

Abordaje estratégico sobre vectorización

Juan Pablo Campo Ortega

**Colegio de Estudios Superiores de Administración –CESA-
Administración de Empresas
Bogotá
2014**

Abordaje estratégico sobre vectorización

Juan Pablo Campo Ortega

Directores:

Gonzalo Moreno, Diana Rodriguez

Coordinadores de Farmacias

Grünenthal Colombiana

**Colegio de Estudios Superiores de Administración –CESA–
Administración de Empresas
Bogotá
2014**

CONTENIDO

1. Introducción.....	5
2. DESARROLLO.....	9
2.1 Herramienta.....	9
2.2 Informes.....	10
2.3 Resultados mapas de distribución.....	17
3. Conclusiones.....	32
4. Bibliografía.....	33

LISTA DE TABLAS

- Modelo de la estrategia de acompañamiento pg 6
- Ejemplo mapa de distribución pg 17
- Resultado Acuña Detal Bogotá pg 18
- Evolución resultados Acuña pg 19
- Resultado Unidrogas A Bogotá pg 21
- Resultado Unidrogas B Med/Santander pg 22
- Resultado Unidrogas C Costa pg 22
- Resultado Unidrogas D Superfarmas Nacional pg 22
- Evolución resultados Unidrogas Bogotá pg 23
- Evolución resultados Unidrogas Med/Santander pg 24
- Evolución resultados Unidrogas Costa pg 25
- Evolución resultados Unidrogas Superfarmas pg 26
- Resultado Cafam Bogotá pg 27
- Resultado Cafam Costa pg 27
- Resultado Cafam Cali eje pg 28
- Resultado Cafam Med/Santander pg 28
- Resultado Olimpica Bogotá pg 29
- Resultado Olimpica Costa pg 29
- Resultado Olimpica Occidental pg 30
- Resultado Colsubsidio Bogotá pg 31
- Resultado Colsubsidio Costa pg 32
- Resultado Colsubsidio Cali eje pg 32
- Resultado Cafam Medellín pg 32
- Resultado Comfenalco Valle del cauca pg 33

1 Introducción

Grünenthal Colombiana requiere evaluar la influencia que tiene la representante de Farmacias sobre la venta generada en las Farmacias de Cadena, debido a que actualmente no se cuenta con la fuerza de ventas necesaria para generar un adecuado servicio y atender el 100% de los puntos de las Farmacias de Cadena, tampoco se tiene garantizada la presencia total del portafolio de Grünenthal en ellas, por tal razón se pretende implementar la nueva estrategia en el segmento Farmacias de Cadena que permita abordarlas de manera más eficiente, ayude a mejorar la rotación de los productos y se aumente las ventas en el segmento. Otra problemática adicional es la falta de sistemas eficientes de regulación de inventarios en los clientes, (tecnologías obsoletas, sistematización pobre entre otros).

Según datos de IMS a Enero de 2014, Colombia cuenta con 19.083 Farmacias a nivel Nacional de las cuales 15,307 son farmacias independientes, 3.387 son farmacias de cadena y 389 puntos de venta de Cajas de Compensación.



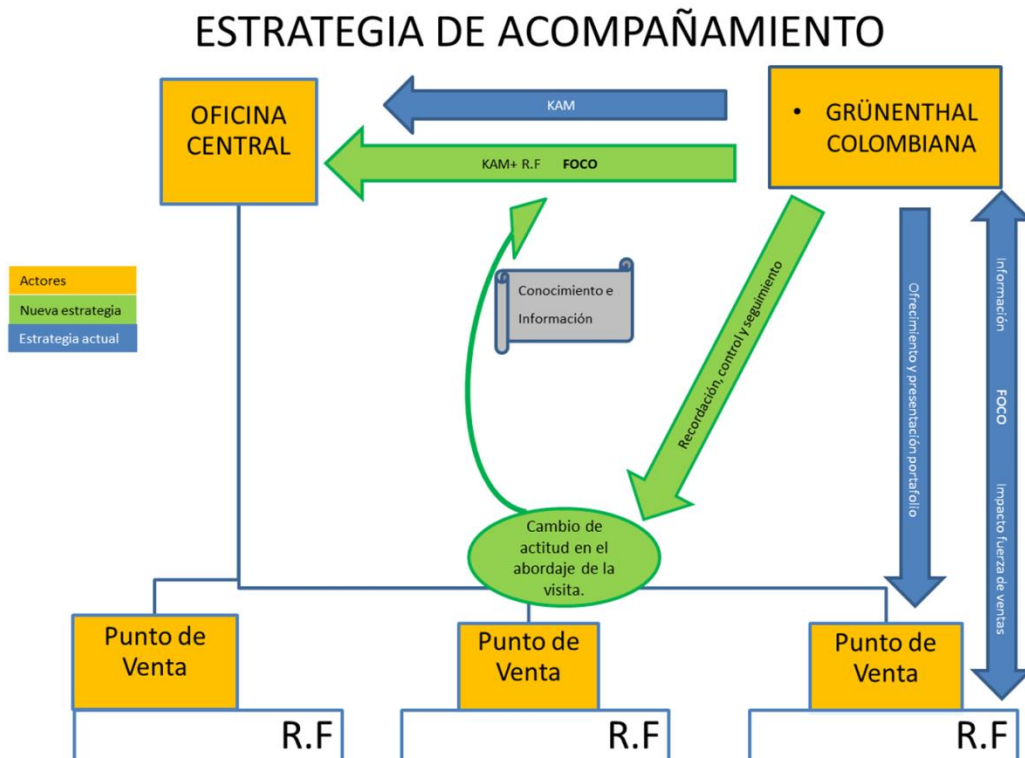
La participación por canal es la siguiente:

