

Grupo

**bida**  
farma

**EDICIÓN  
ANDALUCÍA  
OCCIDENTAL**



**ACTUALIDAD**  
Nuestras certificaciones en BPD nos consolidan en nuestros máximos estándares de calidad  
Primeros resultados del nuevo almacén de Bidafarma Huelva

El alcalde de Huelva visita las instalaciones de Bidafarma  
Bidafarma en las VI Jornadas Farmacéuticas Andaluzas  
Nuevo acuerdo con FSF

**CONOCE A LA GENTE DE TU COOPERATIVA**  
Innovación y Proyectos Sanitarios

**ENTREVISTAS**  
Lina Quesada  
Pedro J. López

**SUMARIO**

# NUESTRAS CERTIFICACIONES EN BPD NOS CONSOLIDAN EN NUESTROS MÁXIMOS ESTÁNDARES DE CALIDAD

**T**ras 5 años de la entrada en vigor de la Directiva Europea en Buenas Prácticas de la Distribución, queremos que conozcas como hemos evolucionado en nuestros almacenes para la implantación de la norma y los éxitos conseguidos por Bidafarma, consolidándonos como distribuidores certificados en BPD con los máximos plazos obtenidos hasta la fecha.

Nos remontamos a los comienzos, allá por 2013 entraron en vigor unas nuevas directrices de aplicación a la distribución farmacéutica española y europea en relación con las Buenas Prácticas de Distribución (BPD) o Good Distribution Practice (GDP). A partir de esa fecha, los almacenes comenzamos un proceso de adaptación y mejora en nuestros sistemas de gestión e instalaciones para adecuarnos satisfactoriamente a la normativa.

Con anterioridad, las Cooperativas disponían de sistemas de gestión implantados según la norma ISO 9001 y eran auditados por empresas certificadoras externas, para evaluar el correcto cumplimiento y obtención de su certificación en ISO. A raíz de la Directiva en BPD empezamos un nuevo ciclo, mantuvimos el sistema ISO e incorporamos los aspectos novedosos que implicaban las BPD.

En 2014 comenzamos con las inspecciones pertinentes por parte de la Autoridad Sanitaria Provincial y fuimos certificados por un plazo de 2 años en la mayoría de nuestros centros. Esta Directiva en BPD ha reforzado los sistemas de calidad ya implantados en los almacenes de distribución, incidiendo en procesos y operativas de nuestro día a día, así como introduciendo nuevos aspectos que no estaban contemplados con anterioridad en nuestros sistemas de gestión y que han mejorado notablemente nuestra funcionalidad.

“ **El objetivo fundamental es la seguridad del medicamento hasta su destino final, el paciente** ”

Esta nueva directiva ha supuesto un importante cambio en el enfoque de nuestros procesos, tomando como referente fundamental una correcta evaluación de riesgos de éstos, además, profundiza en importantes aspectos dentro de la distribución, tales como la trazabilidad del medicamento y detección de falsificados, las condiciones del transporte de los medicamentos dentro de la cadena de suministro, los plazos para la devolución de los medicamentos, la formación del personal,...etc. así como disponer de sistemas informáticos validados para la realización de todas nuestras actividades, todo ello buscando como objetivo fundamental la seguridad del medicamento hasta su destino final, el paciente.

Desde Bidafarma miramos siempre por mejorar el servicio a las farmacias, implementando nuevos procesos y estructuras, adaptándonos a los tiempos, buscando la mejora continua, prueba de ello son los certificados obtenidos en BPD por las Autoridades Sanitarias competentes.



“ **Los certificados avalan la buena salud con la que cuentan los almacenes de la cooperativa** ”

Estos certificados son el resultado final de una serie de inspecciones sanitarias, cuyo objetivo es verificar que se cumplen con los estándares exigidos por la normativa europea.

Una certificación de BPD para un almacén de distribución es el máximo exponente sanitario existente en materia de calidad. Estos certificados, en la actualidad, tienen un plazo máximo de certificación de cinco años.

En este 2018 han sido varios los almacenes de Bidafarma que han obtenido su certificación en BPD y centrándonos en la zona

de Andalucía Occidental, tenemos certificación en Córdoba y Sevilla, para el nuevo almacén de Huelva disponemos de la autorización sanitaria de funcionamiento y estamos en fase de obtención del certificado en buenas prácticas.

En el caso del almacén de Sevilla, y tras pasar dos inspecciones, una a finales de 2017 y otra en junio de 2018, nos ha sido otorgado el certificado BPD por un periodo de cinco años, siendo un hito en materia de calidad en Bidafarma, ya que es el primer almacén que obtiene el mayor plazo de certificación.

En la provincia de Córdoba nuestro almacén sito en el P.I. Las Quemadas fue renovado a finales de 2017 obteniendo un periodo de certificación por cuatro años.

Estos certificados avalan la buena salud con la que cuentan los almacenes en la cooperativa y el buen hacer del director técnico y todo su equipo en Bidafarma, velando siempre por garantizar el mejor servicio a las farmacias de todo el territorio español.

# OBJETIVO CUMPLIDO

## MEJORAS Y PRIMEROS RESULTADOS DEL NUEVO ALMACÉN DE HUELVA

Una de las grandes apuestas de nuestra cooperativa durante el año 2018 ha sido la puesta en funcionamiento de unas nuevas instalaciones en la provincia de Huelva.

Huelva contaba con un almacén inaugurado en los años 80 totalmente manual, con el que actualmente no se podía dar el servicio a las farmacias de la provincia con los estándares de calidad deseados por la cooperativa.

A finales de marzo del 2018 nos trasladamos al nuevo almacén, donde nuestro principal objetivo está orientado a mejorar el servicio que damos a nuestros socios, ampliando los mismo con nuevos proyectos y servicios farmacéuticos.

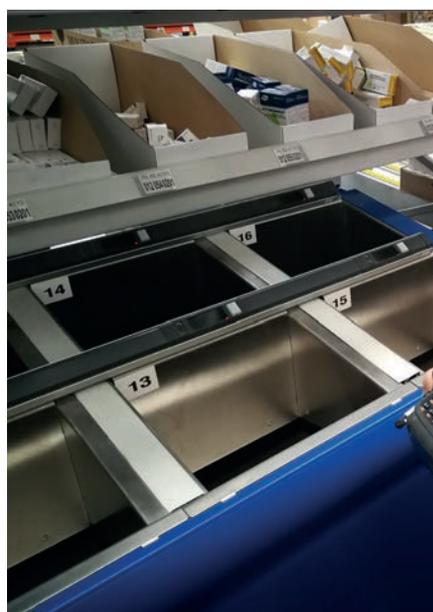
Para ello, el almacén se ha equipado con la última tecnología en robotización acompañado de un diseño de las instalaciones acorde a las necesidades de nuestros procesos. Uno de los objetivos fundamentales de este nuevo proyecto ha sido la innovación y la formación. Para la formación se ha habilitado una sala para nuestros socios, entidades, laboratorios...

