Tecnología y *Outsourcing* en Farmatodo

Ing. Pedro L. Angarita

Caracas, 23 de octubre de 2006

Contenido

- ✓ ¿Qué es Farmatodo?
  - Factores claves de éxito
  - Principales logros
  - Cadena de suministro de Farmatodo
- ✓ *Outsourcing* de la operación
- ✓ Áreas de atención
- ✓ Un año después de la implementación
- ✓ Aprendizajes

¿Qué es Farmatodo?

- ✓ **Pionera en el formato de cadena de farmacias de autoservicio, con tiendas que ofrecen productos farmacéuticos, de cuidado personal y misceláneos.**

- ✓ **Nuestra Visión: Consolidarnos como la cadena N°1 de farmacias autoservicio en Venezuela.**

- ✓ **Nuestra Misión: Ofrecer al cliente servicio de calidad bajo el concepto de farmacia autoservicio.**

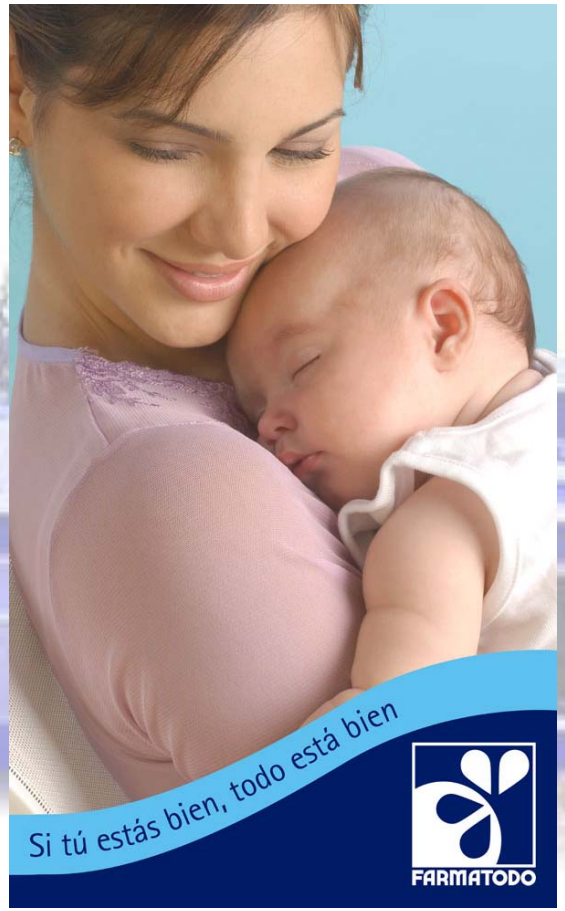
Factores clave de éxito

- ✓ **Introducción del concepto de autoservicio (rompiendo con el paradigma del mercado)**
  - **Medicinas y misceláneos vendidos en la misma tienda**
  - **Atención farmacéutica personalizada**
  - **Descuentos permanentes en medicamentos**
  - **Promociones y descuentos publicados semanalmente en hoja volante encartada en 19 diarios en todo el país**
  - **Nuevos servicios: horario extendido y tiendas abiertas 24 horas; concepto de formato *Free-standing;* ventanilla de autoservicio; servicio de foto revelado, asesoría de belleza.**
- ✓ **Crecimiento sostenido en la participación de mercado**
- ✓ **Crecimiento sostenido de la empresa en términos reales**