(1)

Actualmente Grünenthal Colombiana atienden 5.122 Farmacias, correspondiente al 27% del universo a nivel nacional; de este porcentaje el 40% son Farmacias de Cadena. Por lo tanto se está atendiendo el 86% de las Farmacias de Cadena disponibles a nivel Nacional y aproximadamente 2.000 puntos de venta. Este valor determinado por los contactos 680 puntos logrados con las Representantes de Farmacia y el resto por parte de representantes de visita médica. De las atendidas en el 58% son Independientes y 2% Centros de Dispensación.(1)

La forma en la que se trabaja actualmente está basada en el abordaje por medio de los Puntos de Venta. Característica de lo anterior es la relación y visita que le practica la Representante al Dependiente de cadena y algunas veces al administrador. Las cadenas de farmacia funcionan desde una estructura piramidal, donde existe una cabeza que genera las políticas y lineamientos a seguir; de ahí se genera una relación de dependencia por parte de los puntos de venta con la oficina central; es allí donde se define y autoriza las solicitudes de máximos y mínimos (unidades mínimas a mantener en el punto de venta en stock/producto). Los Puntos de Venta generan la orden a la oficina central, quien a su vez realiza el despacho a punto de venta, generando así el ciclo de reaprovisionamiento. El proyecto consiste en generar una estrategia de acompañamiento entre el KAM (Key Account

Manager) y la Representante de farmacia, llegar al punto más alto de la pirámide (Oficina central) de una manera provechosa; generando y asegurando una mayor presencia de producto que desencadena mayor rotación y a su vez más una venta efectiva. Esto bajo la evidencia de que las droguerías de cadena son la primera opción a la hora de atender, aproximarse o hacer la compra de una fórmula médica por parte del consumidor final.



Por lo tanto se genera el siguiente interrogante: ¿Se debería implementar la nueva estrategia en el segmento Farmacias de Cadena que permita abordar estos puntos de manera más eficiente, ayude a mejorar la rotación del producto y aumente las ventas en el segmento?

Se tiene como objetivo general el implementar la nueva estrategia previamente validada, para el segmento Farmacias de Cadena la cual permitirá realizar un abordaje más eficiente que contribuya con el incremento en la rotación del producto y aumente las ventas en el segmento en un 10%.

Lo anterior se lograra mediante las siguientes acciones:

- Incrementar la rotación del portafolio Grünenthal mediante el acompañamiento de la representante de farmacia en puntos de cadena (Farmacias).
 - Generar por medio del acompañamiento un vínculo y una relación directa con la Oficina Central.
- Garantizar mediante procesos de vectorización (mantener inventario activo) en el punto de venta, la presencia de los productos “core” para disminuir el índice de rebote (perdida de formulación y/o cambio de la fórmula) y agotados- “backorders” en Punto de Venta.
 - Realizar análisis de inventarios y rotación propios y de la competencia.
 - Evaluar el potencial de rotación en Punto de Venta según el comportamiento de la competencia y del mercado.
 - Realizar seguimiento de los inventarios en bodega para la futura estimulación de los máximos (incrementar) y mínimos en la Oficina Central.
 - Realizar validación y confirmación de la estrategia aplicada en los Puntos de Venta.
 - Contribuir con el cumplimiento del presupuesto en ventas establecido por la compañía para el 2014.

