



▶ **'STOCK' EN TIEMPOS DE CRISIS** Expertos consultados por CF aportan ideas y pautas de fácil aplicación para mejorar la optimización en las oficinas de farmacia y hacer frente a las situaciones adversas con las que viven día a día

## Planificar las compras y aumentar la frecuencia de las reposiciones

MAR SEVILLA MARTÍNEZ  
maria.sevilla@unidadeditorial.es

Realizar un plan de compras, comparar las alternativas que ofrecen los distribuidores, reducir los productos que cuestan más de 30 euros o disponer de una única marca de genéricos son algunas ideas que ayudarían a optimizar el stock de la oficina de farmacia en un contexto como el actual, con impagos, bajada de precios, la subasta andaluza o los algoritmos valencianos (ver página 7), según expertos consultados por CF.

“Actualmente la farmacia está sufriendo continuas modificaciones que afectan a su rentabilidad, por ello es de obligado cumplimiento mantenerse informado para minimizar las pérdidas por disminución de la rotación o desfinanciación de aquellos productos que tengamos en stock”, explica María del Carmen Cayuelas, vocal de Oficina de Farmacia de Alicante, quien afirma que implicar al personal es vital.

Los primeros pasos que hay que dar según Joan Calduch, tesorero del Colegio de Barcelona, “es considerar los costes de com-

### ALGUNOS CONSEJOS PARA CONSEGUIR LA MEJOR OPTIMIZACIÓN

Expertos en gestión del stock dan pautas para aplicarlas en cualquier farmacia.

- Realizar un plan de compras analizando el inventario, las entradas y las salidas y mirando las ventas en el mismo periodo del año anterior.
- Hacer un estudio de los proveedores y elegir el que mejores condiciones oferte de reparto y devolución.
- Aumentar la frecuencia de las reposiciones.
- Quitar los productos que superen los 30 euros.
- Disponer de una única marca de genéricos.
- Establecer un outlet con los productos que sobran.
- Crear espacios con productos destacados o recomendaciones de la farmacia.

Fuente: elaboración propia.



pra, almacenaje (espacio, financieros, seguros) y obsolescencia (caducados, cambios formato), así como los costes de venta perdida (rotura de stock)”, afirma. “A partir de aquí se puede calcular un óptimo sobre el que el farmacéutico debe posicionarse para definir el stock mínimo y la cantidad a pedir en la reposición”.

#### REDUCIR 'STOCK' INMOVILIZADO

Uno de los problemas que se encuentran muchas farmacias es que los produc-

▶ Hay que comparar los proveedores y elegir los que oferten los mejores repartos

tos caducan y aumenta el número de inmovilizados. “Una solución puede ser disponer de una sola marca de genéricos para la misma agrupación homogénea y

una marca de referencia que los médicos todavía prescriban”, afirma Inmaculada Rite, vocal de oficina de farmacia del Colegio de Huelva. “Para dar salida a los productos inmovilizados otra opción puede ser bajar el precio. Sin embargo, se debe hacer con cuidado. Cuando compras un producto en buenas condiciones y lo devuelves caducado te dan el 60 por ciento del precio del producto, y si lo bajas puedes devaluarlo. La clave es pla-

nificar bien las compras, intentar adquirir los productos que van a tener salida y pactar con el laboratorio condiciones como, por ejemplo, que si el producto no ha salido en un mes lo retiren y lo cambien por otro”.

Para Francisco Delgado, tesorero del Colegio de Castellón, la mejor forma de optimizar el stock es reducir las especialidades caras y buscar la mejor relación con el distribuidor. “En una farmacia en la que se dispone de, por ejemplo, 4.000 unidades, si reducimos aquellas que cuestan más de 30 euros, que equivale aproximadamente a 400 referencias, sólo tendremos faltas de un 10 por ciento y podremos ahorrar un 49 por ciento en stock. Si además añadimos aquellos con poca rotación, el ahorro es mayor”.

Implantar un outlet con restos de stock, establecer espacios dedicados a los productos más vendidos o de recomendaciones de las farmacias, y aumentar las promociones son otras ideas que pueden favorecer la movilización del stock, según Silvia Fortuny, de Fortuny Consultores.