Todos nuestros almacenes trabajan con unos indicadores que nos permiten realizar un seguimiento continuo, ayudándonos a conocer la evolución de nuestros procesos y sistemas. De entre todos ellos podemos destacar:

**ERRORES DE DESPACHO:** Este indicador es el que más se ha visto beneficiado por el cambio de instalaciones. Su dato ha mejorado de manera considerable, debido principalmente a que el despacho en el antiguo almacén de la cooperativa se hacía 100% de manera manual y actualmente, en el nuevo almacén, el 90% del despacho diario se hace de forma robotizada.

**NO HA LLEGADO:** Hemos conseguido una reducción del 80% de estos artículos no servidos, esta mejora se debe principalmente, gracias a los sistemas de control automatizados.

**ABONOS DE CARRO:** este abono se generaba en ocasiones por falta de coincidencia entre lo pedido y lo servido. Hoy por hoy, son prácticamente inexistentes en el actual almacén, ya que la robotización nos permite tener un mayor control de nuestros stocks.





“

Neptune es un sistema de fotografía de cada cubeta despachada, que permite tener un mayor control de la mercancía servida

El número de referencias ha aumentado con respecto al anterior, dada la amplitud que tiene el actual almacén, la mejora de las ubicaciones y también como consecuencia de la robotización. Esto lleva implícito un beneficio para las farmacias socias, ya que permite que desde el almacén de Huelva se sirvan la mayor parte de los pedidos transfer, siendo menor el número de días de espera para este tipo de pedidos.

Así mismo, se ha reducido considerablemente la duración del proceso de preparación de pedidos, trayendo consigo un adelanto en la hora de salida del reparto, con la consiguiente mejora en la entrega en la farmacia y que redundará en un beneficio para el socio y un mejor servicio a vuestros pacientes y la población de Huelva en general.

Como novedad, este almacén cuenta con una valiosa herramienta, Neptune, que consiste en un sistema de fotografía de cada cubeta despachada, que permite tener un mayor control y trazabilidad de toda nuestra mercancía servida.

El periodo estival es una época fundamental en la provincia, debido a la gran afluencia de veraneantes a la zona y como consecuencia una mayor demanda en las farmacias de costa, por lo que se necesitaba un refuerzo por nuestra parte, por ello, y gracias al nuevo almacén, además del reparto habitual servimos las guardias de los domingos y festivos, agilizando la hora de entrega en estos días, que tradicionalmente eran pedidos que se servían desde un almacén de otra provincia.

Es el comienzo de una nueva etapa en Bidafarma Huelva, y estamos convencidos y apostamos que con el esfuerzo de todos, nuestro almacén seguirá creciendo y dando el mejor servicio posible a nuestros socios.





# PEDRO J. LÓPEZ BARRERO, UN FARMACÉUTICO DE ALTOS VUELOS

**H**uelva posee 111 km de costa que van desde Matalascañas hasta Isla Canela (Ayamonte). La mayoría de sus playas poseen un ancho suficiente lo cual permite se pueda disfrutar tanto para hacer deporte como para descansar.

Una de las actividades deportivas que nos podemos encontrar cuando paseamos por nuestras playas, es la de volar cometas, y no solo en verano cuando nuestras playas están llenas de veraneantes, sino que es más bien en la época en la que hay menos personas, en la que los aficionados a este deporte nos regalan esas imágenes tan bonitas de las distintas formas volando sobre nuestras playas.

El vuelo de cometa deportiva no es común practicarlo por la dificultad de encontrar a veces el material necesario para ello, es por eso, que los amantes de esta práctica son a la vez artesanos de las mismas.

Uno de los aficionados a volar y crear cometas es un farmacéutico de nuestra provincia, Pedro J. López Barrero, natural de Huelva

capital, propietario de la farmacia que está situada donde se encontraba en viejo mercado de Huelva desde 1991, anteriormente propiedad de su padre.

## ¿De dónde nace esta afición por las cometas?

Mi abuelo me hacía cometas de pequeño, a partir de primavera, en mi barrio de las colonias (Huelva) siempre los niños hacían cometas. Ya con la edad, pasó a ser una afición. Estando yo un día en la playa del espigón de Huelva, había un hombre volando una cometa y me di cuenta que no sabía volarla... y decido ir yo a comprarme una en un hipermercado de la capital.

Cuando empieza internet, es cuando empiezo a investigar y a ver videos sobre cometas y a buscar sitios donde comprar cometas de mejor calidad. También empiezo a contactar con otras personas con la misma afición y con un club que hay aquí en Andalucía.

Empecé a comprar cometas por internet, pero son muy caras, así que me decido a hacerlas yo mismo.

## ¿Existen muchos sitios para comprar este tipo de cometas?

En Huelva ninguno y te diría que existen 4 o 5 sitios en toda Europa que se dedican a la venta de este tipo de cometas, luego hay más en Estados Unidos. Es a través de internet por donde puedes comprar todo lo necesario. En España había antes 4 o 5 tiendas que vendían, pero ya solo quedan 2. Es un mercado muy pequeñito. La mayoría de aficionados se las confeccionan ellos mismos.

## ¿Qué tipo de cometas vuelas tú?

Yo vuelo las cometas de show que son las cometas grandes con formas, que están estáticas en el cielo, las cometas acrobáticas y también me gustan las cometas de pelea o combate, son unas cometas pequeñitas de bambú, que vuelan muy rápido y que tienes que dirigir, consiste en derribar a la cometa de otra persona, este tipo de cometas es muy común en la India, Pakistán y Perú, pero está prohibido en muchos sitios por la peligrosidad de los hilos que se usan para volar estas cometas.



### ¿Cómo empiezas a hacer tus primeras cometas?

Pues empiezo poco a poco, mirando en internet. Existen planos. Nilo Vélez un madrileño afincado en Sevilla tiene una base de planos de cometa a nivel mundial <https://es.kiteplans.org/>. A través de esos planos te guías para empezar a hacer tu propia cometa, después ya vas haciendo tus propios diseños sin necesidad de los planos. Compró todos los materiales que necesito para hacer la cometa a través de internet, incluso me he comprado una máquina de coser industrial, ya que las máquinas tradicionales no valen para coser 30 metros de tela....

La cometa más grande que he hecho es una de show, un pulpo de 30 metros, tarde 300 horas en hacerla. Hay que dedicarle mucho tiempo.