Para el desarrollo del siguiente proyecto se establece la siguiente hipótesis: Se debe implementar la nueva estrategia en el segmento Farmacias de Cadena ya que no se tiene la presencia esperada del portafolio en los puntos de venta lo cual sería una oportunidad para aprovechar nuevos mercados, evitar agotados o perdida de posibles ventas.

La metodología del proyecto se basa en la realización de sesiones de acompañamiento y observación en distintos clientes como:

CLIENTE	CIUDAD PRINCIPAL
UNIDROGAS	BUCARAMANGA
DETAL ACUÑAS	BOGOTÁ
COLSUBSIDIO	BOGOTÁ
CAFAM	BOGOTÁ
OLIMPICA	BARRANQUILLA
COMFENALCO	CALI

Se analizó y documentó las visitas por parte de los KAM (Key Account Manager) y las Representantes de Farmacia; mediante archivos base de inventarios/cliente, se construyeron mapas de vectorización y posteriormente se realizaron los respectivos sugeridos. Con esto se determinó la posibilidad en la implementación de la nueva estrategia de abordaje.

Se partió de las siguientes fuentes de información y Bases de datos por punto de venta con inventarios de clientes a nivel nacional y regional como: Unidrogras, Cafam, Colsubsidio, Acuña- Detal, Comfenalco y Olímpica. Reportes escritos de

las visitas realizadas y de las experiencias en ferias comerciales como la de AXA y Eticos.

La estructura de desarrollo fue la siguiente:

CRONOGRAMA		
PRIMER BIMESTRE	SEGUNDO BIMESTRE	TERCER BIMESTRE
Viabilidad, toma información y observación	Visita oficina central Farmacia de Cadena y proceso interno	Consolidación información

Primer Bimestre: Visita a oficinas de Detalles (Droguerías las Acuñaas) y Depósitos. Análisis de la toma de información y digitalización de las transferencias. Reporte de los actores involucrados en el proceso. Observar la relación y contacto que tiene la representante de farmacia con el Coordinador de mercadeo y compras. Igualmente ver la posibilidad de establecer relación con el administrador del mismo.

Segundo Bimestre: Visita a oficinas centrales de Farmacias de Cadena. Observación de la relación que se tiene con el coordinador logístico, encargado de despacho y control interno de operaciones. Identificar la oportunidad de la representante de Farmacia en la relación previamente existente entre el KAM (Key Account Manager) y la gerencia de la Oficina Central.

Tercer Bimestre: Consolidación de información obtenida, identificar oportunidades y posteriormente presentación al departamento de Mercadeo para evaluar la posible aplicación de la estrategia de abordaje.

De esta manera se logró:

- Contacto del Departamento Comercial con clientes para la solicitud de bases mensuales de inventarios por punto de venta.
- Desarrollo de mapas de Distribución
- Análisis por parte de las Representantes de farmacia; teniendo en cuenta retroalimentación del visitador médico de acuerdo a territorio.
- Acuerdo con el KAM para presentación de la información y mapa de vectorización sugerido al cliente.
- Visita a clientes para ajustes de distribución y modificación de máximos y mínimos.
- Verificación y validación del flujo por medio de la Representante de Farmacia en el punto de venta.

2 Desarrollo

2.1 Herramienta:

Para conocer la presencia que se tiene de los productos en el punto de venta se debe realizar unos mapas de distribución basados en los inventarios (base de datos) que registra cada cliente.

Construcción de los mapas de distribución:

- Identificación de productos GRT con bases de datos internas, teniendo en cuenta todas las referencias disponibles del portafolio.
- Consolidación de los códigos internos de GRT, los internos del cliente y el EAN o código universal.
- Solicitud de los Inventarios (base de datos proporcionados por el cliente).
- Obtención de los números de puntos de venta de cada cliente junto con los nombres, códigos internos y ranking ponderado de importancia de los mismos para formar la categorización.
- Segmentar los productos del portafolio GRT que tiene codificados el cliente y establecer segmentación RX (productos de venta bajo prescripción médica, OTC (productos de venta libre) o OTX (mezcla de los dos anteriores con características mixtas) e igualmente según el interés promocional.

