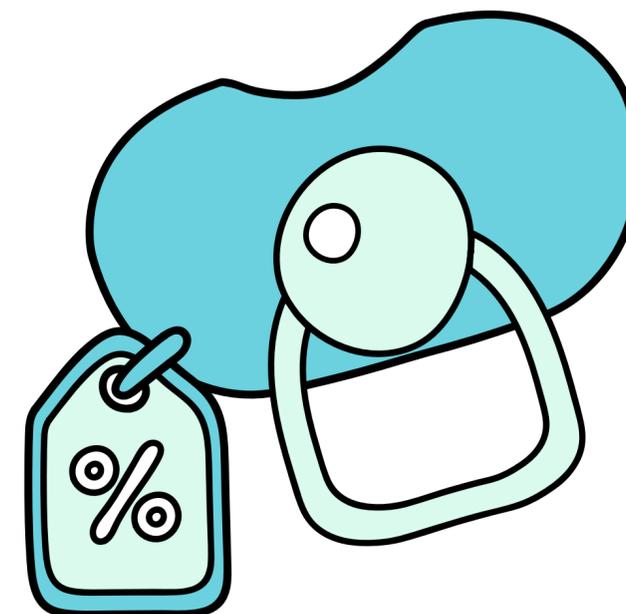
Días de descuentos

Los días martes, jueves y domingos son nuestros principales días de descuentos:

- **Martes:** pañales de niños, toallitas húmedas y cualquier producto de la categoría bebés y niños.

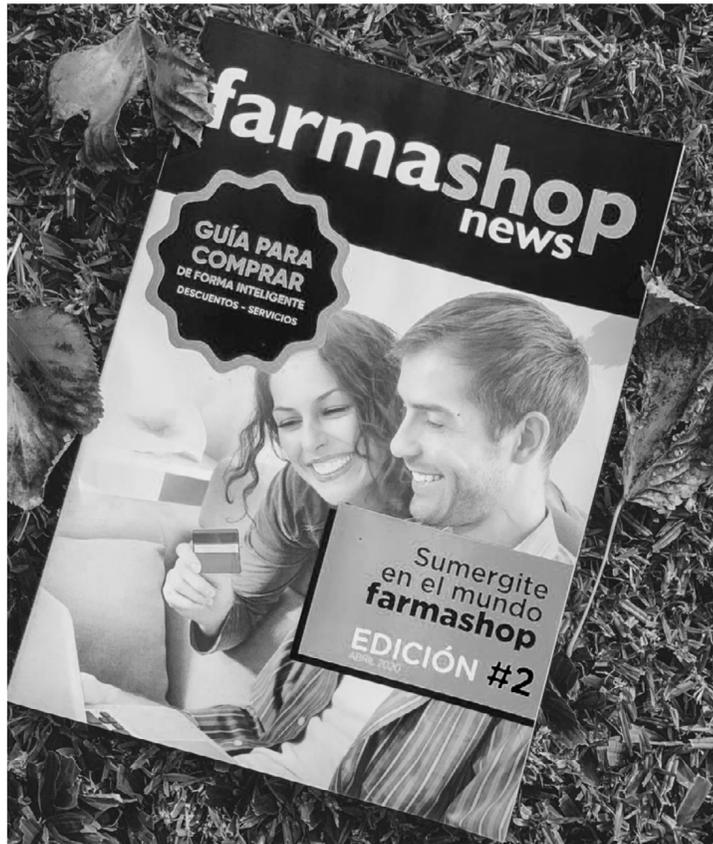
- **Jueves:** productos publicados en el mailing y medicamentos. Cuando no hay mailing vigente, ofrecemos descuentos en categorías seleccionadas.

- **Domingos:** se espejan los descuentos del jueves. Nuestros socios 60+ pueden acceder a ellos en forma presencial y el resto de los clientes puede hacerlo en la tienda online.



Mailing y Farmashop News

El mailing es nuestro catálogo de promociones, tenemos cinco ediciones al año. En 2020 lanzamos Farmashop News, un apartado que incluye las mejores novedades sobre Farmashop, sus beneficios y servicios; permitiendo a los clientes informarse acerca de todo en un único lugar.



Cuponera: Ahora también en versión digital

Contamos con cuatro ediciones al año de la cuponera: cupones canjeables en las sucursales o tienda online, que incluyen promociones interesantes por tiempo limitado. En 2020 lanzamos la versión digital.



Nona

En 2019 desarrollamos a Nona, una asistente virtual que nos acompañó durante 2020 y ayudó a nuestros clientes a comprar de forma inteligente. A través de este personaje, comunicamos nuestras promociones, servicios y los mejores tips en puntos de venta y redes sociales.



Bolsa eco amiga

Alineados con la visión de la compañía de un accionar sustentable, introdujimos nuestra bolsa ecológica para colaborar en la disminución de bolsas de un solo uso.



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.

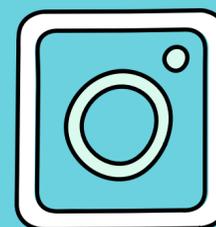
Los datos están para analizarlos y actuar acorde a ellos. Motivados por esta premisa, este año incorporamos Bunker DB, una plataforma que conecta en un solo lugar la información en tiempo real de los KPI's (Indicador Clave de Desempeño) más importantes de nuestras redes sociales y sitio web. Esto nos permite detectar insights a tiempo y explotarlos, así como también generar reportes en tiempo récord.

Por otro lado, para analizar lo que ocurre fuera de nuestra marca, trabajamos con Bunker Listening, nuestro "oído" en el mundo digital, que nos permite saber qué dicen los demás sobre nosotros.



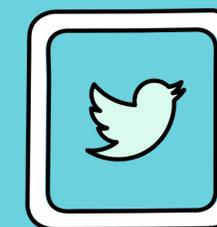
Facebook

Los principales contenidos están vinculados con promociones, notas del blog y artículos sobre salud. El objetivo principal es obtener un alcance mayor.



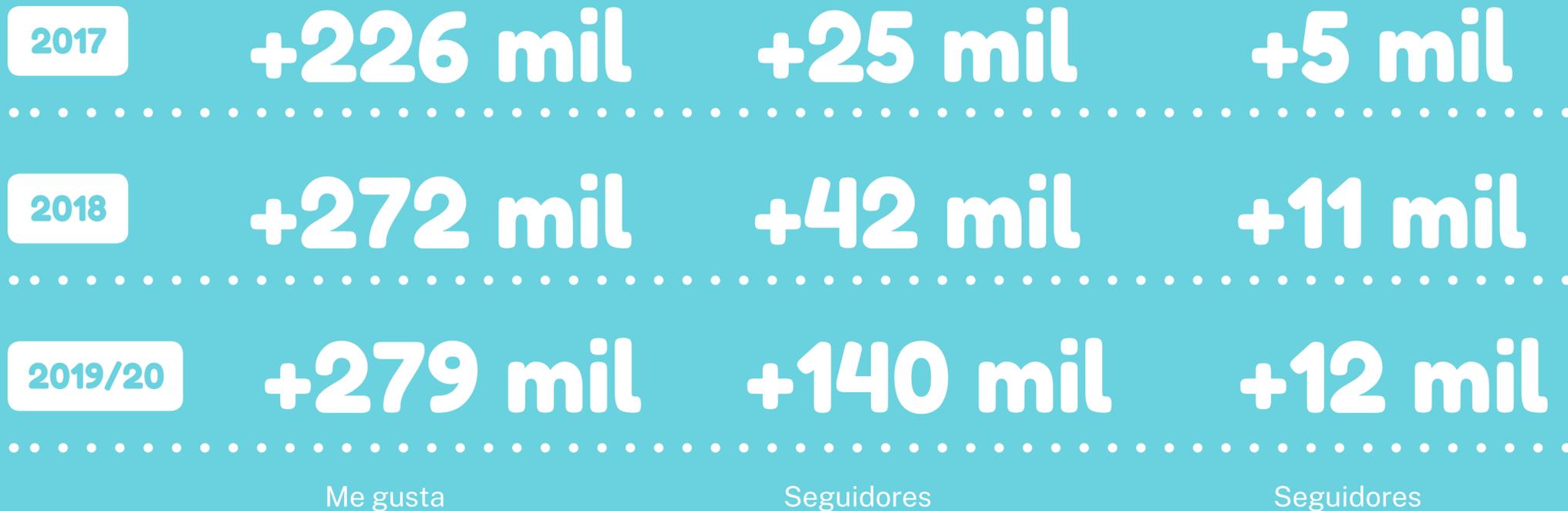
Instagram

Esta es la red con los contenidos más variados, desde tutoriales de maquillaje a comunicados formales. Buscamos interactuar con el cliente, entendemos qué le gusta y sabemos cómo transmitirle el mensaje.



Twitter

Es la red del minuto a minuto, por lo que buscamos dar información precisa y compacta sobre nuestras promociones actuales, así como contenidos de interés.



Centro especializado en belleza al alcance de todos

A través de OM by Farmashop, nuestro centro especializado en belleza, ofrecemos diferentes tipos de servicios para que todos nuestros clientes puedan sentirse plenos por dentro y por fuera, siempre con la excelencia como nuestro pilar fundamental.

Desde nuestros inicios realizamos servicios capilares, faciales, masajes relax, maquillaje social, peinados y estética de

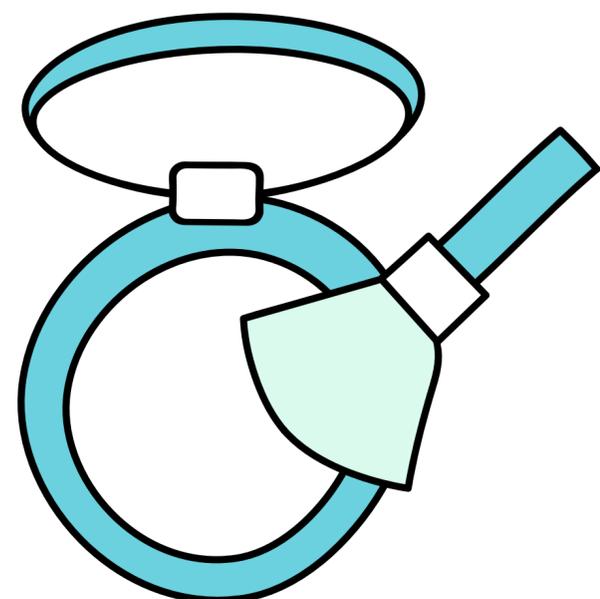
pies y manos. En el 2019 incorporamos nuevos servicios faciales, tales como peeling, limpieza profunda y depilación facial.

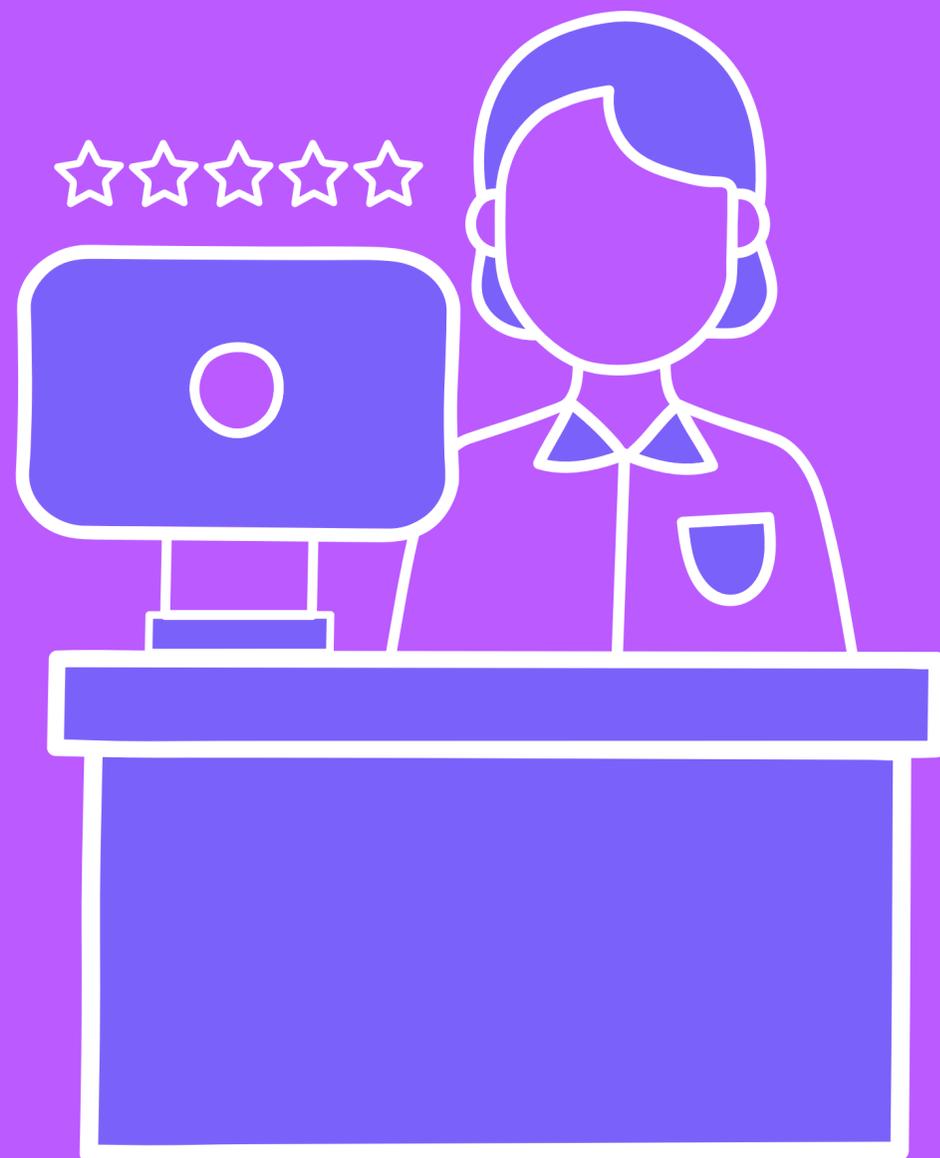
El 2019 2020 fue un año de logros: por segunda tercera vez alcanzamos la certificación ISO 9001 en la calidad de nuestros servicios y lanzamos una campaña gráfica con modelos internacionales, con el fin de darle una mayor difusión a nuestra propuesta.