### ¿Es un deporte que se practica en solitario o en grupo?

En principio solo, pero porque no hay mucha gente que se dedique a las cometas a este nivel, sobre todo a las cometas gran-



des. Pero sí existen clubes donde nos reunimos un grupo de personas que tenemos la misma afición, por ejemplo, aquí en Andalucía hay un club en Málaga, se llama Club de Cometas Rotores. [www.rotores.net](http://www.rotores.net)

### ¿Existen competiciones?

Sí, en Andalucía lo organizamos a nivel del club. Se ha hecho un campeonato de España en Valencia varios años seguidos, pero ya no se hace. El problema para realizar campeonatos es encontrar jueces formados para esto. En Portugal también hay alguna competición o exhibición, y en otros países también se celebran, por ejemplo, en Francia si hay más competiciones, y algunos aficionados del norte de España van a esas competiciones a participar. Yo no suelo competir, voy más a exhibiciones y actos organizados por el club de cometas Rotores.

### ¿Conoces en nuestro gremio a más personas que tengan esta misma afición?

No, normalmente los que conozco de nuestro gremio tiran más a la cometa para kitesurf, ya

que esas cometas mueven a más gente joven, y las que yo uso... somos más "mayores".

### ¿Es una afición cara?

Sí, ya que las cometas son caras, y confeccionarla también porque los materiales son caros y difíciles de encontrar.

### ¿Dónde sueles ir tú a practicarlo?

Normalmente a la playa de la Bota, a una zona donde hay poca gente. Se puede practicar en cualquier época del año, aunque en otoño con los temporales, el viento es muy fuerte y no suelo ir, tampoco en enero y febrero porque el viento suele ser norte y vuestras mirando al sol, por lo que es perjudicial para la vista, así que no suelo hacerlo.

**En Bidafarma hemos creado una comunidad de ocio, FORYOU EXPERIENCE, para organizar eventos lúdicos para socios y trabajadores de la cooperativa, ¿te gustaría que se organizara algo relacionado con las cometas?**

Claro, como mal menor, puede ocurrir que el día y hora elegido para realizar la actividad, las condiciones de viento no sean aceptables y se tiene que hacer un taller más teórico que práctico.

### ¿Organizáis desde el club algún evento por la zona?

Sí, en Huelva solemos organizar una competición cada año los días 12 y 13 de octubre, en Punta Umbría, en la zona de Terramar. Es muy bonito ir a verlo, por el espectáculo de las cometas, y para los niños, porque soltamos una cometa que suelta caramelos desde al aire, también hacemos talleres para los niños, para enseñarles a volar cometas.

# BIDAFARMA, EN LAS VI JORNADAS FARMACÉUTICAS ANDALUZAS



Antonio Mingorance durante el acto de clausura de las jornadas.



Antonio Pérez, Matilde Sánchez, Leandro Martínez, Jesús Aguilar, Antonio Mingorance, M<sup>ra</sup> Jesús Oya, Luis Francisco Ortega y Jaime Román.

Expertos, líderes colegiales y profesionales farmacéuticos se han reunido en esta nueva cita del sector y han analizado el modo en que los nuevos servicios están transformando la farmacia comunitaria, reforzando su dimensión sanitaria y asistencial y abriendo nuevas posibilidades de colaboración con el resto de actores del sistema sanitario.

Todos estos nuevos servicios desarrollados dentro del marco de la farmacia, convierten a la botica en un espacio donde no solo se dispensan medicamentos, sino que además se ofrecen muchas más prestaciones farmacéuticas, todas ellas orientadas hacia la mejora de la salud y la prevención de la enfermedad.

Bidafarma estuvo presente en estas jornadas con un stand donde la cooperativa mostró sus avances en servicios profesionales innovadores diseñados y orientados a la oficina de farmacia, y por otro lado, con el patrocinio de la mesa "Política farmacéutica en Andalucía durante los últimos veinte años", en la que participó Antonio Mingorance, presidente del Consejo Andaluz de Colegios de Farmacéuticos y presidente de Bidafarma, que invitó a las auto-



Jaime Román, recibiendo el premio al mejor póster presentado al congreso.

ridades sanitarias a que sean osadas y piensen en formas de dar juego a la farmacia en estos nuevos retos a los que se enfrenta el sector, porque los profesionales están dispuestos y están preparados, como se está demostrando con estos nuevos servicios profesionales. "Los farmacéuticos estamos dispuestos a colaborar más intensamente en los grandes retos que tiene el sistema sanitario vinculados a la

prevención, diagnóstico precoz y mejora de la adherencia de los pacientes crónicos, todos los nuevos servicios desarrollados van en esta dirección y lo que necesitamos ahora es que las administraciones apuesten fuerte y decidan contar más con la farmacia.

En el marco del congreso hubo un espacio reservado a la labor científica de las Oficinas de Farmacia andaluzas, donde éstas mostraron los resultados de sus trabajos de investigación. De entre todos los trabajos presentados cabe destacar el de la Farmacia San Julián de Sevilla, de la que es titular nuestro compañero Jaime Román, vocal del consejo rector de Bidafarma, que consiguió el primer premio al mejor póster presentado a esta edición, gracias a un análisis cualitativo de la respuesta médica a intervenciones por escrito en consulta de optimización de la farmacoterapia. Este trabajo evidenció la importancia de la comunicación entre profesionales sanitarios a la hora de trabajar con un mismo objetivo, el bienestar del paciente, así como el importante rol que juega el farmacéutico comunitario como eslabón de la cadena sanitaria más próximo al paciente y principal especialista en el medicamento.

# PRESENTACIÓN DE BIDAMARKETING Y CANALBIDA EN SEVILLA, HUELVA Y CÓRDOBA

El pasado 22 de junio, enmarcada dentro del programa de información, se llevó a cabo la presentación de los servicios de BidaMK y Canal Bida a los socios de las provincias de Huelva, Sevilla y Córdoba.

El nuevo almacén de Huelva recibió a más de 40 socios interesados en dar mayor dinamismo a sus farmacias, aprovechando la presentación no sólo para escuchar lo interesante de los servicios que Bidafarma pone a su disposición, sino también para compartir con Gestores Comerciales, Gerente y Responsables de los servicios sus inquietudes, dudas y expectativas.

En Sevilla, la convocatoria fue también todo un éxito, reuniendo a más de 60 farmacias interesadas en conocer las nuevas herramientas que su cooperativa le acerca.

En Córdoba fueron más de 25 socios los que reunieron para informarse sobre el servicio de canal Bida que la cooperativa pone a disposición de sus socios con el objetivo de optimizar su oficina de farmacia.