La construcción de esta herramienta tiene beneficios como:

- Conocer el “lenguaje” del cliente (base) para poder hablar en el mismo código. Cada cliente tiene sus códigos internos y manejos a cada producto. Por ejemplo si el producto es de alta rotación es común en algunos clientes que la unidad sea fraccionada y no se venda la caja completa.
- Generar confianza al demostrarle que se tiene conocimiento de su negocio. Demostrarle mediante el mapa de distribución en que puntos de venta tiene agotados de referencias claves, falta de existencias en puntos de venta de alta rotación para el segmento y que debido a su potencialidad debería tener. Igualmente si se está despachando demasiadas unidades donde este no rota “sobrestock”, estudiar el caso para ajustar cuotas.
- No salir con estrategias que apuntan a todos los puntos y todos los productos (atomización).

- Asegurar presencia de productos que no pueden faltar en el punto de venta, ej: Lomotil, Colloplus, Microfemin etc, pr su índice de rotación y recompra.
- Poder realizar un análisis específico de productos con el gerente de producto para establecer estrategias.
- Análisis con Gerentes de distrito para orientar estas estrategias con visita médica.
- Análisis con KAM y Rep de farmacia para establecer una vectorización más ajustada y aumento de los mínimos de seguridad en inventario.

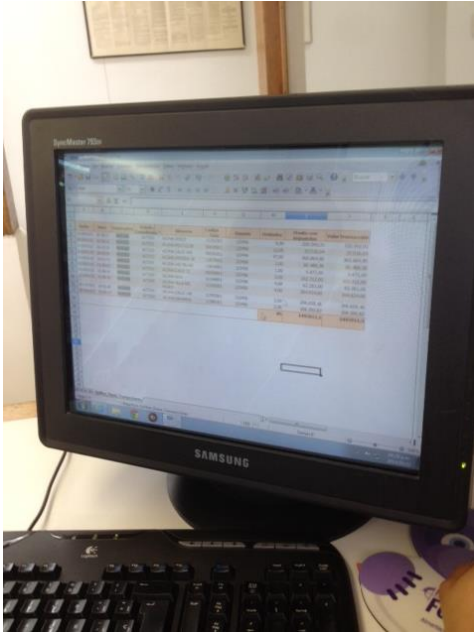
2.2 Informes:

Se realizaron informes previos a la construcción de los mapas, los cuales permitieron un posterior análisis de los resultados obtenidos y una conceptualización de la situación actual en diferentes clientes y distribuidores.

INFORME DETAL DE LAS ACUÑAS

La visita tuvo el acompañamiento de: Mary Luz Velasquez, representante de farmacias de Grünenthal Colombiana, Maria del Pilar, la encargada de recursos humanos y Ángela Barrera la persona encargada de montar las órdenes de compra y con la que se definen la mayoría de los detalles de reposición del sistema.

El proceso de ingreso de transferencias se da mediante el uso de un programa llamado Comerssia Online, viene siendo software base de datos de las droguerías Acuña. Luego de ingresar el laboratorio mediante una página desordenada y confusa; aparece el listado de productos desactualizados y sin organizar en orden alfabético. Lo anterior hace más lenta la operación y confuso su procedimiento. Cada vez que se va a ingresar una transferencia aparecen las unidades automáticas de reposición que arroja el sistema por lo que toca borrarlas y poner la solicitud real que aparece en el formato (talonario) de transferencia.



La conversación con Angela y Mary Luz ayudo definir mejor el rol de la representante de farmacia. Su influencia se ve evidenciada en los productos comerciales. Igualmente es una gran contribuyente de información sobre el estado de estos productos en el mercado ya que son susceptibles a cambios esporádicos como incrementos por promoción. La representante puede hacer sugeridos cuando existen agotados, normalmente se realiza esta tarea una vez al mes. Por ejemplo fue un gran apoyo para establecer los máximos y mínimos de los productos comprados a Biogen. Los cuales duraron seis meses de baja y por ende totalmente alterados los históricos del sistema. Contribuyo a la actualización de esta información con la situación actual del mercado en ese momento.

Igualmente Ángela enfatiza que es difícil alterar los históricos del sistema. Incluso algunos productos comerciales como por ejemplo Lomotil y Neosaldina ya vienen con una trayectoria muy definida y unos históricos consolidados lo cual dificulta también realizar grandes cambios. Otra de las formas de alterar estas cifras es por medio de la formulación médica la cual implica una fuerza más certera.