Asimismo, estuvimos presentes en distintos eventos que se llevaron a cabo para segmentos de públicos específicos: Fórmula (evento más importante de belleza), Miss 15 (evento para quinceañeras) y Bodas (evento para potenciales novias).

Seguiremos trabajando para llevar a nuestros clientes innovaciones y mejoras en la calidad del servicio, siempre haciendo foco en su satisfacción y en la excelencia de la atención que le brindamos.





Capítulo 4:

Excelencia en la atención

- **Omnicanalidad**
- **Más Salud: atención farmacéutica personalizada para nuestros clientes**

Omnicanalidad

Creación de la Dirección de Omnicanalidad

En 2019 creamos la Dirección de Omnicanalidad integrando las áreas de Experiencia de Cliente, Central de desborde telefónico, e-Commerce y Delivery, con el objetivo de tener una visión compartida que nos permita definir y asegurar un modelo más operativo de servicio al cliente.

Esta reorganización nos permitió tener una mirada complementaria a la atención presencial en nuestras sucursales, enfocándonos en maximizar la gestión de los otros canales.

Basamos nuestra operación en cuatro pilares de trabajo

1. Experiencia del cliente:

Crear y repensar continuamente las experiencias del cliente, trabajar en la conversión a venta de todas las interacciones, eliminar todas las fricciones en el proceso de compra y fidelizarlos.

2. Operaciones eficientes:

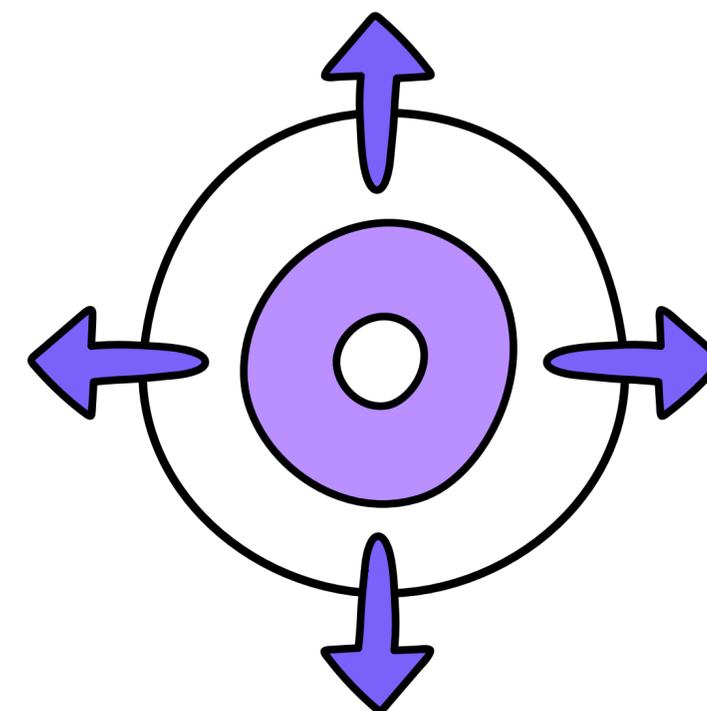
Planificar la capacidad de la operación, gestionar los costos operativos e impulsar acciones de mejora continua.

3. Servicios de excelencia:

Visibilizar interacciones, gestionar los reclamos en forma integral e identificar sus causas, y trabajar en la satisfacción del cliente.

4. Integración con el ecosistema:

Definir e integrar el ecosistema eliminando fricciones, fomentar la comunicación y encontrar opciones de mutuo beneficio, y mantener el gobierno de los datos con el ecosistema.



Servicio de Experiencia Omnicanal

La centralización de las llamadas apunta a unificar el servicio, independientemente del canal que elija el cliente, apostando a la excelencia en su experiencia.

En 2019 adquirimos la herramienta de Omnicanalidad InConcert que nos aporta indicadores de gestión operativos y estratégicos, y nos permite centralizar todos los canales y las interacciones mantenidas con los clientes.

Calidad de la atención

Con la finalidad de mejorar el servicio, realizamos en promedio un total de 96 evaluaciones de calidad por mes. Esta gestión hace especial énfasis en los procesos relacionados a pedidos y a evitar errores de dispensación.

4.0

Valoración media de satisfacción

(Usuarios consultados entre mayo-julio 2020)

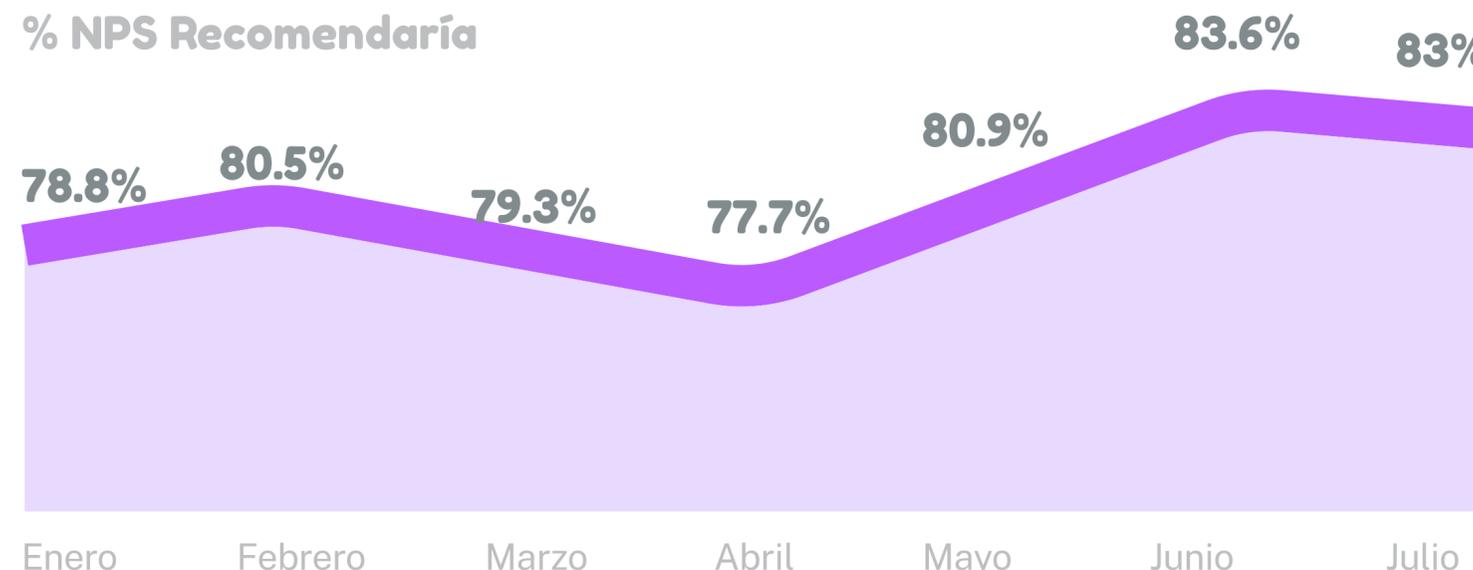
Medición de satisfacción del cliente

Al finalizar cada interacción, el cliente realiza en forma automática una encuesta que mide la resolución de la consulta realizada, la comprensión del agente y la potencial recomendación de la compañía.

Para homogeneizar estos puntajes se utilizan los criterios de NPS (Net Promoter Score) con una escala de 1 a 5. Este es un mecanismo simple de evaluación de la satisfacción que permite descubrir qué opinan y qué piensan los clientes de la marca.

En 2020 surge SEO (Servicio de Experiencia Omnicanal), un nuevo sistema de gestión que centraliza el servicio de atención telefónica (Central de Desborde) y Experiencia al Cliente.

% NPS Recomendaría



Centralización del Servicio de Delivery

En 2020 centralizamos el delivery en distintos barrios, como Pocitos, Punta Carretas, Prado, Sayago, Unión, entre otros.

Este cambio requirió diferenciar la operación de la entrega a domicilio de la atención presencial y centralizar, estratégicamente, la operación en sucursales para la cobertura de Montevideo y Canelones.

Hoy contamos con diez sucursales que tienen delivery diferenciado: 16, 17, 27, 37, 55, 57, 59, 70, 74 y 90, y entregamos 1.700 pedidos diarios, de los cuales más del 90% son entregados en menos de una hora y el 98% en una hora y media.

10
sucursales con
delivery diferenciado

1.700
pedidos diarios
entregados

90%
entregados en
menos de una hora

Expansión Última Milla

Última Milla funciona a través de una aplicación móvil que nos brinda información y soporte en el seguimiento de envíos a domicilio y genera indicadores para la gestión diaria. Con esta herramienta monitoreamos el cumplimiento de la promesa de tiempo de entrega al cliente.



En 2019 implementamos Última Milla en 8 sucursales y en 2020 en 27 sucursales.

Expansión de plataformas (Ventas no tradicionales)

Luego de la exitosa incorporación en 2018 al mercado de las aplicaciones móviles como Pedidos Ya y Rappi, que nos permitió posicionarnos como líderes dentro del rubro farmacias, continuamos el crecimiento de forma exponencial en estos canales de venta durante el 2019 y el primer semestre de 2020.

Ecommerce

Usuarios



225.000

(enero 2019)

500.000

(julio 2020)

Pedidos



4.000

(enero 2019)

10.000

(julio 2020)

Sesiones

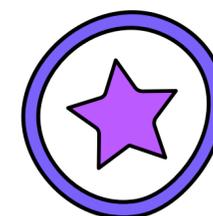


380.000

(enero 2019)

870.000

(julio 2020)



Actualmente la web de Farmashop se posiciona como uno de los retails más exitosos en el mundo digital en Uruguay. Según el ranking de Alexa de Amazon, la página web de Farmashop se posiciona #13 en Uruguay.



Más Salud: Atención farmacéutica personalizada para nuestros clientes

Desde hace varios años contamos con un equipo de químicos farmacéuticos comprometido con la calidad del servicio y la satisfacción de nuestros clientes.

Este equipo ejerce su rol centrado en el usuario y lo hace de forma directa, consi-

derando sus necesidades a través de una atención personalizada, e indirectamente, brindando apoyo técnico en distintas áreas de la compañía. Su propósito es colaborar en el proceso de mejora continua del servicio, lo que también se traduce en un beneficio para el usuario.

 más
salud

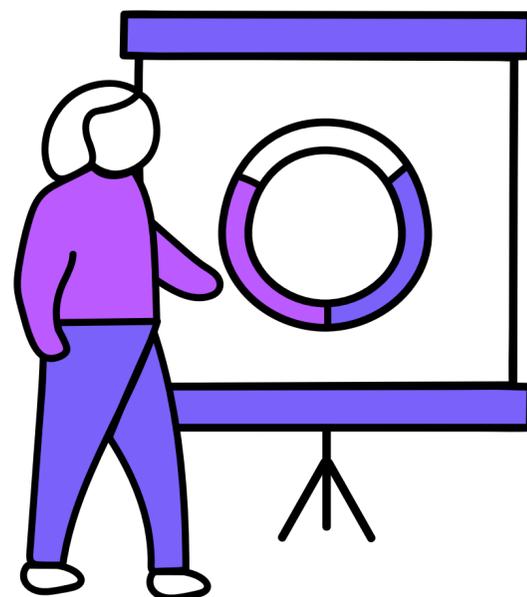
Caminando hacia la certificación ISO 9001

En 2019 comenzamos a desarrollar un nuevo concepto de atención al usuario que no solo incluía la atención farmacéutica y el acto concreto de la interacción químico-usuario, sino la implementación de acciones para brindar una mejor experiencia en el marco de un servicio integral. Diseñamos Más Salud, un concepto más amplio, con énfasis en bienestar, que incorpora los requerimientos de la norma UNIT-ISO 9001, con el objetivo de asesorar a nuestros clientes en la optimización de sus resultados en salud.

En febrero de 2020 Más Salud logró el mencionado sello, convirtiéndonos en la primera cadena de farmacias con un servicio de atención farmacéutica con calidad certificada.

Formación permanente

Nuestro equipo de químicos farmacéuticos apoya al área de Capacitación, tanto en las etapas de detección de las necesidades como en las de planificación y ejecución, con el fin de que nuestros colaboradores interpreten lo que el cliente necesita y respondan a sus inquietudes con conceptos firmes y claros.



Farmacias especializadas

Contamos con dos farmacias con sectores especializados: una en medicamentos oncológicos y otra en fertilidad.

Nuestro equipo de Más Salud participa activamente en la definición y control de los procesos asociados a ambas.