Ambos servicios, se encuentran orientados a dinamizar la farmacia, rentabilizando cada centímetro cuadrado del espacio de venta.

Bidamk es un servicio prestado por consultoras especializadas en marketing cuya función es dinamizar la farmacia, analizar debilidades para convertirlas en fortalezas, orientar al farmacéutico en una mejor gestión de todo lo relacionado con la venta y los datos derivados de la misma.

Canal Bida es un sistema de reproducción publicitaria que permite emitir en el punto de

venta, información publicitaria para estimular la compra de quienes visitan la farmacia.

Las presentaciones fueron realizadas gracias al trabajo de gestores comerciales y gerencias de cada zona, contando con la colaboración de Verónica Toniolli, gerente de Marketing, para la explicación de cada uno de los servicios.

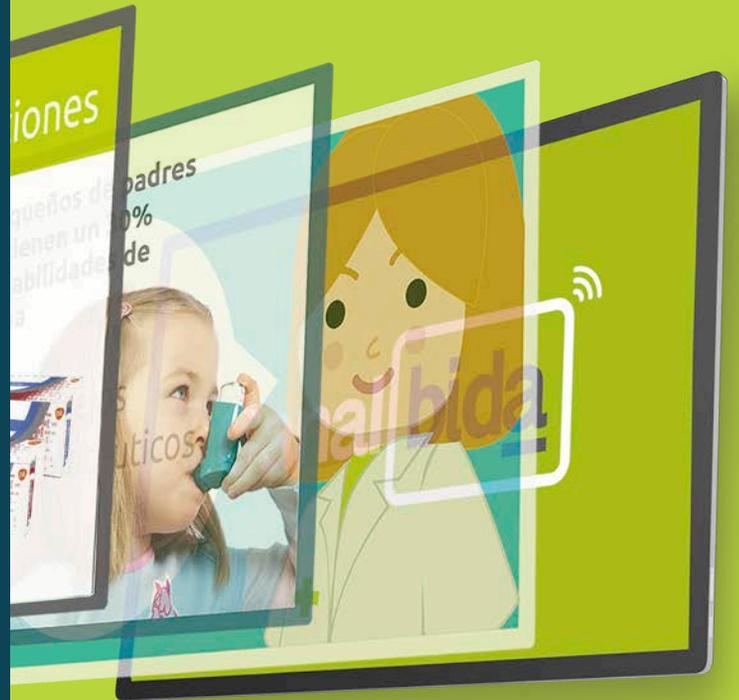
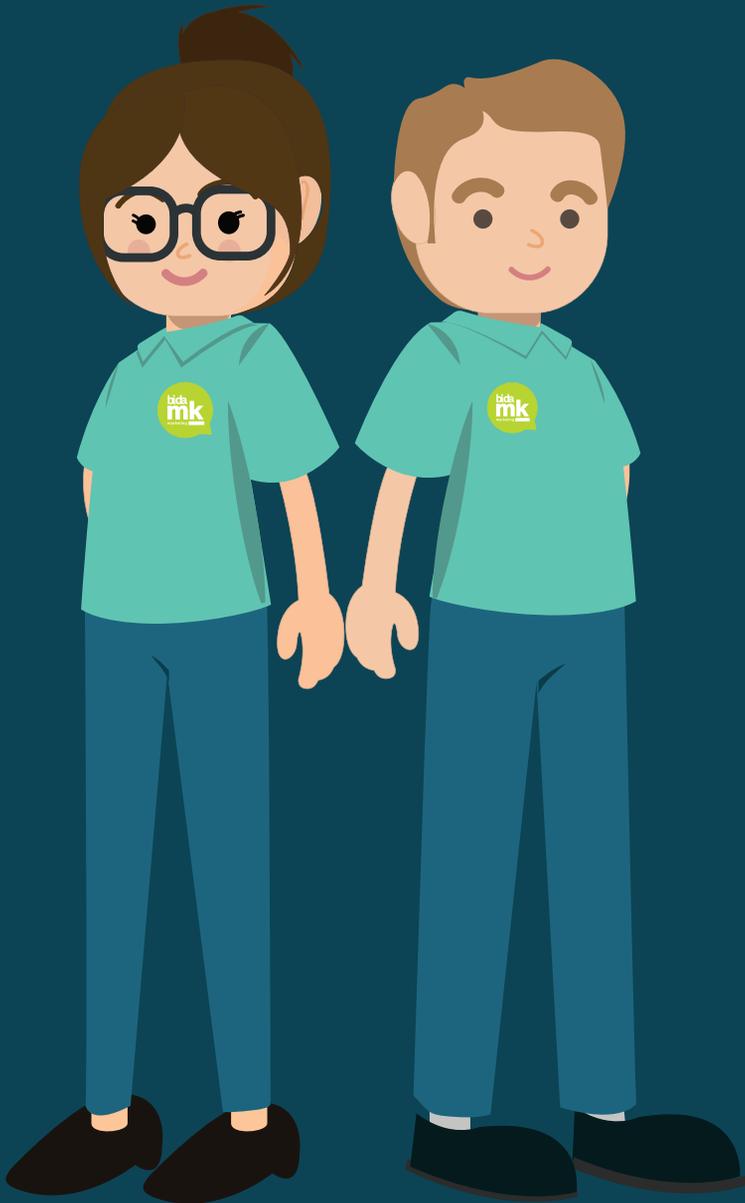
En Sevilla, además, Tamara Rodríguez, consultora de BidaMK, pudo contar de primera mano su experiencia con farmacias y mostró ejemplos reales de lo que se hace a través del servicio.

Gracias, como siempre, a los socios por la asistencia a ambas reuniones, y por su interés en estos dos servicios que ofrece Bidafarma.





Canal **bida**





# EL ALCALDE DE HUELVA VISITA LAS NUEVAS INSTALACIONES DE BIDAFARMA HUELVA



“

El alcalde destaca la aportación de Bidafarma, con sus nuevas instalaciones, “al trabajo en curso para dinamizar y atraer actividades al Parque Huelva Empresarial”



Jesús M. Bueno, Francisco Chacón, Gabriel Cruz, alcalde de Huelva, Cinta Zambrano, Antonio Pérez Ostos y Juan Fernández Melo.

El alcalde de Huelva, Gabriel Cruz, acompañado del concejal de Empleo, Desarrollo Económico y Proyectos del Ayuntamiento de Huelva, Jesús Manuel Bueno visitó el pasado viernes 23 de junio las nuevas instalaciones de Bidafarma en el Parque Huelva Empresarial, con las que la cooperativa, líder del sector en Andalucía y segunda en el ranking nacional, “está contribuyendo a los objetivos de dinamizar el Parque, que su creciente actividad atraiga a nuevos inversores y que se pueda aprovechar esta infraestructura de la ciudad para desarrollar potencialidades, generar riqueza y empleo en Huelva”.