#### RELACIÓN CON EL DISTRIBUIDOR

Todos coinciden en que el apoyo del distribuidor y negociar bien los pedidos es indispensable. “En un contexto de devaluación constante del precio del stock y de incertidumbre en el cambio de tratamientos es aconsejable minimizar las unidades en almacén y disponer de una alta frecuencia de reposición. La coordinación y cooperación con el proveedor es clave”, afirma Calduch. En este sentido, Delgado insiste en que es vital controlar la frecuencia de distribución y conocer el tiempo que el farmacéutico va a tardar en disponer del fármaco para valorar de qué prescindir”.

### Establecer prioridades en el plan de ventas y educar al paciente

M. S. M. A la hora de optimizar el stock, los farmacéuticos se encuentran con dificultades como la ausencia de un plan de ventas o que los clientes no estén acostumbrados a no disponer inmediatamente del producto que quieren comprar.

Silvia Fortuny, de Fortuny Consultores, afirma que para conseguir que la optimización sea completa hay que establecer una estrategia de prioridad en ventas con el equipo de la farmacia para implementar una coordinación adecuada entre las ventas y las compras. “Lo que vendemos es lo que compramos, y compramos porque lo vendemos”, explica Fortuny. “Hay que tener en cuenta que reducir el stock no significa que se esté optimizando. Es posible que en algunos casos signifique aumentarlo y en otros disminuirlo”.

#### EDUCAR AL CLIENTE

“Hay que acostumbrar al paciente a que si quiere algo muy concreto tiene que esperar medio día”, expone Inmaculada Rite, vocal de oficina de farmacia del Colegio de Huelva, acerca de las situaciones que se repiten a diario si una botica no dispone del producto que demanda el cliente.

Para Fortuny, el farmacéutico tienen que cambiar la predisposición que tiene a dar un mal servicio al paciente e insiste en que es importante analizar cómo se transmiten las respuestas a las necesidades de los clientes. “La población está muy sensibilizada con la situación sanitaria. Debemos ser simpáticos y decirles que no disponemos de ese producto y sugerirle otro similar o pedirle ése en concreto si no le convence el recomendado. Podemos atenderles con empatía transmitiendo que entendemos su necesidad pero que en ese momento no disponemos del producto”.

## Revisar los mínimos y máximos y comprar con criterio

M. S. M. A la hora de gestionar el stock de la farmacia los expertos afirman que hay que seguir una serie de variables. Tanto Belinda Jiménez, responsable del departamento de Gestión Dinámica de la asesoría Asefarma, como Silvia Fortuny, de Fortuny Consultores, insisten en que el primer paso es la optimización del programa informático. “Es importante habituarse a recopilar, analizar e interpretar los datos para conseguir optimizar el stock”, explica Fortuny. “Es vital saber que son tres pasos diferentes y necesarios”.

Además, Jiménez recuerda que el sistema de inventario debe ser permanente e incluir la revisión del stock entre tres o cuatro veces al año.

El siguiente paso que hay que tener en cuenta es realizar un análisis de los pro-

▶ Registrar el inventario y analizar la frecuencia de rotación ayuda a optimizar el 'stock'

ductos según su rotación y establecer máximos y mínimos de compras y stock para cada referencia.

#### GESTIÓN DE COMPRAS

“Conocer la demanda de los productos, comprar en grandes cantidades sólo los productos de venta asegurada, establecer la previsión de la compra en función de la previsión de venta, así como seleccionar las categorías de los productos más importantes de la farmacia, y, a partir de éstos, las marcas o productos más rentables pueden mejorar la optimización”, expone Ji-

ménez, quien recalca que la selección de los proveedores en función del servicio, precio y seguridad que aporten es también muy importante.

“Los farmacéuticos tienen que comprar teniendo en cuenta los laboratorios y valorar factores como las ventas de los últimos tres meses y del mismo periodo del año anterior”, añade Fortuny. “Sin embargo, lo más importante es mirar la tendencia y el plan estratégico de la farmacia, prescindir de algunos laboratorios y centrarnos para optimizar compras y ventas”.