Limpieza de áreas

Establecimos y documentamos la metodología de limpieza y desinfección de superficies de las áreas de fertilidad y oncología de las sucursales 42 y 68.

Limpieza y descongelado de heladeras

Establecimos y documentamos la metodología para el descongelado y posterior limpieza de las heladeras que almacenan medicamentos en las sucursales especializadas y en el Centro de Distribución.



Simulacro de derrame

Organizamos simulacros para entrenar a los colaboradores en los procedimientos establecidos en caso de derrame de medicamentos oncológicos, y también para detectar errores o fallas existentes en lo planificado.

Activación de alarmas

Trabajamos en el establecimiento de acciones inmediatas a tomar frente a la activación de alarmas de las heladeras que contienen medicamentos en las sucursales especializadas.



Mantenimiento de equipos medidores

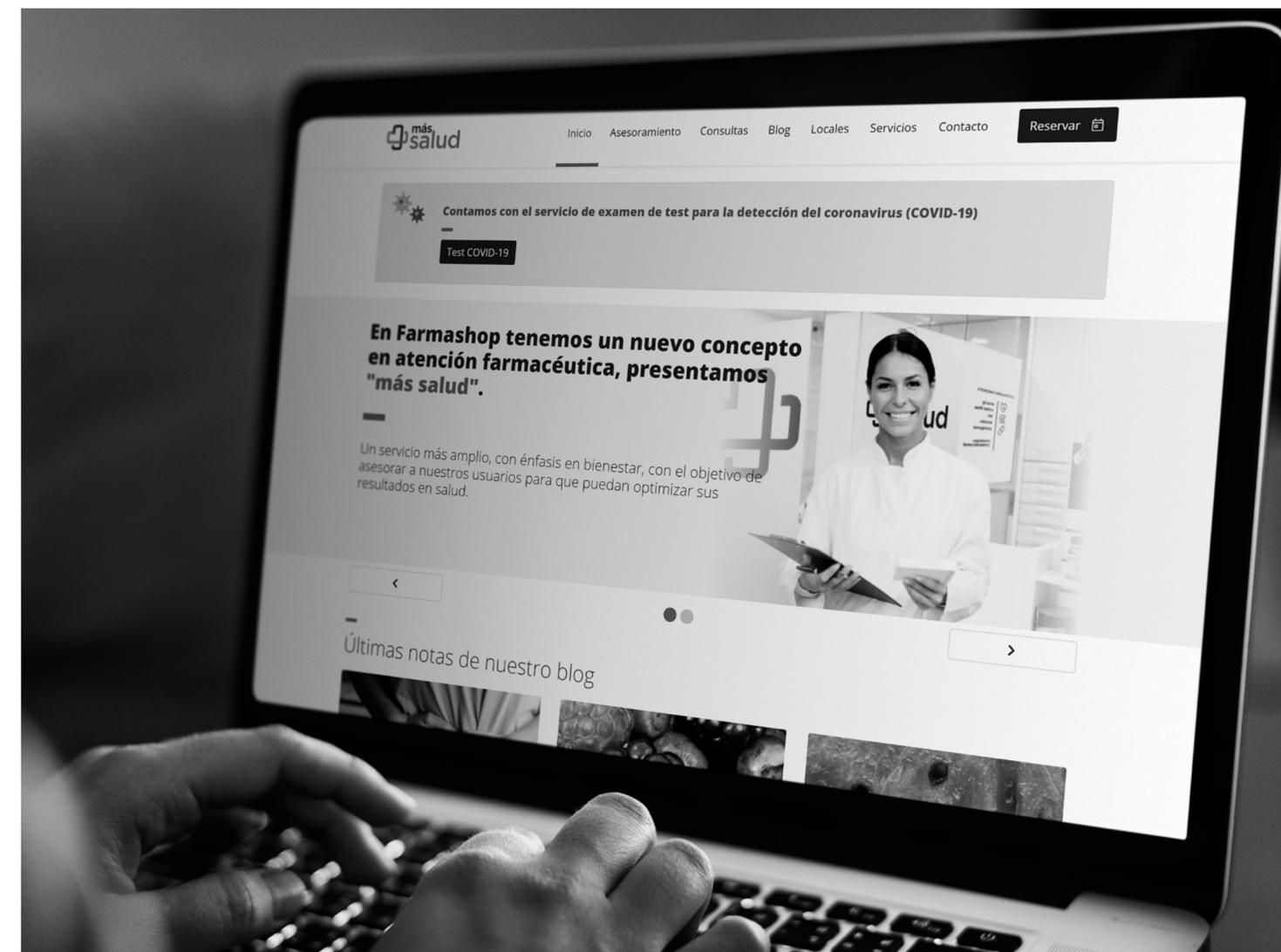
Establecimos y documentamos la metodología para la implementación de las actividades de mantenimiento de los equipos *Point of Care* que se utilizan para realizar determinaciones (estudios y análisis que realizan los químicos farmacéuticos de Más Salud) y elaboramos planes de mantenimiento para cada equipo.

Participamos de los ensayos externos del Comité de Estandarización y Control de Calidad (CECC) de *One World Accuracy* con los equipos *CoaguChek* y *Mission Hb*.

Más Salud online

En 2020 lanzamos un sitio web especializado que permite reservar horas para la realización de análisis, visualizar las sucursales que cuentan con el servicio, encontrar notas de interés (blog) y realizar consultas personalizadas vinculadas a medicamentos, tests, servicios y enfermedades, que son respondidas por químicos farmacéuticos capacitados.

[Ver web de Más Salud](#)



Artículos Farmablog

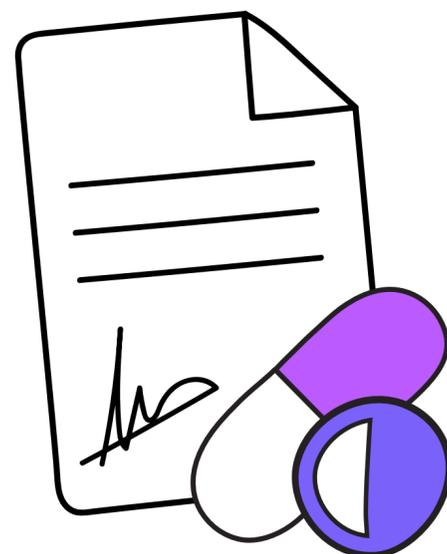
Nuestro equipo de Más Salud elaboró más de 140 artículos con temas de actualidad relacionados a salud y bienestar, que fueron difundidos a través de las redes sociales y la página web.

140
artículos
publicados

.....

Medicamentos controlados

Actualizamos los procedimientos con frecuencia, con el objetivo de que en todas las sucursales se cumpla con los requerimientos legales e internos vinculados a la dispensación y al control de psicofármacos, estupefacientes y metilfenidato.



Cadena de frío

Validación

Desarrollamos y validamos un método para la correcta distribución de medicamentos que requieren ser conservados entre 2° y 8 °C.

Preparación de pedidos

Establecimos y documentamos la metodología para estandarizar el manejo de la cadena de frío, con el fin de minimizar los riesgos inherentes a la manipulación y transporte de los medicamentos que, para asegurar su estabilidad, requieren ser conservados en un rango de temperatura establecido entre 2° y 8 °C.

Errores de dispensación

Nuestro equipo Más Salud participa en el proceso de detección y/o prevención, el registro y el análisis de las causas de los errores de dispensación existentes o potenciales, así como en la planificación de acciones para su tratamiento.



Capítulo 5:

Mejora continua

- **Nuestro compromiso:**
calidad y medio ambiente
- **Tecnología**
- **Tecnología aplicada a procesos de RRHH**
- **Más metros para**
una logística integral

Nuestro compromiso: calidad y medio ambiente

Con el mismo impulso que nos motiva a ser mejores cada día, establecimos como objetivo de nuestra organización que nuestras acciones contemplen la problemática ambiental, apuesten a reducir nuestro propio impacto e impulsen a la sociedad a cuidar el medio ambiente.

El primer paso fue plasmar este concepto como parte de nuestra Política de Calidad, e incorporar un nuevo pilar: el medio ambiente.

En esta línea, optimizamos actividades y procesos fundamentales, con énfasis en la sustentabilidad.



Política de Calidad, Medio Ambiente y Seguridad

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.

Implementamos acciones de **Responsabilidad Social** que mejoren la calidad de vida de nuestros colaboradores y sociedad.

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

MISIÓN	VISIÓN	VALORES
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.	Ser reconocidos como la mejor opción en salud, belleza, cuidado personal y del hogar, alcanzando 1.000.000 de clientes fidelizados en el 2020.	Integridad, Trabajo en equipo, Vocación de servicio.

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.
- Prevención como accionar principal para preservar la salud y seguridad de las personas.
- Protección del medio ambiente, mediante la prevención de la contaminación y el uso sostenible de los recursos, implementando acciones para reducir nuestros impactos e impulsando a la sociedad a sumarse en el cuidado del medio ambiente.

Queremos ser el lugar donde encuentres todos tus gustos.

Sistema de Gestión de la Calidad

Motivados por los resultados de una gestión basada en procesos y teniendo como guía la Norma ISO 9001, trabajamos para ampliar el alcance de la certificación ISO 9001:2015. En marzo de 2020 alcanzamos la certificación de nuestro Sistema de Gestión de la Calidad para Más Salud y la renovación de esta para OM by Farmashop.

Este logro implicó un nuevo reconocimiento a nivel internacional que respalda nuestra cultura de mejora continua y reafirma que desde Más Salud y OM by Farmashop estamos comprometidos a asegurar la calidad de nuestros servicios y a superar las expectativas de nuestros clientes.



Procesos: un nuevo enfoque para cambiar el rol del área en la compañía

Trabajamos activamente con todas las áreas de la compañía con el fin de identificar en forma conjunta oportunidades de mejora.

Los últimos proyectos en los que trabajamos en esta área fueron: la implementación de la plataforma Kronos, la redefinición de políticas de gestión de la compañía y la actualización de todos los procedimientos asociados a las actividades del Centro Logístico.

Nuestro desafío para seguir siendo líderes en lo que a gestión de procesos refiere, es implementar una tecnología que contribuya a optimizarlos, haciéndolos más controlados y más ágiles.

Para aportar nuestro mayor potencial en todas las áreas, desde Procesos adoptamos un nuevo enfoque: el trabajo por proyectos. Definimos planes que atienden sistemáticas específicas para investigarlas y obtener resultados cualitativos y cuantitativos, que ayudan a mejorar y optimizar la gestión del proceso asociado.



Auditoría interna

Todos los auditores de la compañía se alinean al código de ética del IIA (Instituto Global de Auditoría Interna).

Implementamos cambios en los procedimientos internos para lograr auditorías ágiles con informes eficaces y eficientes. En esta línea se destaca la reducción del tiempo entre la ejecución de la auditoría y la presentación del informe (concreto y con hallazgos, riesgos y recomendaciones).

Trabajamos alineados con las tendencias globales. Destacamos tanto la *auditoría continua*, que proyectamos como visión en 2017 y hoy es una tendencia fundamental para la ejecución de la profesión entre los institutos de auditoría, así como la *auditoría ágil*, metodología adoptada en 2019 y que hoy es considerada como otra importante necesidad en el área.



Prevención de pérdidas

Continuamos trabajando en la prevención de pérdidas asociadas a mercadería, contando con un equipo multidisciplinario conformado por las áreas de Logística, Operaciones, Comercial, Canjes y Auditoría. Como desafío, proyectamos ampliar el alcance de nuestras acciones, integrando al área de Seguridad con el fin de tener un control global sobre las pérdidas en cada operación.



Tecnología

Reacondicionamiento de centrales telefónicas

Realizamos la migración de las centrales telefónicas, actualizando tecnologías y bajando los costos del servicio en general.



Monitoreo de integridad de datos

Buscamos centralizar y mejorar los controles de integridad en todos los sistemas de la compañía. Para ello, logramos implementar monitoreos periódicos de la transmisión de información entre los distintos sistemas y alertar a los diferentes equipos para tomar acciones inmediatas, en caso de ser necesario.

Web de Más Salud

Diseñamos el sitio web para Más Salud, ofreciéndole al cliente un canal de comunicación rápido y amigable que incluye información actualizada, así como los servicios disponibles en las farmacias especializadas. Además, mediante este nuevo canal, los clientes pueden agendar sus consultas con nuestros químicos farmacéuticos en los servicios presenciales de Más Salud y realizar consultas online sobre cualquier tema de interés.

[Ver web de Más Salud](#)

Línea ética

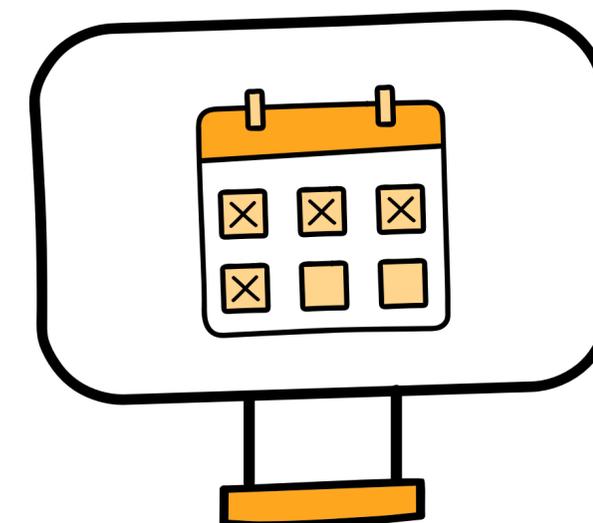
Desarrollamos un nuevo sistema para brindar seguridad y confidencialidad a clientes, proveedores y colaboradores, para dejar registro sobre posibles faltas de transparencia, de ética o incumplimiento de políticas y procedimientos de la compañía.