Los representantes del Consistorio han sido recibidos por el vicepresidente de Bidafarma, Antonio Pérez Ostos; el vicetesorero, Francisco José Chacón; el director Territorial de Andalucía Occidental, Juan Fernández Melo; y la gerente del almacén de Huelva, Cinta Zambrano; tras una breve reunión donde han podido conocer de primera mano las características y peculiaridades del sector farmacéutico en España, han realizado un recorrido por unas instalaciones completamente robotizadas que vienen a sustituir a las del Polígono Tartessos y en las que Bidafarma tiene su nodo logístico para abastecer al 100% de las farmacias de la provincia, generando con ello 30 empleos directos y 20 indirectos.

Para Cruz, esta reciente inauguración “supone un revulsivo para el desarrollo económico y la creación de puestos de trabajo, además de lo que implica contar en nuestra ciudad con el líder a nivel andaluz, y la segunda empresa más potente a nivel nacional del sector de la distribución farmacéutica y valoramos también su dimensión de entidad de economía social. Porque este es un modelo económico que estamos apoyando desde el Ayuntamiento como paradigma más sostenible, equilibrado, solidario y duradero”.

Y es que la distribución cooperativista garantiza la llegada de un medicamento allí donde esté el paciente, al mismo precio y con la misma accesibilidad, independientemente de los condicionantes geográficos y socioeconómicos. Ello es posible porque, debido al carácter solidario de este modelo de distribución, el diferencial de los costes del suministro a las diferentes farmacias los asume la cooperativa.

En definitiva, como ha destacado el alcalde, “es una gran noticia contar con un nuevo centro de actividad en este Parque Huelva Empresarial, un espacio estratégico, con una oferta de suelo de calidad y con empresas con un destacado carácter social”.



El territorial de Andalucía Occidental de Bidafarma, Juan Fernández Melo, con Gabriel Cruz, alcalde de Huelva, en un momento de la visita al almacén.

# AVANTIA PLUS GESTIÓN

## UN SISTEMA INTEGRAL PARA LA FARMACIA

**T**oda farmacia, además de dar un buen servicio y una excelente atención a sus clientes, busca el incremento de la rentabilidad y del beneficio. Quedaron atrás los tiempos en los que en lo que se trabajaba era la mal llamada “gestión” focalizándose en las compras. Esa dedicación (muy atractiva de base, al observar un buen descuento en un albarán) puede generar una pérdida oculta de beneficio, expresada en stock muerto, cuando la previsión de compras ha superado las ventas, y que pasa generalmente desapercibida debido a que no lo calculamos con posterioridad; en caducados, en falta de espacio, etc.

La pregunta sería ¿debemos despreocuparnos por comprar bien? Lógicamente no, pero debemos preocuparnos muchísimo más por vender mejor. Los datos extraídos por Avandia Plus Gestión, del Mystery Shopper realizado en 70 farmacias, han sacado a la luz datos que demuestran esta hipótesis, ya que sólo en el 6,1% las operaciones se había planteado una pregunta adicional sobre la petición del cliente. Es decir, casi en un 95% de las operaciones nos limitamos a dispensar el producto o las preguntas sólo van relacionadas sobre lo que busca el cliente, sin ahondar en suplementar la dispensación con un producto que ayude a mejorar la patología menor.

Por tanto... si nos centramos en comprar en las mejores condiciones, pero perdemos de vista formar a nuestro equipo de una manera protocolizada que aproveche el máximo las oportunidades, estaremos realizando un trabajo, en su mayoría de los casos, en vano.

Bajo esta premisa, se creó Avandia Plus Gestión, ofrece un servicio a aquellas farmacias que desean implantar un sistema de gestión integral en base a planes de acción específicos, planes que son fruto de los resultados de los análisis cualitativos, cuantitativos, financieros y de equipo que se realizan.

Una vez implantada la gestión por categorías, la protocolización de todas las tareas, la formación del equipo en ventas y en merchan, pasamos a trabajar lo que denominamos Fichas Consejo (Fichas de



Ventas Cruzadas) que se van desarrollando poco a poco, implicando a todo el equipo de la farmacia. Pero nos queda la herramienta más potente que pasa a analizar el verdadero trabajo realizado en esa labor: AVANTCHECK.

Con Avantcheck (desarrollado de forma interna y en exclusiva dentro de Avandia Plus Gestión) podemos determinar el porcentaje de éxito según el número de oportunidades que se generan en el día a día en la farmacia. Además, lo analiza de forma individualizada, lo cual nos permitirá poder trabajar una formación específica con cada miembro del equipo, así como ajustar mucho más nuestro esfuerzo al tener muy claro las fortalezas y las debilidades de cada empleado.

Tras un primer año de trabajo con las farmacias, Avantcheck ha dado un salto de calidad al realizar un primer pilotaje de la mano

Sirva de ejemplo los siguientes datos extraídos de la colaboración con Almirall en 3 categorías.

• **Salud de Espalda** (comenzó en septiembre 2017)

- El % de éxito medio ha crecido entre ambos periodos un 131,25% pasando del 0,32% al 0,74%.

- El % de éxito máximo individual de una farmacia ha pasado del 2,42% al 6,60%.

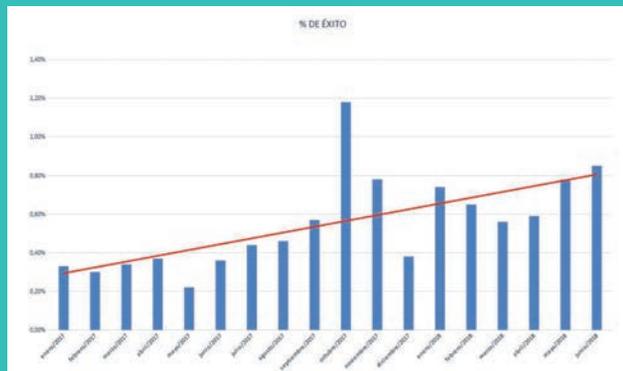
- El % de éxito máximo obtenido por un vendedor ha pasado de un 6,67% a 11,11%.

- Las ventas generales del producto trabajado en esta ficha han crecido un 27,03%. Lo que indica que esta acción no solo provoca un aumento en las ventas cruzadas, sino que también un aumento de ventas totales de dicho producto a trabajar.

-La tendencia sigue en aumento, lo que augura grandes éxitos de futuro y un asentamiento en la protocolización del acto de dispensación de venta por consejo.