Factores clave de éxito

✓Orientación al Cliente

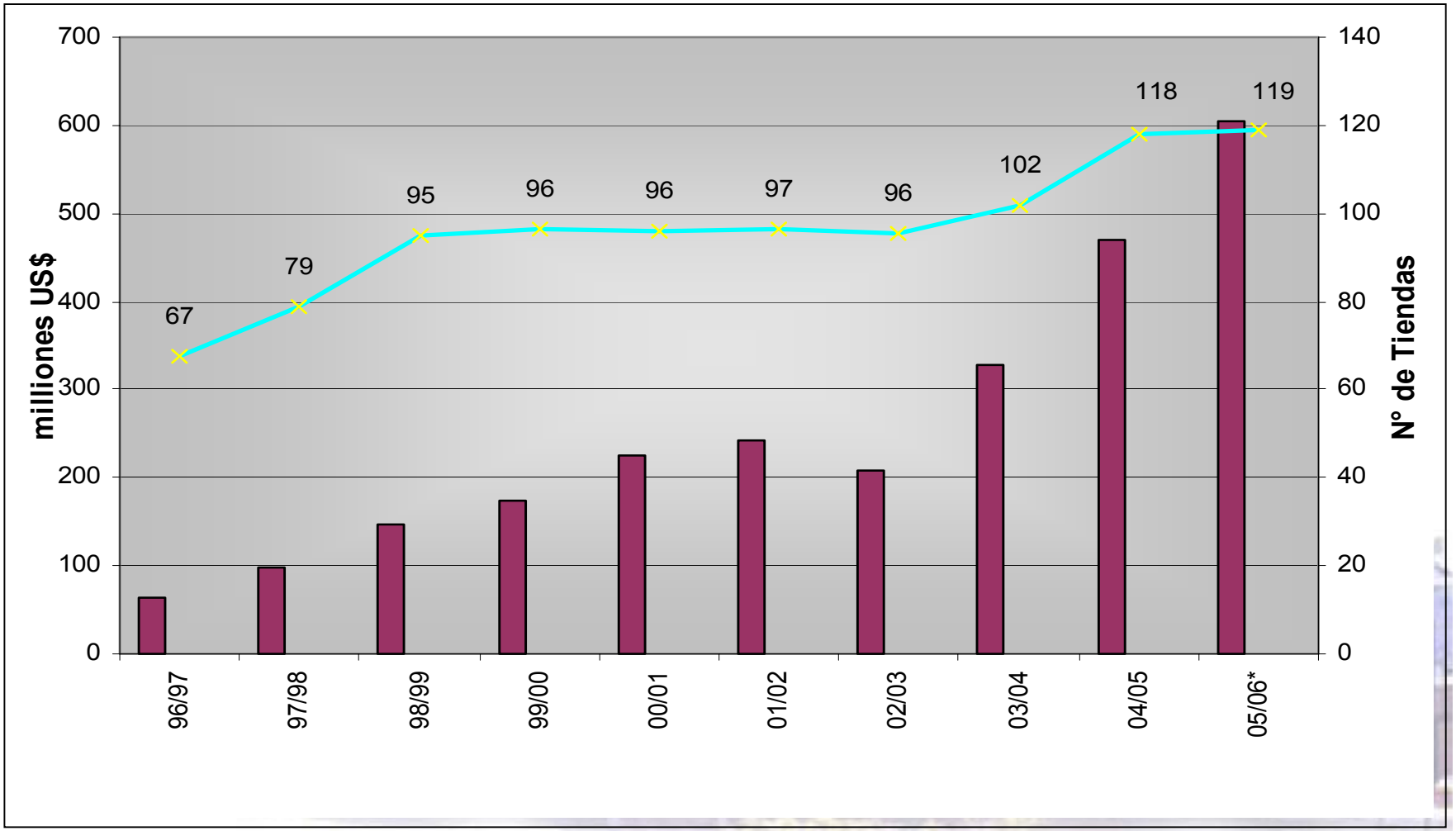
✓Variedad y Disponibilidad de productos



✓Comodidad y servicio

✓Precios competitivos

Principales Logros: Crecimiento



Ventas Brutas

N° de Tiendas

Cadena de suministro de Farmatodo

- ✓ **Estructura de la cadena de distribución 100% automatizada**

Nuestra cadena de medicinas: Antes

- ✓ Anteriormente, 80% de las ventas de medicinas eran despachadas desde nuestro Centro de Distribución
- ✓ Promedio de envío a las tiendas: 2-3 veces por semana para cada tienda
- ✓ Tiempo de entrega (*lead time*): 1 a 2 días

Nuestra cadena de medicinas: Hoy

- ✓ Actualmente, 100% de la venta de medicinas es despachada por dos grandes droguerías
- ✓ Promedio de envío a las tiendas: 2-3 veces al día, para cada tienda
- ✓ El costo de la mercancía es el costo de la droguería más un *fee*
- ✓ Tiempo de entrega (*lead time*): menos de medio día