POS Mobile

Inicialmente, incorporamos este servicio de valor agregado para los clientes en los locales, permitiéndoles pagar con tarjeta sin tener que ir a la caja. Luego, lo integramos a las compras por Pedidos Ya y Rappi.

Intranet

Diseñamos un nuevo módulo para solicitud, seguimiento y aprobación de licencias que permitió agilizar y simplificar la gestión de las licencias de colaboradores a través de la plataforma Intranet.



Ecommerce

Aplicamos innovación y desarrollo a todo lo que refiere al Ecommerce, para optimizar la experiencia de compra de nuestros clientes. Realizamos las siguientes mejoras:

-Cancelación de pedidos

Esta nueva opción le permite al cliente cancelar un pedido luego de realizado, evitando problemas o inconvenientes posteriores.

-Notificaciones de estado

El cliente recibe notificaciones en tiempo real del estado del pedido en la Última Milla.

-Performance web

Realizamos mejoras en la performance del sitio e integramos de forma nativa la funcionalidad de carga de imágenes a demanda (*lazy loading*).

B1: El éxito en el análisis de los datos

En 2019 triplicamos la cantidad de licencias activas de Tableau, y logramos así alcanzar uno de los grandes hitos del proyecto: llegar a todas las sucursales para que cuenten con acceso diario a información de ventas, presupuesto y artículos. Esto les permite saber los distintos KPI's y conocer el avance respecto a sus objetivos.

Ese mismo año integramos nuevas fuentes centralizadas, accediendo de esta forma a más información con controles de integridad y carga automática así como también a nuevos cruces y formas de analizar la información en su totalidad.

Pusimos la información a disposición de los analistas de las distintas áreas, con el fin de fomentar el trabajo cooperativo y la retroalimentación a partir de los distintos análisis. Para que este esquema fuera exitoso, fue fundamental trabajar en una cultura *Data Driven* a nivel compañía.



Organizamos el Tableau Day, una instancia de exposición de distintos trabajos

realizados por todas las áreas, donde presentamos el informe anual con esta herramienta.

Tecnología aplicada a procesos de RRHH



En Recursos Humanos también innovamos en el uso de tecnología, y comenzamos a trabajar con Kronos, una plataforma inteligente que permite administrar horarios, ausencias y bajas, dar seguimiento a los tiempos y asistencias, y medir la productividad.

Su implementación permitió mejorar la planificación, analizar las actividades diarias en función de la demanda, visuali-

zar información en tiempo real, controlar marcas y horarios, incorporar conceptos para evitar la carga manual, mejorar los reportes para la liquidación, y automatizar procesos. Todo esto se tradujo en reducción en los tiempos de control de la información, minimización de los procesamientos manuales, mejora en los tiempos de procesamiento de la información, y notoria disminución de los reclamos de liquidación.

Antes de esta incorporación utilizábamos otro software para el procesamiento de marcas y armado de información base para ingresar en el sistema de liquidación salarial. Este programa implicaba la realización del ingreso de conceptos y de su posterior control de forma manual; por ende, había un alto riesgo de error a causa del factor humano.

Implementación Kronos

Inicialmente, capacitamos progresivamente a los encargados de sucursales con el fin de testear la propuesta, mientras que se continuaba usando el software anterior.

Entre enero y mayo de 2019, llevamos a cabo la implementación por etapas de Kronos en todas las sucursales y la consiguiente capacitación para su uso.

En agosto de 2020 lanzamos esta plataforma en nuestro Centro de Distribución y en setiembre de 2020 la implementamos en nuestras oficinas.

Más metros para una logística integral

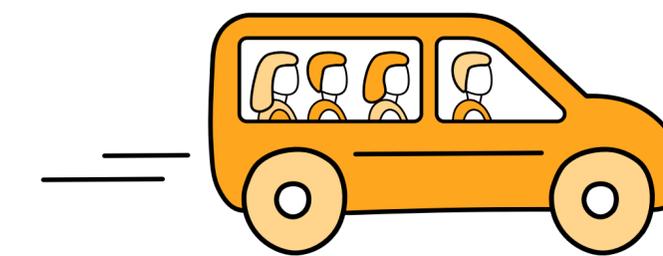
A finales de 2018 adquirimos un nuevo local para nuestro Centro de Distribución para lograr una operativa de Logística Integral a través de procesos de investigación y análisis. El 2019 fue un año de grandes proyectos y desafíos para el área. El principal fue la mudanza definitiva de la planta de Camino Carrasco para la Ruta 101, logrando operar integralmente desde un solo lugar, optimizando los costos logísticos de cada una de las actividades.

Este nuevo local nos permitió tener una mayor cantidad de códigos centralizados, trabajar más ordenados, hacer más eficiente la cadena de abastecimiento y también pensar en nuevos proyectos.



Etapas de la mudanza

Este mega proyecto implicó el traslado de más de 100 colaboradores a Ruta 101, por lo que tuvimos que trabajar con cada uno de los integrantes del equipo, motivarlos, comunicar de manera efectiva la transición, transmitir nuestra pasión mediante el liderazgo y coordinar todos los esfuerzos en una misma dirección.



En la actualidad, los colaboradores son trasladados, junto a su respectivo grupo de trabajo, en camionetas con recorridos previamente definidos. Cuentan, además, con: viandas económicas compuestas por plato principal y postre a elección, máquinas dispensadoras de snacks, máquinas de aguas saborizadas al costo y máquinas de café de consumo libre.







Capítulo 6:

Nuestro compromiso

- ⋮ Responsabilidad Social
- ⋮ Seguridad y Salud Ocupacional

Responsabilidad Social

Desde nuestra gestión de Responsabilidad Social Empresaria, estamos profundamente comprometidos a continuar desarrollando iniciativas que generen un impacto positivo en los colaboradores, los clientes y la comunidad.

El plan anual de RSE involucra a todos los colaboradores de la compañía, por lo que trabajamos bajo la dinámica de comité,

junto a un equipo de Embajadores RSE, integrado por representantes de todas las áreas.

Trabajamos alineados a los cometidos de DERES (Red de Empresas por el Desarrollo Sostenible), para que nuestras decisiones de negocio contemplen el respeto por los principios y valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente.



Compromiso con nuestros colaboradores

Plan de beneficios

Nos enfocamos, a través de diferentes programas, en maximizar los beneficios para nuestros colaboradores, ofreciendo diferentes oportunidades y acompañamiento en momentos especiales, así como el apoyo para lograr una óptima conciliación entre la vida laboral, familiar y personal.



Fechas especiales: brindamos diferentes obsequios por el Día de la Madre, Día del Padre, Pascuas y Navidad.

Cumpleaños: todos nuestros colaboradores reciben Farmapuntos y media jornada libre por su cumpleaños.

Set escolares: entregamos útiles escolares a todos los colaboradores con hijos, para el comienzo del año lectivo.

Salas de lactancia: contamos con espacios de lactancia para colaboradoras, en sucursales de Montevideo y el interior.

Carné de salud: abonamos el costo del carné de salud a colaboradores con un año de antigüedad en la compañía.

Garantía CGN: con dos años de antigüedad en la compañía, nuestros colaborado-

res pueden acceder a la garantía de alquiler de la Contaduría General de la Nación.

Descuentos en boletos: nuestros colaboradores reciben un descuento especial en boletos de los servicios STM y Copsa.

Celebraciones especiales: realizamos eventos para festejar en familia el Día del Niño y despedimos el año con nuestra tradicional Farmafest.

Descuentos especiales: nuestros colaboradores pueden acceder a beneficios exclusivos en diversas empresas, con descuentos en productos o servicios (centros de estudios, hoteles, clínicas odontológicas, indumentaria, etc.)



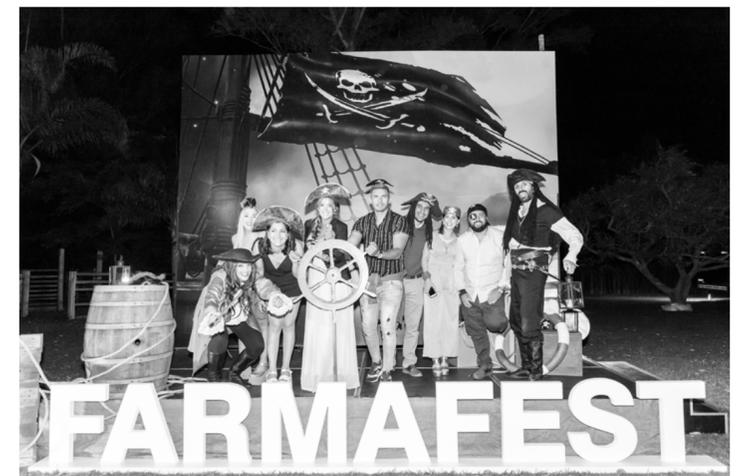
Farmafest 2019

Realizamos nuestra tradicional fiesta de fin de año con todos nuestros colaboradores en la Sociedad Criolla Dr. Elías Regules. Contó con shows en vivo, muchas sorpresas y sorteos de importantes premios: viajes, motos y tres autos 0km.



Evento Conectados

En 2020 nos reinventamos y adaptamos al contexto. Como no pudimos festejar con nuestra tradicional Farmafest, realizamos el primer evento interno por streaming con más de 1000 colaboradores conectados gracias al apoyo de nuestros proveedores. Contó con la conducción de Manuela Da Silveira y la presencia de un intérprete de lengua de señas. ¡Un encuentro diferente y lleno de sorpresas!



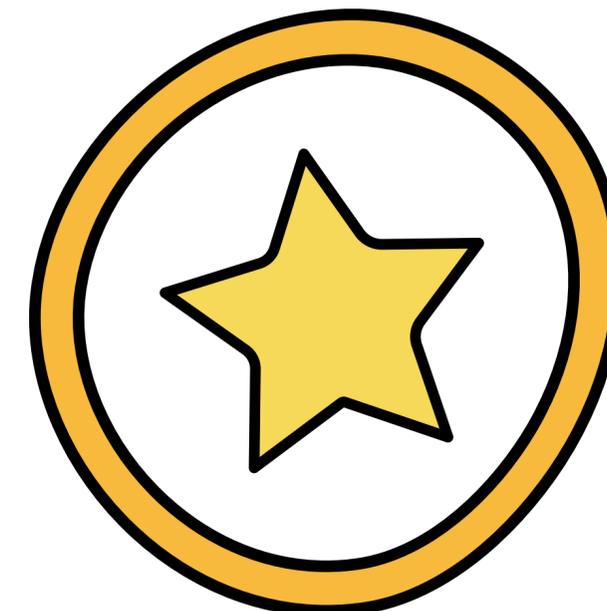
Plan de reconocimientos

Llevamos adelante este programa en todas las áreas de la compañía, para reconocer los logros alcanzados y fomentar el trabajo en equipo alineado a los valores de nuestra estrategia organizacional.



Reconocimiento	Destacados 2019	Destacados 2020
Reconocimiento Equipo del año - Montevideo	Sucursal 35	Sucursal 74
Equipo del año - Interior	Sucursal 95	Sucursal 17
Encargada del año - Montevideo	Leticia Díaz Azor (Sucursal 27)	Natalia Bisogno (Sucursal 74)
Encargada del año - Interior	Fabiana Figueroa (Sucursal 82)	Miriam Cabrera (Sucursal 63)
Idóneo del año	Lourdes Martinez (Sucursal 90)	Silvia de Armas (Sucursal 35)
		Jessica Da Silva (Sucursal 85)
Experta en Perfumería & Cosmética del año	Mercedes Stiffano (Sucursal 29)	Johana Pacheco (Sucursal 90)
Colaborador del año Farmashop	Lucas de Agustini (Sucursal 82)	Ana Laura Figarola (Sucursal 53)
		Yessica Montoya (Sucursal 97)
Nochero del año - Montevideo	Cristian Duarte (Sucursal 28)	Daiana Amado (Sucursal 55)

Reconocimiento	Destacados 2019	Destacados 2020
Colaborador del año Centro de Distribución	Kevin Laborda	Adrián Silva
Colaborador del año Depósito E-Commerce	Micaela Aquino	Viviana Vatto
Colaborador del año Delivery	-	Oriana Langlois
Colaborador del año SEO (Servicio Experiencia Omnicanal)	Ximena Silva	Lucía Iris
Colaborador del año OM	Gabriela Escalada (Sucursal 17)	Lorena Rovira (Sucursal 17)
Mentor del año	Sebastián Callejas	-
Colaborador del año Oficina	Cindy Revetria	Florencia Fajardo
		Natalia García
		Elena Araújo
		Bryan Medina



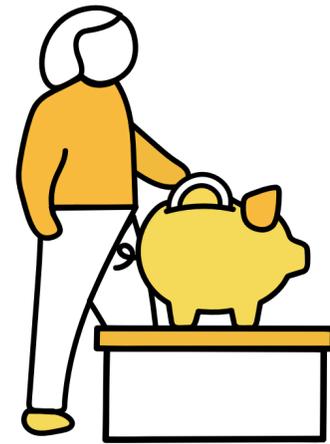
Reconocimiento	Destacados 2019	Destacados 2020
Mención especial de Dirección	Supervisor de Seguridad - Daniel Jordan	Supervisora SEO - Jimena Das Chagas
Reconocimiento especial al trabajo en equipo	Equipo de Armado de Sucursales	-
Colaborador del año Botiga	-	Juliana Martinez



Compromiso con la comunidad

Apoyamos a los valientes

Por tercer y cuarto año consecutivo, tanto en 2019 como en el 2020, nuestros colaboradores eligieron apoyar a la **Fundación Pérez Scremini** a través de nuestra campaña anual de recaudación en cajas, realizada durante setiembre.