La siguiente relación del laboratorio con el detal de las Acuñas también se ve complementada con la participación del KAM. En este caso fue el aporte de Elizabeth Vanegas para incluir los nuevos productos de Biogen y poder realizar la codificación correspondiente. En este asunto se evidenció una oportunidad de fortalecer las relaciones y contactos ya que se están reuniendo solo dos veces al año para actualización de información del sistema (el cual gobierna los máximos y mínimos).

En conclusión se puede ver como el papel de la representante de Farmacia aporta esta sensibilidad fluctuante del mercado, que junto al KAM pueden lograr un impacto significativo en la visita y abrir nuevas oportunidades de compra al ajustar los máximos y mínimos basados en unos históricos satisfactorios.

INFORME VISITA A COLSUBSIDIO

La visita tuvo el acompañamiento de Elizabeth Vanegas, KAM de Grünenthal Colombiana, Paola (funcionaria Colsubsidio), encargada de la atención y contacto con el laboratorio.

El proceso de la vista inicia con un chequeo y revisión general sobre la rotación de los productos. Se repasan rápidamente los datos de rotación los cuales están en días y millones. Estos datos se encuentran disponibles tanto para el inventario en bodega como para el que se encuentra en el punto de venta.

Se comparte esta información para buscar las razones por las cuales algunos productos presentan inventarios altos y su baja rotación; identificar si es un problema de comercialización o estrategia de promoción. De ahí se pueden decidir si hacer mayores esfuerzos en la prescripción de la fórmula con la visita médica o de seguimiento por parte de la fuerza de ventas en los puntos de venta y de distribución.

En esta ocasión se evaluaron los temas problemáticos de: Neosaldina, Lomotil, Virex 800; Neosaldina presentaba un problema de faltantes de inventario en el punto de venta debido a inconvenientes en la vectorización. El inconveniente que presentaba Lomotil era que algunas unidades en stock estaban registradas como cajas completas del producto y en realidad eran blíster (empaques individuales), incrementando las cifras. Virex 800 es un producto que no ha tenido la respuesta esperada y debido a su precio no lo hace de tan fácil acceso al público. De igual forma, se evidenciaron problemas particulares como la falta de actualización en el sistema, eliminando los productos discontinuados esto, genere malos indicadores de rotación, dañando el nivel de servicio y mayores días de inventario en el cliente; este proceso requiere de algunas cartas informando de dicho cambio.

Se acostumbra a realizar estas “limpiezas” periódicamente las cuales además de ayudar a mejorar el nivel de servicio permiten al cliente, en este caso Colsubsidio, realizar un pedido de lo que realmente se necesita al laboratorio y no llenarse de inventario. Estas acciones son provechosas también para el Laboratorio ya que pueden evitar el sobre stock en puntos de venta, que debido a su baja rotación se pondría como inactivo. Al ser un producto catalogado como inactivo debe recogerse el material sobrante (generando costos de logística) y si se desea volver a activar es muy complicado. Este proceso depende de las políticas del cliente dado la lógica de que cuando se codifica un producto y luego se hace su vectorización; se le está dando la oportunidad y de ser negativo su resultado evidencia su fracaso. Por lo que unos no permiten su nueva activación y otros exigen un nuevo pago más alto del que se realizó inicialmente al iniciar su participación.

En el caso particular de Colsubsidio uno de los generadores de estos sobre stocks en algunos productos se debió a la apertura simultánea de varios puntos de venta; los cuales realizaron pedidos sin un análisis previo con los laboratorios dando como resultado pedidos poco precisos a la situación de la demanda y oferta del momento.

Lugar: Parque de diversión Mundo Aventura

Fecha: Miércoles 18 de Junio

El ingreso para los clientes iniciaba a las 10 AM, se contaba con un stand de 3x2m el cual era decorado en su totalidad por cada laboratorio. Todo el personal presente estaba con la camiseta de Colombia en conmemoración al mundial.

El propósito de estas ferias es estimular las ventas mediante unos descuentos generados por el distribuidor y el laboratorio; solamente se pueden aplicar en las transferencias realizadas durante la feria.



Los productos del canal Trade con los que Grünenthal Colombiana ha participado en esta feria son: Microfemin, Neosaldina, Lomotil y Colloplus. El objetivo de asistir a la feria además de participar es tener la oportunidad de observar que está haciendo la competencia, sus estrategias de mercadeo, presentación de productos y enfoque. Nofertyl de Lafrancol (competencia Microfemin), Dolex de GlaxoSmithKline(competencia Neosaldina), Tecnoquímicas (competencia de Lomotil) daban como obsequio iPad y horno, MK betashistina (competencia Verum) por compras mayores a \$200.000 participaba en la rifa de un tv. Winadine de Sanofi Aventis (competencia de Adorlan y Sinalgen) daban materiales alusivos al mundial como balones y camisetas de la selección Colombia.