• **Acidez** (comenzó abril 2018)

- El % de éxito medio ha crecido entre ambos periodos un



26,02% pasando del 0,73% al 0,92%.

- Las ventas generales del producto trabajado en esta ficha han crecido un 6,55%.

• **Congestión nasal** (comenzó abril 2018)

-El % de éxito medio ha crecido entre ambos periodos un 31,25% pasando del 0,32% al 0,42%.

-Las ventas generales del producto trabajado en esta ficha han crecido un 81,60%.

del laboratorio Almirall. Para ello, se trabajó la ficha de venta por consejo del dolor de espalda, protocolizando la actuación farmacéutica para que cada Diclofenaco o Enantyum que hubiera sido recetado para el dolor de espalda, se recomendara el Hidroxil en pro de reforzar el tratamiento y mejorar los resultados. El primer informe analizado nos aportó unos datos increíbles, aumentando el éxito de venta en un 240%. Estos resultados nos han llevado a ampliar el acuerdo con Almirall, que aporta un valor diferencial a nuestras farmacias. También se ha cerrado recientemente otro acuerdo de colaboración con Stada. Los éxitos, fruto de la formación, el apoyo del laboratorio, la estrategia planteada y el esfuerzo de todos, están asegurados.

En definitiva, trabajando Avantcheck a través de Avantia Plus Gestión, conseguimos:

1. Diferenciación en la atención farmacéutica en mostrador
2. Un aumento notable de la conversión de oportunidades en «ventas por consejo»
3. Un aumento en las ventas totales de producto a trabajar
4. Obtener un perfil de cada miembro del equipo para implementar un plan específico individualizado
5. Verificación de que el reparto de tareas era el adecuado
6. Eliminar el «complejo de precio»
7. Validar la calidad del consejo farmacéutico
8. Adaptar las formaciones y campañas
9. Desarrollar el plan de objetivos-incentivos

Por tanto, volviendo al origen de este artículo, ¿seguimos pensando que la rentabilidad de la farmacia se centra exclusivamente en la gestión de compras? ¿Creéis que las farmacias que han obtenido estos resultados han incrementado su rentabilidad en base a generar ventas que antes no existían? ¿Sus clientes habrán notado un aumento de la atención farmacéutica personalizada y por tanto se habrán sentido más fidelizados con su farmacia?

El trabajar un plan estratégico integral, con Avantia Plus Gestión, no sólo provoca ese aumento en ventas de fichas consejo, sino un aumento de facturación general, tal y como demuestran los siguientes datos analizados en comparativa con los datos oficiales de IQVIA (Antigua IMS).

Las farmacias de Avantia Plus Gestión, han incrementado sus ventas un 4,13% frente al 2,80% que refleja IQVIA. De este incremento total de facturación, resaltamos el incremento en Parafarmacia, ya que las farmacias de Avantia Plus Gestión crecen un 5,45% frente a un 3,00% de la media nacional.

Teniendo en cuenta que la media de facturación de las farmacias analizadas de Avantia Plus Gestión es de 1.300.000 euros estaríamos hablando que hemos mejorado la rentabilidad de estas farmacias aportando un beneficio bruto extra de más de 5.000 € sobre la media.

Sin duda, estamos enormemente satisfechos por los resultados obtenidos, fruto del esfuerzo de todas las partes implicadas en este proyecto, especialmente los titulares y los empleados de todas las farmacias adheridas. ¡Enhorabuena!

# BIDAFARMA COLABORA CON FARMACÉUTICOS SIN FRONTERAS EN LA PUESTA EN MARCHA DEL BANCO DE MEDICAMENTOS



El vicepresidente de Bidafarma, Antonio Pérez Ostos y el presidente de FSFE, Rafael Martínez Montes.

**B**idafarma ha firmado un acuerdo de colaboración con Farmacéuticos Sin Fronteras para el desarrollo del programa de la ONG, Banco de Medicamentos, facilitando con ello la gestión de donaciones de medicamentos y productos sanitarios con destino a proyectos de ayuda humanitaria, cooperación al desarrollo y acción social.

El acto de la firma de este convenio de colaboración tuvo lugar en la sede de Bidafarma en Sevilla, en la que estuvieron presentes el vicepresidente de la distribuidora farmacéutica, Antonio Pérez Ostos y el presidente de FSFE, Rafael Martínez Montes.

Mediante este convenio, el programa de FSFE, Banco de Medicamentos, se verá beneficiado y ampliado al contar con un espacio en los almacenes de Bidafarma de la Comunidad Autónoma de Andalucía de forma que se facilite la gestión integral de las donaciones recibidas de la industria farmacéutica, para que sean distribuidas a diferentes entidades que pertenecen a la red de ONG'S receptoras de este tipo de ayuda.

Asimismo, Bidafarma colaborará con la ONG en los procesos de recepción y entrega de las donaciones y participará en la elección de farmacéuticos voluntarios para la selección y la clasificación de medicamentos y de material sanitario, dando preferencia a los cooperativistas y asociados de ambas instituciones.

Además, esta alianza permitirá a FSFE ampliar el Banco de Medicamentos al incluir como beneficiarios de este programa a los colectivos más vulnerables de nuestro país, mediante la donación de productos sanitarios por parte de Bidafarma para que la ONG las entregue a otras entidades de marcado carácter social.

Con la firma de este convenio se consolida la relación que desde hace años mantiene Bidafarma con Farmacéuticos Sin Fronteras y que se inició con su colaboración en acciones de ayuda humanitaria en emergencias sanitarias como la surgida tras los terremotos de Haití y Nepal, así como en proyectos de cooperación para la mejora de la calidad del agua en Ecuador.

# FARMACIAS CON ALMA



*Bienestar para toda la familia*



Movilidad



Camas y descanso



Órtesis y podología



Baño



Vida diaria



Mat. médico y vestuario



Antiescaras

# CONOCE TU COOPERATIVA

## INNOVACIÓN Y PROYECTOS SANITARIOS

**E**l área de Innovación y Proyectos Sanitarios nace a la vez que Bidafarma para llevar a la farmacia nuevos servicios innovadores, digitales y que refuercen el modelo de farmacia asistencial. Al frente de la misma está Nuria Gómez, directora de Innovación y Proyectos Sanitarios. Es un área importante y diferencial de la cooperativa ya que trata de ayudar al socio en la implantación de servicios que de manera individual serían complicados por la infraestructura, conocimiento, costes e innovación necesarios para llevarlos a cabo. Este área cuenta actualmente con dos gerencias:

### Gerencia de Innovación

Dirigida por Fernando Román, gerente de Innovación, es la encargada de la innovación digital y de ella dependen los proyectos de Sensafarma (comercio electrónico: [www.sensafarma.es](http://www.sensafarma.es)) y de Farmapremium (programa de fidelización: [www.farmapremium.es](http://www.farmapremium.es)) para la cooperativa.