La Fundación, que trabaja en la cura del cáncer infantil y adolescente en nuestro país, tiene a su cargo el Servicio Hemato Oncológico Pediátrico del Hospital Pereira Rossell y brinda atención sin costo 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 para solventar sus gastos.

En el año 2019, la Fundación comenzó una gran obra de remodelación de sus instalaciones, con el objetivo de extender la edad de los pacientes hasta los 18 años.

Recaudación	
2017:	\$702.905
2018:	\$750.480
2019:	\$1.037.825
2020:	\$1.019.902



¡Quiero ayudar!

Este programa, que nace en el año 2015, busca apoyar a la comunidad brindando botiquines de primeros auxilios. Nuestros colaboradores nos sugieren organizaciones a través de Intranet: desde clubes barriales o deportivos, hasta sociedades de fomento u otros grupos o asociaciones que necesiten de un botiquín de primeros auxilios para desempeñar sus actividades o brindar asistencia comunitaria.

Apoyo a la educación

Reforzamos nuestro compromiso con la comunidad, apoyando a dos instituciones educativas: el **Centro Educativo Providencia** y el **Liceo Impulso**, con una donación anual de \$1.000.000 para cada una. Ambas instituciones, ubicadas en barrios de la periferia de Montevideo, llevan adelante propuestas socioeducativas totalmente gratuitas, dirigidas a niños y jóvenes en situación de vulnerabilidad.

Apoyo comunitario

En 2020 iniciamos un vínculo con la organización sin fines de lucro **Quimio con Pelo UY**, que consistió en la donación de mercadería para este emprendimiento y en la realización, conjuntamente con Ikusi, de un video institucional. Se trata de una iniciativa solidaria que diseña cascos fríos para pacientes oncológicos que atraviesan el proceso de quimioterapia.

Por otra parte, desde el área de Marketing Realizamos una campaña en el marco de Octubre Rosa, con el lanzamiento de una web app “En un toque te ayudás”, avalada por la **Comisión Honoraria de Lucha contra el Cáncer** y que tiene por objetivo sensibilizar sobre la prevención del cáncer de mama.

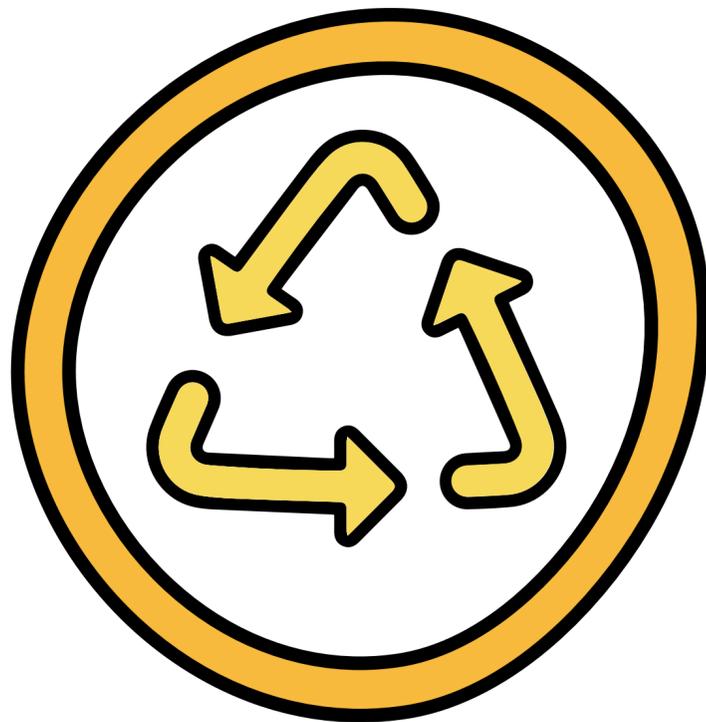
[Ver web](#)



Foto: Lucia Durán (Revista Galería)

Compromiso con el medio ambiente

Estamos comprometidos con el medio ambiente y el impacto que generamos en él, por lo que trabajamos para incorporar nuevos hábitos y prácticas más amigables. Implementamos diversas modalidades de trabajo y herramientas enfocadas hacia un desarrollo global y sostenible.



Movilidad sostenible

Usamos bicicletas y trikes eléctricos para las entregas de delivery, y vehículos híbridos para la movilidad de colaboradores de operaciones.

Gestión de documentos

Comenzamos a trabajar con la plataforma **TuRecibo**, una solución tecnológica y amigable con el medio ambiente, que permite gestionar documentos laborales de forma ágil y eficiente, a través de la firma electrónica, disminuyendo así el consumo de papel.

Receptores de bolsas plásticas y medicamentos

En el marco de la ley 19.655, colocamos en cada sucursal (detrás del mostrador de farmacia) un receptor de bolsas plásticas y anexamos junto a él un receptor para recibir y desechar medicamentos descartados por lo clientes.



Generación, gestión y clasificación de residuos

En todos los espacios de trabajo disponemos de contenedores para la correcta clasificación de los residuos.

Organizaciones de triple impacto

Nos vinculamos con instituciones que trabajan con pequeños emprendedores y población en contextocrítico de todo el país, como son **Sellin y Ceprodih**, para la adquisición de insumos para acciones internas. Por ejemplo, adquirimos túnicas fabricadas con telas recicladas para el equipo de Más Salud.

Reciclado y reducción del consumo de papel

Bajo la consigna “Soltá el papel” y en diversas jornadas de limpieza, comenzamos a disminuir el uso de papel en oficinas. Aplicamos la tecnología en diversos procesos internos, a beneficio de la disminución de este recurso, a través de plataformas como TuRecibo. Además, comenzamos a utilizar papel reciclado para el registro de los resultados de los tests de los servicios de Más Salud.

Seguridad y Salud Ocupacional

Protección y promoción de salud laboral

- Incorporamos al equipo de Seguridad y Salud Ocupacional un médico laboral, dando cumplimiento al Decreto N° 127/014.
- Realizamos una evaluación de la salud auditiva de los colaboradores del SEO mediante la realización de audiometrías.

- Organizamos reuniones trimestrales con la Comisión de Seguridad e Higiene.
- Incorporamos nuevas salas de lactancia.
- Continuamos mejorando los servicios de bienestar en las áreas de descanso de las sucursales.
- Incorporamos nuevos procedimientos e instructivos y brindamos instancias de capacitación sobre: “Estiba segura” y “Manipulación mecánica de cargas”, dirigidas al personal del Centro Logístico; “Uso y manejo de extintores manuales”,

“Potenciales riesgos y medidas de control de riesgos y procedimiento de trabajo en altura” y “Operación segura de plataforma elevadora” dirigidas a personal de mantenimiento.

- Implementamos una nueva herramienta de gestión de riesgos “Análisis seguro de trabajo” (AST) para el personal de mantenimiento.
- Desarrollamos el procedimiento llamado “Trabajo en altura y Análisis seguro de trabajo” y capacitamos a nuestro personal de mantenimiento y de empresas terceras.

- Analizamos las causas de los incidentes y accidentes laborales para determinar la aplicación de medidas correctivas y preventivas generales. Además, capacitamos a los colaboradores involucrados, a fin de reforzar los procedimientos.
- Llevamos a cabo un relevamiento de peligros y evaluación de riesgos (IPER) y actualizamos nuestro “Manual de seguridad y salud en el trabajo”.
- Capacitamos a encargados de sucursal sobre “Procedimiento de atención de incidentes”.

Nuestros técnicos prevencionistas dan seguimiento a las obras realizadas por los proveedores, con el objetivo de verificar el cumplimiento de los requisitos legales e internos. Semestralmente organizamos reuniones con los proveedores para presentar la gestión de seguridad e higiene en obras y dar la devolución del avance y cumplimiento de la normativa legal aplicada.



Capacitaciones impartidas por terceros:

Se realizó el curso del “Programa de Formación Ciudadana en Seguridad Vial” a través de UNASEV, dirigido a cadetes, supervisores y gerentes.

Se dictaron capacitaciones de primeros auxilios (UCM) para colaboradores del Centro de Distribución y sucursales, alcanzando a 307 personas en el año 2019 y 31 en el año 2020.

Se dictó el curso teórico y práctico “Manejo y seguridad en la operación de autoelevadores a través de LOGTRA”, dirigido a personal del CD.

Se realizaron talleres denominados “Cómo actuar ante una situación de riesgo de vida” dictados por el Ministerio del Interior, dirigidos a los colaboradores de las sucursales que sufrieron hechos delictivos.

Cantidad de accidentes 2015-2020

Año	Cantidad accidentes
2015	53
2016	78
2017	77
2018	63
2019	54
2020	18

Datos a agosto 2020

Capacitaciones 2019

81

colaboradores

(mandaderos y bicimandaderos)

UNASEV

269

colaboradores

(Sucursales, SEO, CD)

Primeros auxilios



Capítulo 7:

Resultados

- Resultados
- Encuesta de clima

Resultados

Crecimiento en ventas

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Unidades	17.3%	14,2%	11,5%	1,1%	2,1%	-0,1%	0,9%
Ventas en pesos	21,2%	23,5%	20,8%	14,9%	9,5%	11,7%	10,5%

Crecimiento m2

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Metros cuadrados	7.514	8.443	9.094	9.693	10.633	11.904	13.657
Sucursales		12,4%	7,7%	6,6%	9,7%	12,0%	14,1%

Peso de ventas en otros canales

	2017	2018	2019	2020
Ventas delivery %	10,3%	9,0%	9,5%	10,6%
Ventas e-commerce %	1,7%	1,2%	1,2%	2,5%

Crecimiento en sucursales

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Sucursales Farmashop	92	92	92	92	98	98	98
Sucursales OM	0	0	7	7	5	5	5

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

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Martes \$	14,8%	13,8%	13,2%	13,7%	13,5%	13,4%	12,9%	13,9%
Jueves \$	14,4%	17,1%	20,8%	15,4%	15,1%	16,4%	17,9%	17,4%
Domingos \$	11,5%	11,3%	12,1%	16,4%	18,9%	20,9%	20,1%	20%

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Evolución % de venta con Farmacard sobre el total de ventas	53,4%	72,3%	84,9%	87%	88,5%	88,4%	87%	89%

	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2018	2019	2020
Rotación anual (%)	61%	46%	40%	39%	33%	27%	25%

Evolución del ausentismo (%)	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Ausentismo	5,8%	4,7%	5,6%	4,7%	5,7%	7,9%	8,8%

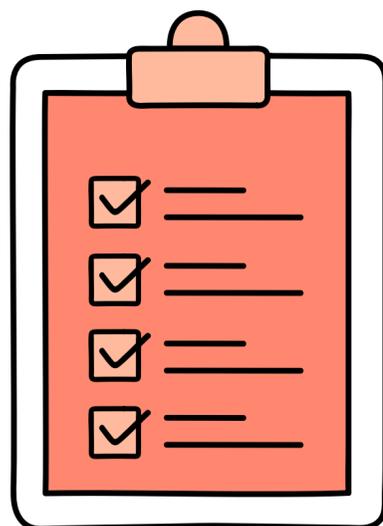
Encuesta de Clima

Evaluación de la participación por nivel de cargo

	2014	2016	2016	2017	2019
Gerente de Área/Dirección	6	13	13	14	17
Jefe de equipo	82	111	108	128	153
Miembros de equipo	662	835	847	1048	1163
Total de participantes	750	959	968	1190	1333

1333
participantes

+12%
de participación
respecto a 2017



Participantes por cargo

Gerente de área/Director	1%
Jefe de equipo	11%
Miembro de equipo	88%

Participantes por sexo

Femenino	76%
Masculino	24%

Participantes por antigüedad

Menos de 1 año	14%
Menos de 5 años	46%
Menos de 10 años	32%
Más de 10 años	8%

Participantes por edad

37 años o menos	76%
Entre 38 y 53 años	20%
54 años o más	4%

Participantes por área

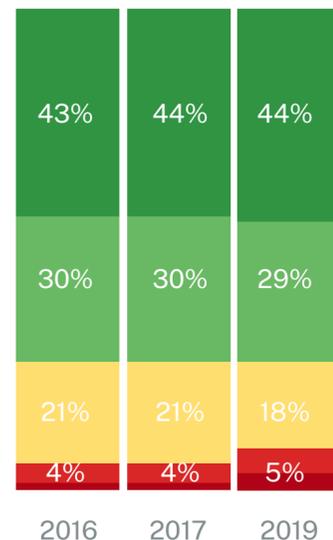
Sucursal	83%
Oficina central	9%
Central de Desborde	3%
Centro de Distribución	2%
OM	2%
Puntoshop	1%

Resultados generales:

Evolución de resultados a nivel de subgrupos

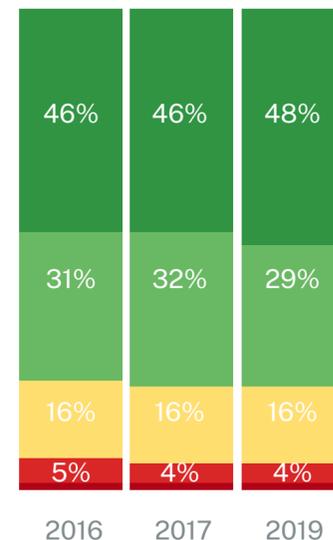
El negocio

El negocio

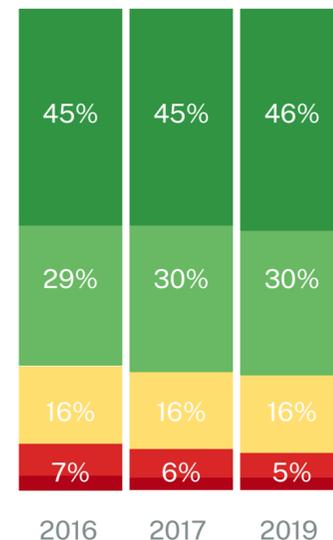


Mi entorno

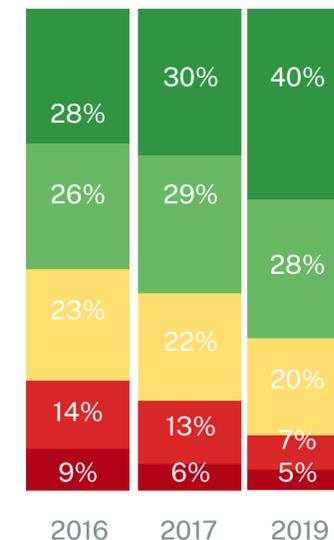
Confianza



Trabajo en equipo



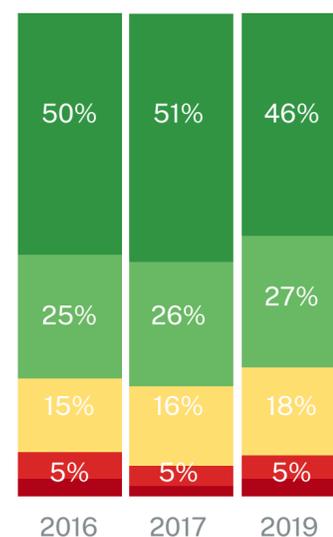
Win Win*



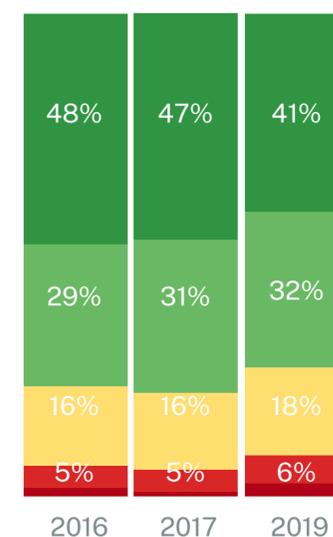
- Muy de acuerdo
- Algo de acuerdo
- Neutral (difícil decidir)
- Algo en desacuerdo
- Muy en desacuerdo

Mi trabajo

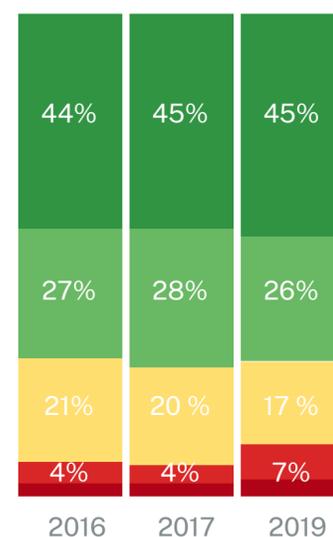
Reconocimiento y estímulo



Responsabilidad y libertad



Trabajo satisfactorio



77%
favorable

68%
favorable

*Equilibrio entre la vida personal y el trabajo, maximización de la contribución de los trabajadores y percepción de un salario acorde.

Resultados por sucursales

Lugar de trabajo	# Participantes	Respuesta promedio
Sucursal	1074	4,0
Oficina	136	4,3
Centro de Distribución	58	3,6
Nuevos negocios	16	4,6
OM	13	4,5



Conclusiones generales



Aspectos favorables

- **Compromiso con los valores** e interpretación de los objetivos estratégicos.
- Muy buen entendimiento acerca de lo que se espera de cada uno en su trabajo, así como también **elevados niveles de confianza** en la compañía como organización íntegra.
- **Satisfacción con las oportunidades de desarrollo dentro de la organización**, así como con el conjunto de habilidades, conocimientos y experiencias que reúnen en sus equipos de trabajo.
- **Satisfacción con las tareas** que desempeñan y sus **resultados**, y con el **grado de autonomía** que pueden manejar para trabajar.
- **Entendimiento** que tienen los miembros del equipo **sobre el efecto de su desempeño en la organización**.

Próximos desafíos

- **Disminuir cambios** y/o rotación de grupos de trabajo.
- **Aumentar el apoyo** brindado por los superiores.
- Lograr una **mejor planificación** y repartición de tareas.
- Creación de **más planes de desarrollo** de carrera.
- Brindar **mayor participación** a los colaboradores en decisiones que impactan directamente en sus tareas.



Un año desafiante

Nuestra clave: cuidarnos entre todos
Covid-19

- El 2020 nos puso a prueba
- Nuevos desafíos
- Principales medidas adoptadas
- Protocolos desarrollados frente a la emergencia sanitaria
- Comienza el desafío de cuidarnos entre todos
- Nuestro compromiso con la comunidad



El 2020 nos puso a prueba



LA PANDEMIA

La pandemia por el virus SARS-CoV-2, causante de la enfermedad Covid-19 y de una emergencia sanitaria mundial, requirió de una acción efectiva e inmediata de los gobiernos, las personas y las empresas.

En Farmashop, desde el inicio y alineados con las recomendaciones del gobierno, implementamos todas las medidas que estaban a nuestro alcance para minimizar la probabilidad de transmisión del virus y su impacto en la sociedad.

Más Salud

Este año, una vez más estuvimos a disposición de nuestros clientes. Con el equipo de Más Salud, les realizamos exámenes médicos de forma segura y aplicamos todas las medidas recomendadas por los organismos sanitarios.

A nivel comercial, tomamos decisiones rápidas y seguras en respuesta a la alta demanda de artículos vinculados con la prevención. Debido al aumento de pedidos a través del canal de venta online, el área de Logística y Distribución se encargó de la logística de pedidos web. Generamos una operación para responder a la alta demanda rápidamente, sin afectar la experiencia de compra, con nuevas ventanas horarias y mayor capacidad de atención.



Nuevos desafíos

Para lograr un trabajo conjunto y obtener mejores resultados ante las necesidades actuales, desarrollamos el Servicio de Experiencia Omnicanal, que nuclea los servicios de Experiencia al Cliente y Atención Telefónica.

Nos adaptamos a nuevas modalidades de trabajo, donde la reconversión de puestos laborales fue clave y predominante durante este proceso. Incrementamos la movilidad interna entre áreas y brindamos soporte a las que presentaron una mayor demanda. Esto requirió una adaptación de tareas y una adecuación en los sistemas en función de los nuevos roles.

Comunicamos a través de nuestras plataformas internas y externas, un mensaje unificado, claro y transparente sobre las medidas de prevención, la responsabilidad compartida y la esperanza a futuro.

Este año nos puso a prueba y nos demostró que contamos con un equipo sólido, y que, sin dudas, estamos más que preparados para nuevos desafíos.



Mensaje de reconocimiento a nuestros colaboradores

Principales medidas adoptadas

Protección y prevención en el ámbito laboral

- Al inicio de la emergencia sanitaria, creamos un Comité de Crisis para evaluar la situación en cada momento y las acciones más propicias.
- Brindamos Elementos de Protección Personal (EPP) para todos los colaboradores, cuyo uso es obligatorio, así como alcohol en gel e insumos esenciales de desinfección.
- Colocamos mamparas en todas las sucursales, mostradores, cajas, oficinas y áreas de descanso del Centro de Distribución, como medida de prevención para colaboradores y clientes.
- En nuestro Centro de Distribución creamos zonas de desinfección con espacios para limpiar y guardar los EPP, reforzamos las medidas de higiene en todos los espacios físicos e instalamos cámaras termográficas para medir la temperatura de colaboradores y proveedores al ingreso.
- Brindamos todos los EPP necesarios al equipo de Delivery, para garantizar un servicio seguro tanto para nuestros colaboradores como para nuestros clientes al momento de recibir sus pedidos.
- Realizamos un relevamiento, seguimiento y asesoramiento a colaboradores con síntomas asociados a Covid-19 o que hayan tenido contacto estrecho con personas que padecen síntomas del virus.
- Generamos una línea directa de contacto con la médica laboral, para que todos los colaboradores puedan realizar consultas asociadas a este virus.
- Nuestras técnicas prevencionistas visitaron las sucursales de todo el país, Centro de Distribución, SEO y oficinas, con el fin de verificar el cumplimiento de las medidas de control de riesgos y la implementación de las medidas preventivas.



Comunicación y capacitación constante

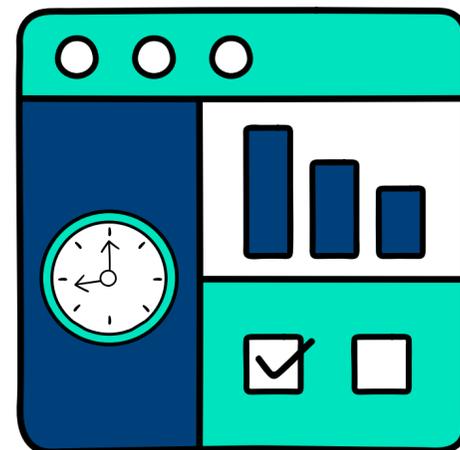


- Colocamos cartelería institucional y del Ministerio de Salud Pública (MSP) vinculada a las medidas de prevención en todas las sucursales, a la vista de los clientes.
- Dispusimos cartelería de medidas de prevención y protocolos en las cartelaras de Comunicación Interna ubicadas en espacios de descanso de sucursales y Centro de Distribución, a la vista de los colaboradores.



- Desarrollamos contenidos audiovisuales sobre las principales medidas de prevención, que compartimos a través de nuestras pantallas de Comunicación Interna.
- Mantuvimos informada a toda la compañía a través del correo electrónico, comunicándonos de forma directa y transparente.
- Creamos un apartado especial en la Intranet con protocolos, comunicados, etapas del plan de acción, preguntas frecuentes, etc. para brindar un acceso directo a toda la información.
- Continuamos desarrollando contenidos de e-learning innovadores, respondiendo a las necesidades actuales del contexto. Durante la situación de emergencia sanitaria creamos contenido específico vinculado al uso correcto del tapabocas y EPP, para garantizar a nuestros colaboradores y a la comunidad el acceso a información fiable y validada por expertos.





Reconversión y adaptación

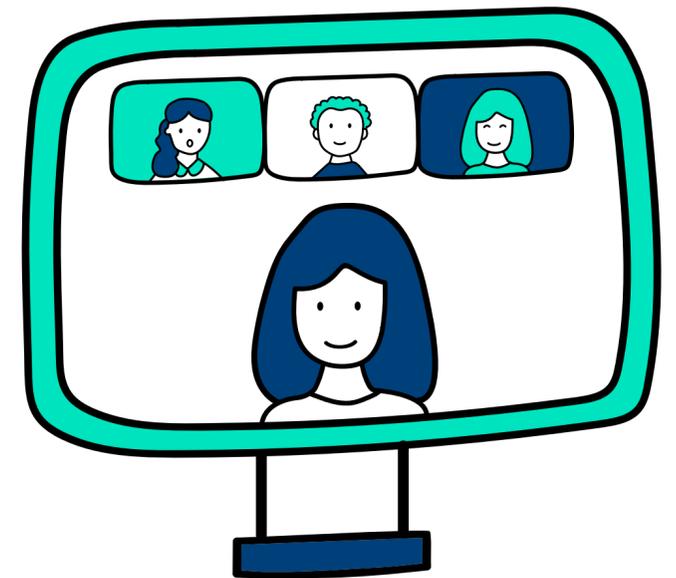
- Creamos nuevos bloques de horarios, con el fin de que los colaboradores trabajen en turnos independientes y reduzcan así al mínimo la probabilidad de contagio ante un caso positivo.

- Los colaboradores de oficinas y de aquellos puestos que no requerían la presencialidad, como el SEO, comenzaron a trabajar 100% de forma remota. Mediante la aplicación Kronos pudieron registrar sus marcas de ingreso y egreso.
- Nuestro equipo de Administración de Personal desarrolló los mecanismos necesarios para reducir los imprevistos en la gestión de marcas y liquidación de haberes, a su mínima expresión.
- Debido a la disminución de frecuencias en el transporte colectivo, flexibilizamos la tolerancia de llegada tarde hasta 30 minutos.
- Entregamos Farmapuntos como reconocimiento a los colaboradores con asistencia perfecta en los meses de marzo y abril.

- Con el objetivo de minimizar el contacto en el Centro de Distribución, segmentamos cada una de las operaciones con equipos más reducidos, con zonas y horarios específicos de recorrido y descanso.
- El equipo de Recursos Humanos mantuvo reuniones diarias con el abogado experto en materia laboral para estar al día con la información emergente, poder aplicar de forma correcta las herramientas del Estado y obtener asesoramiento continuo.