Se puede concluir que en este tipo de ferias lograr un nivel competitivo es difícil. Algunas políticas Compliance limitan los regalos a entregar a los dependientes. Estos no pueden superar los \$ 25.000 pesos y deben ser materiales relacionados con la actividad del cliente y su trabajo diario. Esto generando en el receptor un conflicto de intereses al tener la oportunidad de participar en grandes premios como motos o tvs VS esferos y libretas con post-it. Igualmente es una gran oportunidad de generar la rotación de material, establecer vínculos con nuevos clientes y hasta generar relaciones de distribución. Estos contactos son muy buenos cuando no se tiene una fuerza de ventas lo

suficientemente amplia como para cubrir gran parte de los puntos de venta. Estos clientes –mayoristas se encargan de hacer llegar el producto y moverlo en zonas más remotas y específicas del país. Igualmente ayudan generar una recordación de marca, que el cliente recuerde e identifique los productos de cada laboratorio. Estimular los últimos lanzamientos y dar a conocer promociones y oportunidades de compra por medio de descuentos especiales.

INFORME FERIA COMERCIAL ETICOS

Lugar: Club de Agentes de la Policía

Fecha: Viernes 18 de Julio/2014

El ingreso para los clientes iniciaba a las 8 AM, se contaba con un stand de 3x2m el cual era decorado en su totalidad por cada laboratorio. La mayoría del personal presente estaba con la camiseta de Colombia en conmemoración al excelente papel desempeñado por la selección en el mundial.

El propósito de estas ferias es estimular las ventas mediante unos descuentos generados por el laboratorio y Eticos; solamente se pueden aplicar en las transferencias realizadas durante la feria



Los productos del canal Trade con los que Grünenthal Colombiana ha participado en esta feria son: Microfemin, Neosaldina, Lomotil, Stopen, Fazol, Pilogan, Virex y Colloplus. El objetivo de asistir a la feria además de participar es tener la oportunidad de observar que está haciendo la competencia, sus estrategias de mercadeo, presentación de productos y enfoque. En esta feria se observó el mismo

comportamiento por parte de la competencia con respecto a todo tipo de regalos y obsequios; daban materiales alusivos al mundial como balones y camisetas de la selección Colombia; también la oportunidad de participar en la rifa de motos y hasta una van (puesta Eticos) por compras superiores en transferencias de dos millones de pesos.

Se puede concluir que en este tipo de ferias lograr un nivel competitivo es difícil. Algunas políticas Compliance limitan los regalos a entregar a los dependientes. Estos no pueden superar los \$ 25.000 pesos y deben ser materiales relacionados con la actividad del cliente y su trabajo diario. Esto generando en el receptor un conflicto de intereses al tener la oportunidad de participar en grandes premios como motos o tvs VS esferos y libretas con post-it.

A diferencia de ferias como la de AXA donde la mayoría de clientes son usuarios de este distribuidor y en la de Copidrogas donde la mayoría de estos clientes son afiliados; a la feria de Eticos van todo tipo de clientes además de ser reconocidas por los precios económicos que ofrecen. Vienen buses con clientes desde ciudades vecinas (Villavicencio e Ibagué).

Igualmente es una gran oportunidad de generar la rotación de material, establecer vínculos con nuevos clientes y hasta generar relaciones de distribución. Igualmente ayudan generar una recordación de marca, que el cliente recuerde e identifique los productos de cada laboratorio. Estimular los últimos lanzamientos y dar a conocer promociones y oportunidades de compra por medio de descuentos especiales.

Esta visita me permitió digitar e ingresar un número significativo de transferencias mediante un software que solicitaba datos como: nit, nombre de la farmacia, código de producto, clave, cantidad etc.

Se pudo evidenciar comportamientos de abordaje que producían mejores resultados y transferencias más abultadas como era el sentarse cómodamente en una silla del stand mientras la transferencista le enunciaba los productos. La organización de los stands, identificación del personal, las escarapelas de los clientes son ejemplos del buen desarrollo; igualmente hubo algunos inconvenientes de logística sustanciales como lo fue lo limitante del parqueadero y conseguir espacio en el, junto con una red de WIFI que presento muchos problemas y antes de finalizar el evento donde muchos estaban cargado sus pedidos cedió a una caída de red.