Para **Sensafarma** contamos en el equipo con un responsable de comercialización y comunicación con el socio (Rafael Veas) y con un informático coordinador del desarrollo y mantenimiento de la parte técnica de la página web (Jorge Serrano). Con este equipo trabajamos para la mejora continua de la página web mediante posicionamiento tanto orgánico como de marketing, aumentar la implantación incrementando el número de farmacias miembros de la plataforma (el alta es totalmente gratuita para los socios de Bidafarma cooperativa), mantener el catálogo de productos (más de 11.000 referencias activas), gestionar la operativa de cara a las farmacias y los clientes y, en definitiva, en promover el crecimiento de este innovador servicio de la cooperativa.

Si te interesa obtener más información del servicio de Sensafarma para darte de alta en el mismo escríbenos a: [farmacias@sensafarma.es](mailto:farmacias@sensafarma.es).

En el caso de **Farmapremium**, la gerencia cuenta con la figura de Blanca Romero como coordinadora en Bidafarma cooperativa de las acciones de comercialización, de formación, de los expertos, y del consultor Farmapremium para conseguir la máxima satisfacción de los socios que utilizan este programa de fidelización, líder nacional con más de 3.000 farmacias y más de 1 millón de clientes finales fidelizados con la tarjeta. Para más información sobre este servicio escríbenos a [blanca.romero@bidafarma.es](mailto:blanca.romero@bidafarma.es).

### Gerencia de Proyectos Sanitarios

Desde esta gerencia, dirigida por Concha Ramos, gerente de Proyectos Sanitarios, se diseñan y se ponen a punto servicios sanitarios asistenciales para su lanzamiento a las farmacias, facilitando a éstas su implantación. El primero de ellos ha sido **Telederma**, y seguimos trabando para que otros le sigan, siempre con el objetivo de ayudar a dotar de valor asistencial a la farmacia.

Si quieres saber algo más sobre este servicio escríbenos a [telederma@bidafarma.es](mailto:telederma@bidafarma.es).

También se coordinan los **Servicios Profesionales**, servicios de asesoramiento y atención especializada en aspectos como veterinaria, homeopatía, medicinal natural y formulación magistral. Desde el departamento estamos permanentemente informados de cualquier novedad que acontezca (nuevos productos, cambios legislativos...) con el fin de incorporarlas a nuestros procesos.



De pie: Jorge Serrano, Concha Ramos, Blanca Romero, Rafael Veas, y Fernando Román. Sentadas delante: Nuria Gómez, Pilar Fernández y Carmen Molina.

Como responsable de **Veterinaria y Ortopedia** contamos con nuestra compañera Pilar Fernández Rasco, quien además es la responsable del proyecto **FARMASCOTAS**, herramienta informática de gestión de veterinaria alojada en la web Bidafarma, cuyo objetivo es ayudar a consolidar esta categoría en la farmacia. Para ello dispones de:

• Herramienta informática de gestión, con un buscador de artículos bajo diferentes criterios y posibilidad de realizar el pedido sobre la marcha

• **Elementos de marketing**

• **Píldoras de formación**

Como responsable de **Medicina Natural y Formulación Magistral** está Carmen Molina Cerrato, quien también es responsable del servicio **Salud en Casa**, en este caso con la finalidad de acercar y consolidar las ayudas técnicas de ortopedia en la farmacia. Cuenta también con:

• **Herramienta informática de gestión para consultas y pedidos**

• **Elementos de marketing**

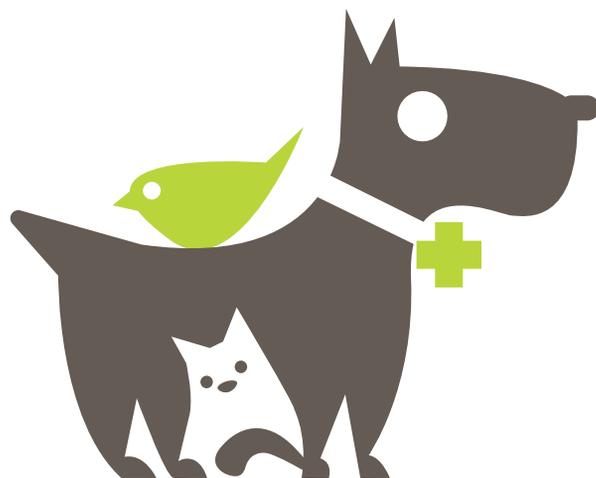
• **Vídeos, tutoriales formativos y manuales**

• **Fichas de productos**



Pilar Fernández Rasco

# FARMASCOTAS



**D**esde el departamento de Innovación de Bidafarma hemos desarrollado una herramienta de informática de gestión a través de nuestra web, con el fin de trabajar la veterinaria atendiendo a las necesidades que la farmacia pueda tener a la hora de introducir esta nueva categoría, y de esta forma ayudar a consolidarla en la farmacia.

La herramienta cuenta con un buscador por nombre, categoría, especie animal... que facilitará la localización más rápidamente del producto que se esté solicitando, además de abundante información adicional, imprescindible para dar un buen servicio al cliente, como imágenes de productos y acceso a su ficha técnica, donde se recogen datos de interés como composición, posología, duración tratamiento, etc.

También ofrece la posibilidad de realizar el pedido directamente desde la farmacia, en el mismo momento de la consulta. El farmacéutico contará con un amplio vademécum de especialidades y productos zosanitarios, además de accesorios para mascotas y alimentación para los animales de compañía, con un SERVICIO EXCLUSIVO de entrega a domicilio para los envases de gran tamaño, sin coste adicional para el cliente final.

Además de la herramienta informática, el farmacéutico contará con el acceso a las píldoras de formación sobre temas relacionados con la categoría de veterinaria, con el objetivo de familiarizar al personal de la farmacia con temas relacionados con esta área y poder ofrecer un servicio de calidad al cliente.

Todo el servicio irá apoyado con elementos de merchandising, con el fin de reforzar la categoría en la farmacia. El objetivo es que quede bien localizada la zona destinada a estos productos, y que el cliente de la farmacia la identifique como punto de referencia a la hora de adquirir productos para su mascota.

Desde nuestro departamento os animamos a trabajar con FARMASCOTAS y así fidelizar más a vuestros clientes cuidando también de sus mascotas.