Tecnología y procesos aplicados al nuevo contexto

- Los equipos de Soporte e Infraestructura desarrollaron los accesos remotos para todos los colaboradores que comenzaron a trabajar desde su domicilio. Esto implicó una inversión en equipamiento (+100 notebooks) y una logística de adecuación de los equipos: en una semana se configuraron e instalaron 200 VPN (red privada virtual) nuevas. También creamos un canal de atención específico para consultas sobre esta nueva modalidad de trabajo.
- Priorizamos el uso de herramientas virtuales para reuniones y suspendimos todos los encuentros presenciales.
- Revisamos los procesos de entrevistas y evaluación de competencias para ajustar la gestión de atracción de talento a la experiencia remota. Adaptamos la evaluación psicotécnica a candidatos y acompañamos a los referentes de equipo en el desarrollo de habilidades que les permitieran ser buenos entrevistadores.
- Adaptamos nuestros procesos de inducción a una modalidad 100% remota.
- Garantizamos la firma de documentos a través de la plataforma Tu Recibo, que evita el contacto estrecho entre colaboradores.
- Creamos la gestión de planificación semanal de horarios y almuerzos en Intranet para los colaboradores en el retorno a las oficinas, con el fin de mejorar la trazabilidad si llegara a presentarse un caso positivo de Covid-19.



Atención al servicio de los clientes

- Para mejorar la comunicación y el servicio al cliente, incorporamos las medidas de prevención para cuidarnos entre todos a los mensajes de espera de las llamadas telefónicas.
- Nuestra tienda web fue el canal que mayor crecimiento tuvo durante la pandemia, ya que pasó de recibir aproximadamente 6.500 a 13.000 pedidos mensuales (en promedio).



- El incremento de la demanda por vía telefónica aceleró el proceso de centralización de llamadas en el equipo del SEO. En este período logramos centralizar más del 70% de las llamadas recibidas en todas las sucursales.
- Suspendimos el servicio Om by Farmashop entre marzo y setiembre, así como las pruebas de productos que implican contacto físico con los clientes. En octubre volvimos a abrir sus puertas con un protocolo que cumple con todas las medidas de prevención.
- Nuestro equipo de Más Salud redactó contenidos informativos sobre Covid-19 para Farmablog y redes.
- Debido al crecimiento del servicio autogestivo (principalmente en el canal de Ecommerce), diseñamos e implementamos un nuevo modelo de gestión de reclamos y consultas, el cual nos permitió un mejor registro y seguimiento de estas incidencias.
- Comunicamos las medidas de prevención de nuestras sucursales a través de las redes sociales y por este medio sugerimos a nuestros clientes priorizar la compra web.

- Lanzamos una campaña muy especial en TV y redes, que refleja cómo nos adaptamos al nuevo contexto, tanto interna como externamente.

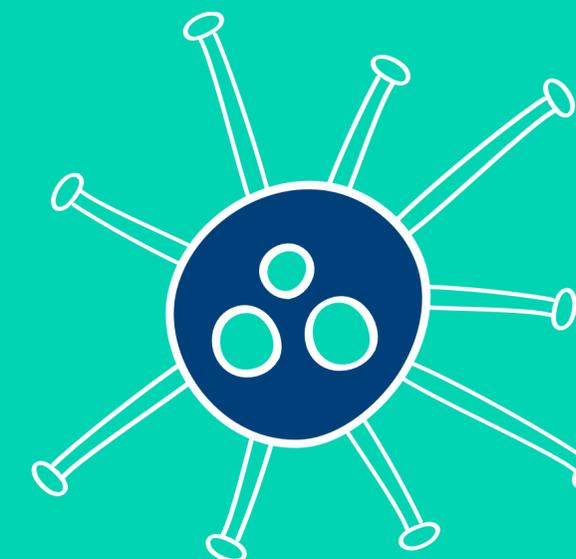
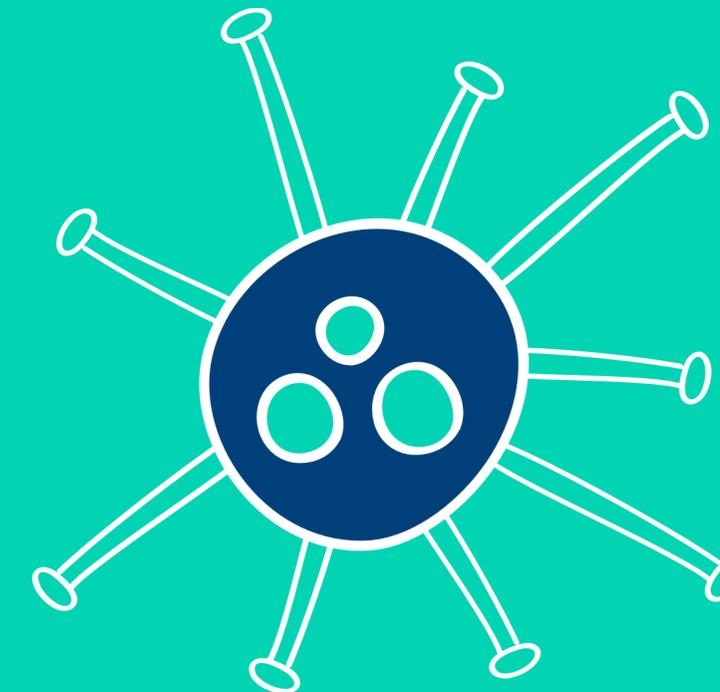
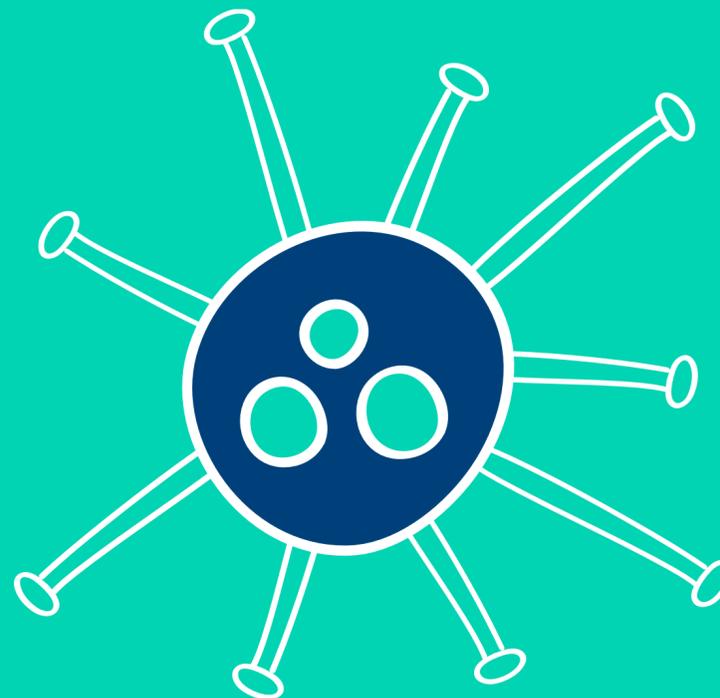


Protocolos desarrollados frente a la emergencia sanitaria



<hr/> Prevención en Entrega de Pedidos	<hr/> Prevención en sucursales	<hr/> Atención a clientes y proveedores	<hr/> Prevención en Centro de Distribución	<hr/> Proveedores
<hr/> Armado de sucursales	<hr/> Operación de nocheros	<hr/> Colaboradores con movilidad	<hr/> Apertura, cambio de turno y cierre de sucursal	<hr/> Desinfección de vehículo
<hr/> Insumos esenciales	<hr/> Manipulación de alimentos	<hr/> Gestión de RRHH por caso Covid-19	<hr/> Limpieza	<hr/> Información para organismos de control
<hr/> Compras de insumos y servicios	<hr/> Prevención en oficinas	<hr/> Sanitario SEO	<hr/> Prevención OM by Farmashop	<hr/> Dispensación de medicamentos y gestión de recetas Covid-19
<hr/> Atención a clientes y determinación en Más Salud	<hr/> Atención a clientes en OM by Farmashop	<hr/> Registro de seguridad para proveedores en oficinas		

Nuestro compromiso con la comunidad



ABRIL

Realizamos una donación de artículos de higiene personal y limpieza del hogar a la organización Gurises Unidos.

Entregamos artículos de entretenimiento, indumentaria para bebés y artículos de hogar a la organización Aldeas Infantiles.

MAYO

Entregamos kits de higiene personal a la organización Elegí Ayudar y a Canastas Uy.

Apoyamos a Nuevo Centro Shopping en la campaña solidaria “Tejiendo Juntos”. A través de esta acción entregamos más de 40 mantas al Movimiento Nacional por el Bienestar del Anciano.

[Ver video](#)

AGOSTO

Realizamos una campaña especial de recaudación en cajas a beneficio de la fundación City en la Comunidad, para la compra de kits sanitizadores para escuelas, liceos y centros UTU en Colonia Nicolich y Aeroparque.



Comienza el desafío

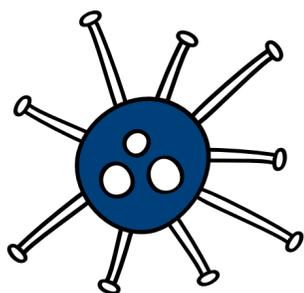
Cuidarnos entre todos



MARZO

6 DE MARZO

Enviamos a todos los colaboradores el primer comunicado sobre Coronavirus, con información básica y medidas de prevención.



11 DE MARZO

En nuestra Convención de Líderes (reunión con encargados de todo el país), la Dra. Victoria Frantchez, médica especializada en enfermedades infecciosas y docente de la Facultad de Medicina, brindó una charla sobre el Covid-19.

13 DE MARZO

Se confirman los primeros casos de Covid-19 en nuestro país.

Creamos un Comité de Crisis para establecer lineamientos y acciones a seguir, ante la emergencia sanitaria. Comunicamos la Etapa 1 del Plan de acción. Limitamos la compra de artículos de alta demanda a dos unidades por cliente. Elaboramos un Plan de Contingencia frente al Covid-19 para proveedores.

14 DE MARZO

Solicitamos a todos los colaboradores que completen el Censo Covid-19 y un relevamiento de población de riesgo, con el fin de conocer su estado de salud.

Abrimos una línea directa con nuestra médica laboral para que todos los colaboradores puedan realizar consultas.

Creamos una declaración jurada para clientes y medidas preventivas de contacto físico en OM by Farmashop.

Nos alineamos a políticas conjuntas con la Cámara de Farmacias.

Decretamos cuarentena de 14 días para colaboradores que hayan estado en contacto con personas infectadas o hayan participado de eventos públicos donde hayan concurrido personas infectadas.

Determinamos la no pérdida del presentismo para colaboradores que no asistan a trabajar por presentar síntomas asociados a Covid-19.

Comunicamos la Etapa 2 del plan de acción.



15 DE MARZO

Brindamos la posibilidad de trabajar desde sus domicilios a colaboradores considerados de población de riesgo: mayores de 60 años y embarazadas.

Decretamos trabajo en modalidad *home office* por tiempo indeterminado para todos los colaboradores de oficinas y SEO.

16 DE MARZO

Comunicamos la Etapa 3 del plan de acción.

19 DE MARZO

Comunicamos la Etapa 4 del plan de acción.

A raíz del aumento de casos a nivel país, tomamos la decisión de cerrar las puertas de Om by Farmashop por tiempo indeterminado.

Comenzamos a atender por ventanilla en las sucursales de menor tamaño.

Determinamos un horario exclusivo para clientes para mayores de 60 años.