2.3 Resultados Mapas de Distribución (2), (3), (4):

Posteriormente se realizaron los mapas con los inventarios bases de los siguiente clientes: Detal (Acuñas), Unidrogas, Cafam, Olimpica y Colsubsidio. Los resultados obtenidos que son evidencia para el sustento de la hipótesis se encuentran a continuación:


Primera Medición: Bases de datos de Inventarios del mes de Junio 2014

Segunda Medición: Bases de datos de Inventarios del mes de Septiembre 2014

Casillas en verde: Productos RX; **Casillas en azul:** Productos OTC o OTX

Casillas en blanco: Productos OTC (no bonificados a la representante de farmacia).

Ejemplo mapa de distribución:

Categoría	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2
	ANDINA06	BOTICA03	BOTICA05	BOTICA09	BOTICA64	INGLESA06	INGLESA75	ANDINA03	ANDINA04	ATENAS1	BOTICA02	
Código P.V	ANDI006	BOT0003	BOT0005	BOT0009	BOT0064	ING0006	ING0075	ANDI003	ANDI004	ATE0001	BOT0002	
Ciudad	SANTA MARTA	BARRANQUILLA	BARRANQUILLA	BARRANQUILLA	CARTAGENA	CARTAGENA	CARTAGENA	SANTA MARTA	SANTA MARTA	CARTAGENA	BARRANQUILLA	
Cobertura Real	rep	rep	0	rep	rep	rep	rep	rep	rep	rep	rep	
ADORLAN X 10 TAB	1	1					1			1	1	
ADORLAN X 20 TBS	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
BELARA 2 MG X 21 TABLS	1	1		1	1	1	1		1		1	
SINALGEN X 10 TABLS	1	1	1	1		1	1		1	1	1	1
SINALGEN X 30 TABLS	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1
VERUM 16 MG X 20 TABLS			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
VERUM 24 MG X 20 TAB	1		1	1	1		1	1				
VERUM 8 MG X 30 TABLS	1			1	1		1					1
VERUM 8 MG X 50 TABLS	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	

DETAL- BOGOTÁ

PRODUCTO	%
ADORLAN 25 MG 10 TABLETAS	16%
ADORLAN 25 MG 20 TAB	49%
BELARA 21 TABLETAS	67%
SINALGEN 10 TAB	68%
SINALGEN 30 TABLETAS	49%
VERUM 16 MG 20 TABLETAS	37%
VERUM 24 MG 20 TABLETAS	19%
VERUM 8 MG 10 TABLETAS FR	81%
VIREX 200 MG 35 TAB	35%
VIREX 400 MG 35 TAB	2%
VIREX 800 MG 35 TABLETAS	53%
VIREX COVER LIPS CREMA 5% 10 GRA	16%
VIREX CREMA VAG.5%X 10 MONO 6 GRA	19%
VIREX SUSPENSION PD 90 ML	35%
VIREX UNGUENTO 15 GRA	35%
VIREX UNGUENTO 30 GRA	28%
VIREX UNGUENTO OFTALMICO 10 GRA	33%
VIREX UNGUENTO TOPICO LABIAL 10 GRA	74%
ZALDIAR 10 TAB	63%
ZALDIAR 20 TAB	44%
COLLOPLUS 100 MG 10 ML	84%
FAZOL SHAMPOO 2% 100 ML	61%
LOMOTIL 4 TABLETAS FR	95%
MICROFEMIN CD 28 GRA	25%
MICROFEMIN 21 GRA	82%
PILOGAN LOCION 2% 60 ML	11%
PILOGAN ULTRA 5% 60 ML	65%
REPARIL GEL N 30 GRA	84%
STOPEN 20 MG AMPOLLA 1 ML 1 AMP	11%
STOPEN 20 MG AMPOLLA 1 ML 1 AMP FR	4%
STOPEN 40 MG 2 ML AMP BIOGEN FR	23%
STOPEN 40 MG AMPOLLA 2 ML 1 AMP	7%
STOPEN CAPSULAS 10 CAP	9%
STOPEN DISPENSADOR SOBRE BIOGEN FR	21%
STOPEN GEL 20 GRA	21%
STOPEN POLVO SOLUBLE SOBRE FR	7%
NEOSALDINA 4 GRA GEAS FR	84%
NEOSALDINA GOTAS 30 ML	65%

