

# PBL optimiza la gestión del suministro y compras para mayoristas y boticas

▶ En algunos clientes, la compañía ha logrado reducir su 'stock' hasta un 30 por ciento y optimizado los márgenes hasta el 1,6 por ciento sobre las ventas totales

ALICIA SERRANO

alicia.serrano@unidadeditorial.es

PBL Services nace en el año 2000 como respuesta a la necesidad de las empresas de distribución de optimizar sus compras y aprovisionamientos como una de sus palancas clave de competitividad. "La cadena de suministro tiene una gran capacidad para generar problemas y sobrecostes, aunque si está controlada y optimizada provee de una buena oportunidad de generar valor y eficacia", explica a CF José Félix García Díaz, su consejero delegado. La compañía, además de estar presente en la distribución farmacéutica con clientes como Bidafarma o Unnefar a la cabeza, trabaja en sectores como el gran consumo, telefonía y comercio electrónico, entre otros, y tiene una plantilla de cien empleados con experiencia en la gestión de la cadena de suministro y la reingeniería de procesos.

En opinión de García Díaz, PBL aporta a los mayoristas eficacia comercial, "ya que el mayor coste de oportunidad de la distribución es el no satisfacer a



José Félix García Díaz, consejero delegado de PBL.

tiempo las necesidades de sus clientes", dice. También les ofrece estabilidad. "Para que un modelo de gestión sea proactivo y se pueda adaptar a los cambios, primero tiene que ser contundentemente estable y confiable. A diferencia de los *software* de compras que existen en el mercado, PBL garantiza muy bien los in-

dicadores clave de rendimiento o *Kpis* básicos de la gestión de compras y *stocks*", añade. Otro punto fuerte de PBL es que ayuda a aumentar la rentabilidad de sus clientes, "analizando con ellos los elementos susceptibles de mejorar su rentabilidad o costes, de manera que los parametrizamos e integramos

en los criterios de gestión del día a día".

## REDUCCIÓN DEL 'STOCK'

También, en algunos casos, la compañía ha logrado incrementar los niveles de servicio al cliente final en más de 10 puntos, y en todos ellos trabajan por debajo del 1 por ciento de ruptura de *stock* sobre el surtido global de productos en cada momento. "Tenemos casos con reducciones de *stock* de hasta el 30 por ciento y optimización de los márgenes comerciales hasta el 1,6 por ciento sobre ventas totales".

Por otro lado, también ha desarrollado sus servicios de optimización de la gestión del aprovisionamiento y las compras para las boticas individuales o grupos de farmacias. "Nuestro servicio de optimización de cálculo de pedidos está consiguiendo muy buenos resultados en mejorar el nivel de servicio a los pacientes, optimizando a su vez el *stock* y las compras y con un gran impacto en la productividad del personal, gracias a la liberación de esta tarea recurrente".

# Almirall y CF ayudan al farmacéutico comunitario a trabajar por categorías

▶ Ya está abierta la inscripción para este curso gratuito y 'on line'

CF. El Club de la Farmacia de Almirall y CF han llegado a un acuerdo para poner en marcha el curso *on line* *Categorización en la farmacia comunitaria: implementación, formación del personal y venta consultiva*, al que ya pueden inscribirse todos los farmacéuticos comunitarios y profesionales que ejerzan en la oficina de farmacia que quieran dar un salto de calidad en la gestión por categorías, sobre todo en las de síntomas menores, que en Europa está muy desarrollada y supone el motor de la oficina. Las inscripciones pueden realizarse en la plataforma de formación *on line* de [correofarmacautico.com](http://correofarmacautico.com).

## UNA APUESTA ANUAL

Se trata de un proyecto de desarrollo integral de categorías que permitirá a los profesionales conocerlas a fondo para poder trabajarlas bien a lo largo de todo el año. El objetivo, fundamental-

mente, es que repercuta positivamente en sus ingresos y que les ayude a desarrollar otro tipo de servicios e incrementar la venta cruzada.

El curso, que es gratuito y se imparte *on line*, tiene cinco módulos diferenciados: creación de categorías; formación y motivación del equipo; venta consultiva; alergia, cuidado de la piel y digestivo, y dolor y resfriado.

## AUTOEVALUACIÓN

Cada módulo tendrá una autoevaluación, que deberá ser cumplimentada por el alumno. Además, está pendiente de respuesta de acreditación por parte de la Comisión de Formación Continuada de las profesiones sanitarias de la Comunidad de Madrid.