**farmascotas**  
Cuidamos de ellos

Se han desarrollado 10 píldoras de formación:

- 1. CATEGORÍA MASCOTAS**
- 2. COMPLEMENTOS PARA MASCOTAS**
- 3. EL CABALLO**
- 4. EL PERRO**
- 5. EL GATO**
- 6. ENFERMEDADES MÁS COMUNES EN PERROS Y GATOS**
- 7. LEGISLACIÓN VETERINARIA**
- 8. MEDICAMENTOS PARA MASCOTAS**
- 9. NUTRICIÓN EN MASCOTAS**
- 10. OTRAS MASCOTAS**

# LA FUNDACIÓN AVENZOAR CELEBRA SU ACTO ANUAL DE ANIVERSARIO Y ENTREGA DE PREMIOS



Foto de familia con los premiados en la sede de Avenzoar.

El Paraninfo de la Universidad de Sevilla acogió el pasado mes de junio el acto de 34º aniversario de la Fundación Farmacéutica Avenzoar, ocasión escogida anualmente por esta entidad nacida al abrigo del Colegio de Farmacéuticos de Sevilla para hacer entrega de sus distintos premios y distinciones.

Esta cita está también dedicada al conocimiento y la divulgación. Es por ello que cada año se cuenta con una personalidad de un ámbito profesional distinto para que ofrezca una lección magistral. En esta ocasión tuvimos la oportunidad de disfrutar de la experiencia y trayectoria del catedrático de Historia de América Ramón M<sup>a</sup> Serrera Contreras, quien ofreció la lección magistral 'El impacto de la Vuelta al mundo (1519-1522) en la Geografía del Renacimiento'.

Autor de más de 150 publicaciones americanistas (entre ellas 26 libros y monografías), Serrera ha obtenido a lo largo de su carrera



Francisco J. Guerrero socio de Bidafarma, premio a la Mejor Labor Profesional Farmacéutica, junto a su hijo, explicando cómo fueron sus comienzos al frente de una farmacia rural.

diversas distinciones a su labor profesional, entre ellas, el Premio del Banco Nacional de México a una historia regional escrita por un investigador extranjero o el Premio Andalucía de Investigación 'Ibn al Jatib' en las áreas de Humanidades y Ciencias Jurídicas.

co-Sociales. Asimismo, ha sido profesor en las universidades de Cádiz y Córdoba, así como catedrático en la de La Laguna y, posteriormente, en la Universidad de Sevilla.

Tras esta ponencia tuvo lugar la tradicional entrega de premios y distinciones. Este año, el Premio Matilde Reyes Malpica, que reconoce a trabajos científicos en el ámbito sanitario, han sido otorgados a los trabajos 'Uso de marcadores no invasivos para el seguimiento de la dieta sin gluten en pacientes celíacos pediátricos', de Verónica Segura Montero; así como a 'Papel de la encima NADPH-Oxidasa en la patología ocular asociada a la hipertensión arterial', de Álvaro Santana Garrido.

En cuanto al Premio Manuel Fombuena Escudero, que reconoce trabajos periodísticos sobre el ámbito de la Farmacia, ha sido distinguido Francisco Correal Naranjo, periodista de Diario de Sevilla, por una entrevista realizada a nuestra compañera Cinta Rodríguez León, que desarrolla su carrera profesional en una oficina de farmacia de Las Tres Mil Viviendas de Sevilla y que recibió en 2017 el Premio a la Mejor Labor Profesional Farmacéutica, que este año ha sido otorgado a Francisco J. Guerrero García, farmacéutico rural en el municipio de El Madroño, en la Sierra Morena sevillana. Por su parte, Sanofi Genzyme recibió la distinción a mejor laboratorio.

Asimismo, en dicho acto se hizo entrega de los premios Avelino Romero Pérez, que reconocen a los mejores carteles creados por escolares para fomentar la donación de sangre. El primer premio ha sido concedido a Luis Miguel Parra López, de los Salesianos de la Santísima Trinidad, mientras que el segundo ha sido para Cristina Povea Tabares, del IES Ramón Carande.

¡Enhorabuena a todos!

# EL BOTIQUÍN DEL ALPINISTA

## LINA QUESADA



En esta edición hemos querido presentaros a Lina Quesada. Ejemplo de esfuerzo, constancia y superación. Esta sevillana de 49 años, lleva 25 haciendo alpinismo y dice que su predilección son los ochomiles. Ha ascendido el Cho Oyu, el Gasherbrum II, el Everest, el Broad Peak y el Manaslu.

Este año, recientemente, ha intentado subir al Dhaulagiri por segunda vez y se le volvió a resistir la cima, igual que al resto de expediciones, debido al mal tiempo. No tiene patrocinadores para su sueño, y busca ayudas para cada una de sus expediciones a empresas u organismos que quieran colaborar de una u otra manera.

“El Dhaulagiri es una montaña muy técnica. Es la segunda vez que vengo y aun así no he podido hacer cumbre. Tiene muchos peligros objetivos que te hacen estar todo el tiempo en mucha tensión, hay

“

**“En esta vida, si no luchas por lo que amas, no haces nada”**



continuas avalanchas, muchas grietas, no hay dos días seguidos de buen tiempo, siempre hay viento y nieve. El día que no hay una cosa es la otra. Nunca puedes planificar a dos días vista. Aunque tengas una información de meteo buena, siempre hay algo que falla”.

Para conseguir estos retos, Lina no solo tiene que prepararse físicamente, sino también el material y todo lo necesario para estar prácticamente aislada durante semanas en la montaña. Entre su equipaje es fundamental todo tipo de medicamentos para cualquier malestar, además del inconveniente de la altura, que puede ocasionar fuertes dolores de cabeza. Por ello en su botiquín encontramos antiinflamatorios, analgésicos y antipiréticos. Tiene que ir preparada ante una posible infección por lo que es común llevar antibiótico y antiviral. Lo que no puede faltar son los protectores solares, tanto para la piel, como para proteger los labios. Muchas veces están ex-

puestos a condiciones climatológicas extremas, viento, frío y nieve. Por último y no menos importante, lleva todo tipo de complementos alimenticios energéticos, batidos, barritas, etc.

En principio es siempre un reto deportivo. Lina entrena mucho durante el año en Sierra Nevada porque le gusta estar en forma y sentirse fuerte, y en un ochomil es donde se pone a prueba y puede desarrollar todos sus conocimientos técnicos y físicos. También significa probar hasta dónde es capaz de llegar.

En los últimos años ha hecho también montañas de 7.000 metros, de hecho, está haciendo las montañas del Leopardo de las Nieves (fue un premio soviético de montañismo que se concedía a los montañistas que ascendían las cimas más altas de la Unión Soviética).

Grupo

# bida

farma

EDICIÓN  
ANDALUCÍA  
OCCIDENTAL