Outsourcing de la operación

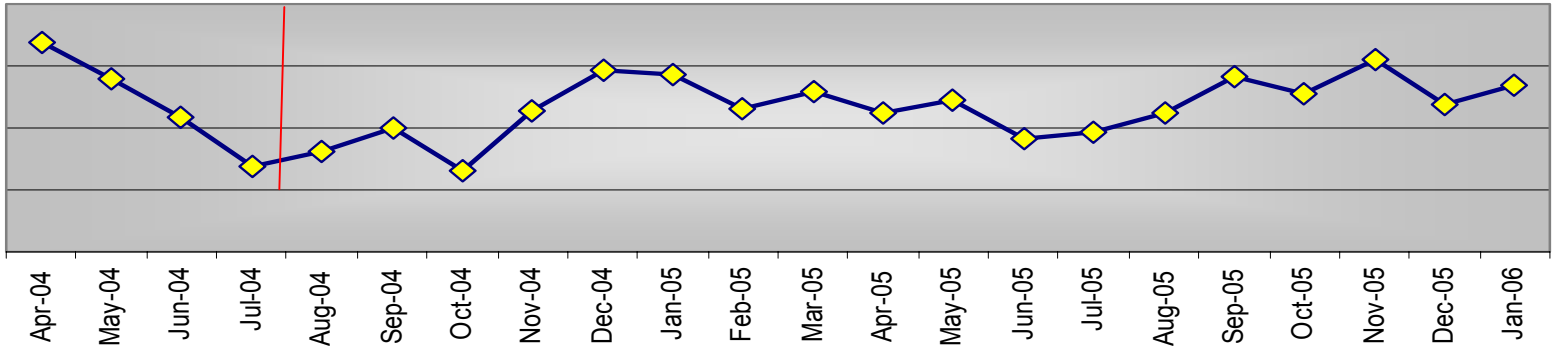
- ✓ **Reducción de inventario total**
  - **50% reducción en el inventario del Centro de Distribución**
  - **6% reducción en el inventario de las tiendas**
- ✓ **Centro de Distribución:**
  - **60% liberación del área de despacho detallado (*picking*)**
  - **31% liberación de posiciones de paleta en área de almacén**
- ✓ **Tiendas:**
  - **Aumento de la frecuencia de despacho a las tiendas (de 2-3 veces por semana a 2-3 veces por día)**
  - **Aumento de los niveles de servicio de inventario**
  - **Reducción del tiempo de procesamiento y entrega de las órdenes de las tiendas de 1 día a horas.**
  - **Mayor frecuencia - Mayor disponibilidad - Mas ventas**
- ✓ **Droguerías**
  - **Operaciones altamente automatizadas**
  - **Mejor poder de compra**

Áreas de atención

- ✓ La relación con las droguerías se basa en la confianza
  - El costo para Farmatodo debe incluir todos los descuentos que la Droguería negocie con los proveedores
- ✓ Una importante parte del negocio descansa en la Droguería
- ✓ El margen bruto depende de la Droguería (costo de la mercancía + *fee*)

Un año después de la implementación

- ✓ Promedio sostenido del margen bruto durante el primer año



- ✓ Reducción del inventario de 40 días (total empresa) a 28 días
- ✓ Liberación del área de despacho detallado del Centro de Distribución permite mayor variedad de productos
- ✓ Mejoramiento en el nivel de servicio de inventario gracias a una mayor frecuencia de despacho a las tiendas

Aprendizajes

- ✓ Para la implementación de una operación tercerizada, se debe considerar por lo menos dos proveedores
- ✓ Tener la opción de regresar a su proceso original
- ✓ Mantener buena relación con los fabricantes en términos de comunicaciones, promociones y estacionalidad
- ✓ Tanto el mayorista como el detallista deben compartir los beneficios mutuos de este tipo de relación comercial
- ✓ Asegurar una buena comunicación con el mayorista para garantizar disponibilidad durante ventas de temporada y promociones especiales
- ✓ Auditar periódicamente al mayorista (mensualmente)

Gracias

Ing. Pedro L. Angarita
FARMATODO