El Club de la Farmacia de Almirall lleva 15 años formando e informando a los farmacéuticos.

**FECHA:** abierta la inscripción.  
**MODALIDAD:** 'on line'.  
**PRECIO:** gratuito.  
**MÁS INFORMACIÓN:** las inscripciones se realizan en la plataforma de [correofarmacautico.com](http://correofarmacautico.com).

# Un equipo motivado consigue que aumente la productividad de la oficina de farmacia un 30 por ciento

▶ Los trabajadores contentos rinden mucho más y son más eficaces

A. SERRANO. Un mal ambiente de trabajo, un conflicto no resuelto entre compañeros o una relación tensa con el jefe generan en nuestro cerebro una situación de estrés que inhibe otras funciones no especialmente necesarias en el corto plazo, como la digestión o el sistema inmunitario, "pero que a la larga aumenta el absentismo y las bajas laborales, y también disminuye la motivación, el rendimiento y la productividad", explica a CF Pilar Vera, colaboradora de Asefarma experta en

coaching y gestión de equipos. Debido al impacto que la motivación de los trabajadores tiene en los resultados de la farmacia, Asefarma tiene previsto recorrer varios COF provinciales y hacer un módulo formativo específico en Madrid para explicar cuáles son las mejores técnicas para conseguir que el personal trabaje más y mejor, y cómo evitar conflictos.

"Las empresas que consideran la motivación de los empleados como un factor importante en la gestión de los equipos logran una productividad que puede alcanzar el 30 por ciento", añade Vera. Lo cierto es que la mayoría de las boticas españolas obvian esta cuestión. "Sólo se tiene en cuenta

en las que existe una dirección por objetivos, donde además el gerente es capaz de transmitir la misión y visión de la farmacia", apunta Eva Ruiz, responsable del departamento de Consultoría de Asefarma.

## MOTOR DE LA BOTICA

En su opinión, la motivación del personal es el motor de la farmacia. "Con una comunicación clara del proyecto a todo el equipo, es posible mejorar la implicación de gran parte de ellos al hacerles partícipes en la elaboración de esos objetivos", explica. También recalca que es prioritario que los trabajadores de una oficina participen en la ejecución de la estrategia marcada para conseguir los ob-

jetivos. "Ello ayudará a que asuman mejor el trabajo, al enfocarlo como una suma de pequeños retos individuales con los que conseguir un resultado final común".

Por otro lado, recuerda que aumentar la motivación del equipo ayuda al empleado a centrarse más en su trabajo y que impacta positivamente en la productividad de la farmacia, "favoreciendo la cohesión entre los miembros del equipo y el reparto de funciones y tareas diarias".

## INVERSIÓN EN TIEMPO

Para conseguir que los empleados de una botica trabajen mejor, los titulares tienen que saber que es necesario dedicar mucho

## DÍME CÓMO ERES PARA INCENTIVARTE MEJOR

Claves para motivar a los trabajadores según sus diferencias y ambiciones.

- **Analizar la motivación intrínseca** de las personas que pertenecen al equipo, pues cada una tiene diferentes apetencias según su situación personal, profesional y emocional en diferentes momentos de su vida.
- **Entender que no todo el mundo tiene las mismas necesidades**, ni éstas impulsarán de la misma manera la conducta de cada uno en el trabajo.
- **Hay personas para las que cubrir de forma mínima sus necesidades básicas o fisiológicas es suficiente.** Otras requieren motivaciones que permiten alcanzar y mantener necesidades sociales y de pertenencia a un *status* social.
- **Hay trabajadores que buscan reconocimiento** y otros, más ambiciosos, buscan el éxito personal y la realización, teniendo que impulsar su conducta con un puesto de responsabilidad o una retribución sujeta a la realización de su trabajo.

Fuente: Asefarma.

tiempo, pero que merece la pena: "El tiempo que se emplea en mantener un clima de trabajo ideal y en realizar evaluaciones de desempeño de cada uno de los trabajadores es alto. También requiere mucha dedicación establecer o diseñar un

plan de incentivos, en función del perfil de cada una de las personas del equipo. A pesar de ello, se trata de una inversión que merece la pena, ya que los trabajadores ayudarán al titular a alcanzar sus objetivos", concluye Ruiz.