20 DE MARZO

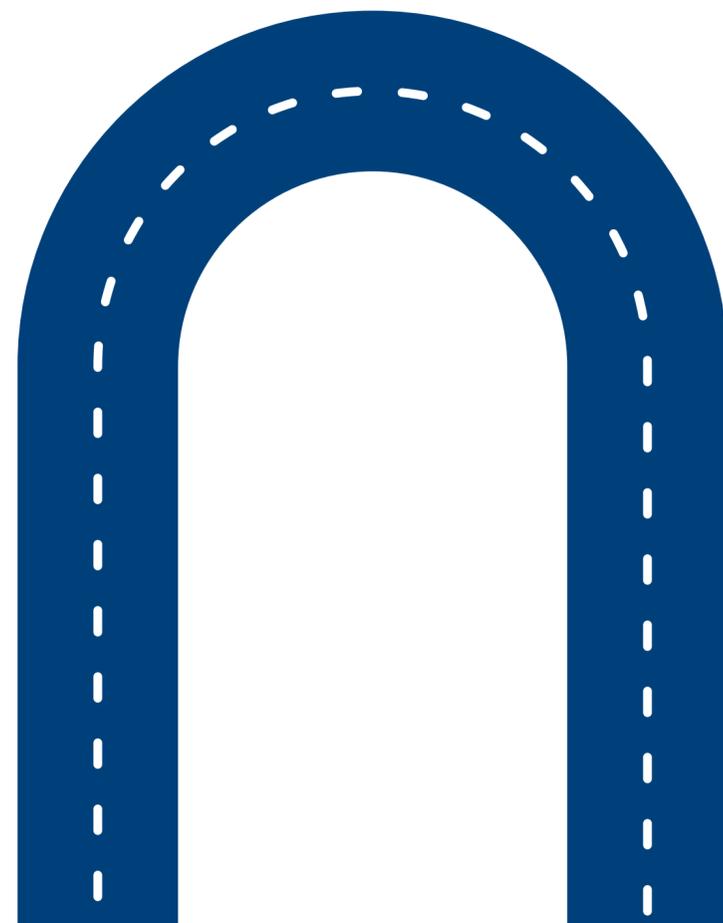
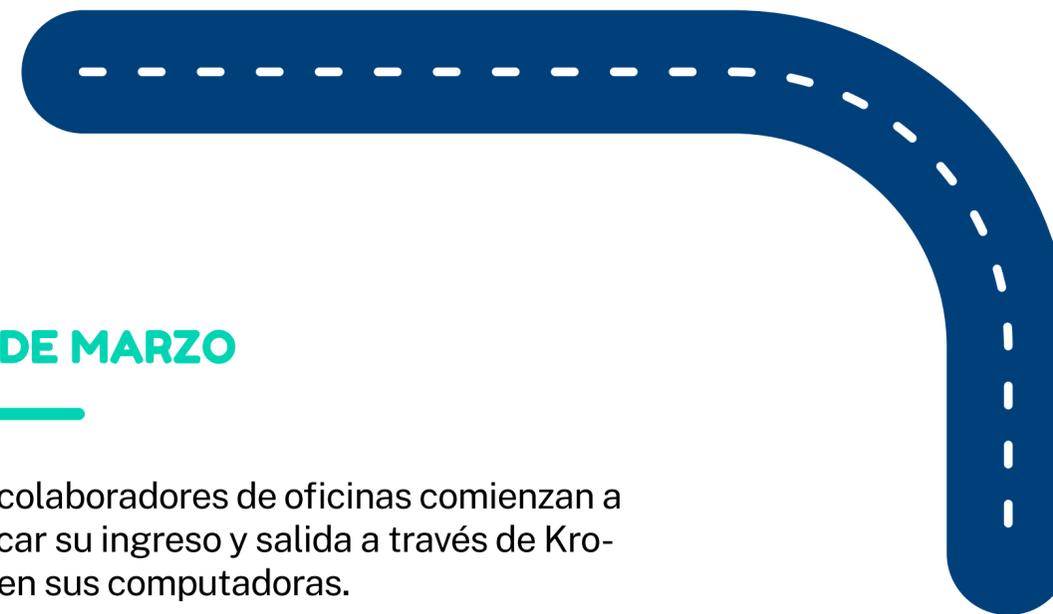
Los colaboradores de oficinas comienzan a marcar su ingreso y salida a través de Kronos en sus computadoras.

Cerramos nuestras oficinas, quedando exclusivamente abierto un sector para el trabajo del equipo de Soporte de TI.

Enviamos insumos de limpieza y prevención a las sucursales, para uso interno.

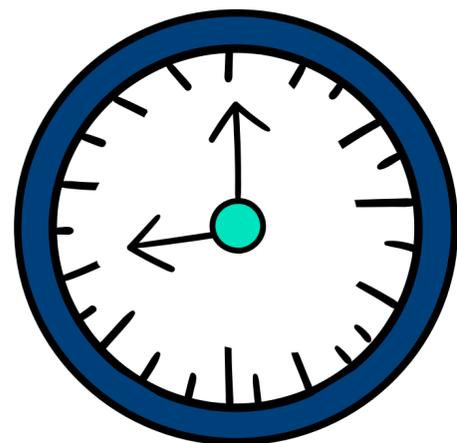
23 DE MARZO

Envío de *checklist* sobre Covid-19 a los colaboradores de sucursales, una guía que incluyó comunicados, protocolos y formularios enviados por mail y publicados en Intranet.



26 DE MARZO

Decidimos otorgar a los colaboradores de sucursales, SEO y CD un reconocimiento especial en Farmapuntos por asistencia perfecta durante marzo y abril.



27 DE MARZO

#NOS SUMAMOS

Lanzamos en cajas la campaña de RSE #NosSumamos, a beneficio del MSP, para recaudar fondos para la compra de instrumental médico y sanitario.

28 DE MARZO

Comunicamos la Etapa 5 del plan de acción.

Extendimos el horario de atención preferencial para clientes mayores de 60 años.

31 DE MARZO

Modificamos el IVR (Respuesta de Voz Interactiva) de atención al cliente en respuesta a la emergencia sanitaria.

ABRIL

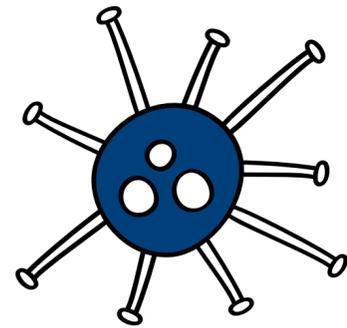
1 DE ABRIL

Instalamos mamparas en las sucursales con un mensaje que recuerda a los clientes que deben permanecer detrás de la cinta y mantener una distancia de 1,5 mts entre sí.

2 DE ABRIL

Creamos una IVR para que nuestros colaboradores, en caso de ausencia, puedan mencionar si cuentan con síntomas asociados a Covid-19.





7 DE ABRIL

Difundimos un video sobre interacciones medicamentosas en posibles tratamientos Covid-19, realizado por nuestro equipo de Más Salud.

10 DE ABRIL

Informamos a nuestros colaboradores sobre la nueva recomendación del MSP sobre el uso de los tapabocas.

11 DE ABRIL

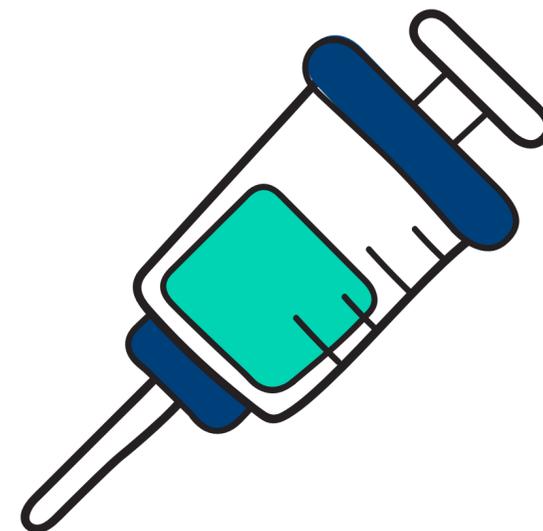
Lanzamos la campaña de vacunación contra la gripe para nuestros colaboradores.

21 DE ABRIL

Comunicamos a través de un video información sobre desinfección de hogares para prevenir el Covid-19, realizado por nuestro equipo de Más Salud.

22 DE ABRIL

Lanzamos un servicio a domicilio de venta de vacunas contra la gripe para clientes de Montevideo.



20 DE ABRIL

Compartimos un video sobre efectividad del uso de alcohol frente a Covid-19, realizado por nuestro equipo de Más Salud.

28 DE ABRIL

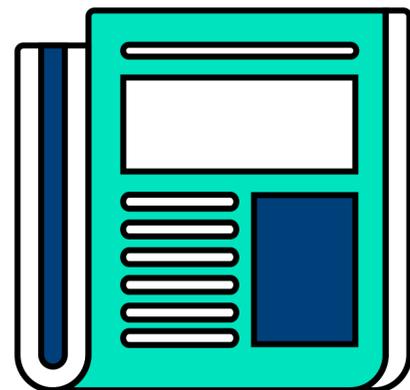
Basándonos en recomendaciones de las autoridades sanitarias del gobierno, determinamos qué elementos de protección personal debe utilizar cada colaborador en función del área en la que se desempeña.



MAYO

1 DE MAYO

Salió publicada una nota en el diario El País sobre cómo nuestros colaboradores se adaptaron a esta nueva realidad de trabajo.



5 DE MAYO

Difundimos un video sobre diferentes opciones de tapabocas disponibles, realizado por nuestro equipo de Más Salud.

20 DE MAYO

Lanzamos la venta de Autotest Covid-19 ATGen en sucursales y página web de Más Salud.

27 DE MAYO

Comunicamos internamente el protocolo para la prevención de Covid-19, aprobado por MTSS y FUECYS.



JUNIO

8 DE JUNIO

Enviamos un comunicado a todos los colaboradores recordando la importancia de no presentarse a trabajar en caso de tener algún síntoma asociado a Covid-19 y de comunicarse con la médica laboral ante la necesidad de consultas.

9 DE JUNIO

Enviamos un comunicado con buenas prácticas para los colaboradores que comienzan a trabajar en las oficinas.

15 DE JUNIO

Retorno de directores y gerentes al trabajo presencial en oficinas. Previamente planificamos los días de concurrencia y los horarios de almuerzos mediante la nueva plataforma de Intranet, para permitirnos realizar la trazabilidad en caso de algún caso positivo de Covid-19.

16 DE JUNIO

Enviamos un comunicado a colaboradores de oficinas con buenas prácticas para salas de reuniones y comedores.

19 DE JUNIO

Enviamos un comunicado a colaboradores de sucursales sobre la obligatoriedad de usar tapabocas y priorizar el uso de los que son reutilizables.

30 DE JUNIO

Enviamos un comunicado para colaboradores de oficina sobre la importancia de respetar las medidas de prevención.

JULIO

1 DE JULIO

Retorno de colaboradores a trabajo presencial en oficinas algunos días a la semana. Se continúa con el trabajo remoto.

6 DE JULIO

Entregamos al MSP tapabocas, túnicas quirúrgicas, escudos protectores, guantes de látex y termómetros como resultado de la campaña de recaudación en cajas #NosSumamos.

13 DE JULIO

Instalamos cámaras termográficas en el Centro de Distribución y en oficinas, las cuales permiten una toma rápida de temperatura y la detección de fiebre.



AGOSTO

7 DE AGOSTO



Enviamos tapabocas reutilizables para los colaboradores de sucursales.

SETIEMBRE

28 DE SETIEMBRE



Retorno al trabajo presencial, con previa planificación, en la nueva oficina del SEO.

OCTUBRE

1 DE OCTUBRE



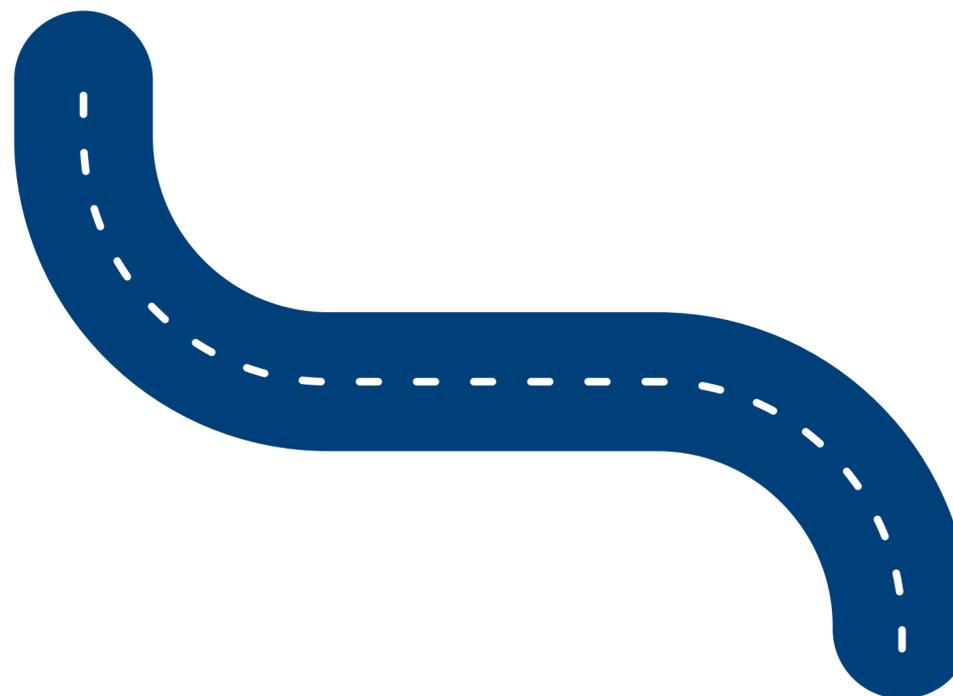
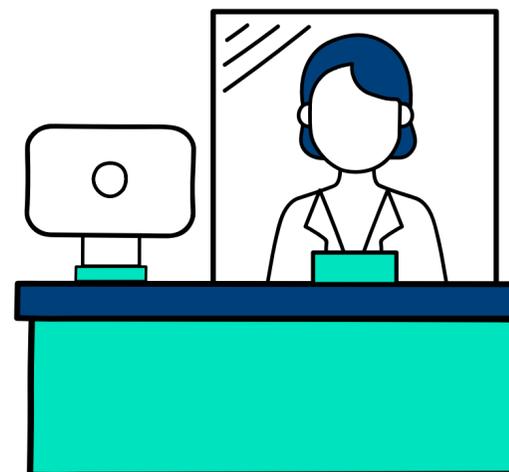
Reabrimos nuestras sucursales OM by Farmashop.

NOVIEMBRE

5 DE NOVIEMBRE



Instalamos mamparas en las oficinas y aumentamos la cantidad de colaboradores trabajando en forma presencial.



Memoria anual 2019-2020

Redacción:

Adriana Viazzi y Mariana Mieres

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:

Febrero 2021

Farmashop.

Todos los derechos reservados.

Queda rigurosamente prohibida, sin autori-
zación escrita de la compañía, bajo las san-
ciones establecidas en las leyes, la repro-
ducción total y/o parcial de esta obra por
cualquier medio o procedimiento.

Avenida Bolivia 1381

Teléfono: 2848 4848

farmashop.com.uy