En Detal (Acuñas) hubo una buena codificación de la línea de productos que era de Biogen, en las algunos se han logrado niveles de presencia tan altos como los del portafolio base. Lo anterior gracias a la labor de la representante de farmacia en la observación y posterior sugerencia. Igualmente para ser una distribución enfocada principalmente a Bogotá y sus alrededores, se debe mejorar mucho el tema de colocación de los productos. Ya sea evaluando si debe estar en los puntos donde se encuentra, relación costo beneficio, o definir a cuales se debe enviar producto y que son una oportunidad de mercado. Igualmente se tiene poca variedad del portafolio en los puntos de venta; en promedio esta el 25% y solo un punto de los 54 supera el 50% del mismo.

El análisis realizado por la Representante de Farmacias Mary Luz Velasquez llevo a enfocarse sobre 17 puntos estratégicos de Detal (Acuñas) y sobre estos hacer un mapa de sugeridos. Los resultados arrojados fueron los siguientes:

PRODUCTO	1 Medición presencia	2 Medición presencia	2 Medición numérica	% Evolución presencia	% Evolución numérica	Comentarios
ADORLAN 25 MG 10 TABLETAS	29%	18%	18%	-40%	-40%	Redistribución
ADORLAN 25 MG 20 TAB	88%	88%	118%	0%	33%	Aumento de unidades
BELARA 21 TABLETAS	100%	100%	141%	0%	41%	Aumento de unidades
SINALGEN 10 TAB	82%	82%	82%	0%	0%	Sin ajustes
SINALGEN 30 TABLETAS	88%	82%	112%	-7%	27%	Aumento de unidades y redistribución
VERUM 16 MG 20 TABLETAS	47%	88%	88%	88%	88%	Aumento presencia
VERUM 24 MG 20 TABLETAS	47%	59%	59%	25%	25%	Aumento presencia
VERUM 8 MG 10 TABLETAS FR	88%	88%	88%	0%	0%	Sin ajustes
VIREX 200 MG 35 TAB	59%	53%	53%	-10%	-10%	Redistribución
VIREX 400 MG 35 TAB	6%	6%	6%	0%	0%	Sin ajustes
VIREX 800 MG 35 TABLETAS	76%	82%	82%	8%	8%	Aumento presencia
VIREX COVER LIPS CREMA 5% 10 GRA	29%	35%	35%	20%	20%	Aumento presencia
VIREX CREMA V.A.G.5% X 10 MONO 6 GRA	29%	29%	29%	0%	0%	Sin ajustes
VIREX SUSPENSION FD 90 ML	59%	59%	59%	0%	0%	Sin ajustes
VIREX LINGUENTO 15 GRA	35%	94%	100%	167%	183%	Aumento presencia y unidades
VIREX LINGUENTO 30 GRA	47%	82%	88%	75%	88%	Aumento presencia y unidades
VIREX LINGUENTO OFTALMICO 10 GRA	35%	35%	35%	0%	0%	Sin ajustes
VIREX LINGUENTO TOPICO LABIAL 10 GRA	94%	94%	112%	0%	19%	Aumento de unidades
ZALDIAR 10 TAB	76%	76%	76%	0%	0%	Sin ajustes
ZALDIAR 20 TAB	76%	82%	94%	8%	23%	Aumento presencia y unidades
COLLOPLUS 100 MG 10 ML	100%	100%	100%	0%	0%	Sin ajustes
FAZOL SHAMPOO 2% 100 ML	82%	82%	88%	0%	7%	Aumento de unidades
LOMOTIL 4 TABLETAS FR	100%	100%	100%	0%	0%	Sin ajustes
MICROFEMIN CD 28 GRA	41%	53%	53%	29%	29%	Aumento presencia
MICROFEMIN 21 GRA	82%	88%	88%	7%	7%	Aumento presencia
PILOGAN LOCION 2% 60 ML	6%	0%	0%	-100%	-100%	Redistribución
PILOGAN ULTRA 5% 60 ML	88%	88%	100%	0%	13%	Aumento de unidades
REPARIL GEL N 30 GRA	100%	100%	118%	0%	18%	Aumento de unidades
STOPEN 20 MG AMPOLLA 1 ML 1 AMP	18%	18%	18%	0%	0%	Sin ajustes
STOPEN 20 MG AMPOLLA 1 ML 1 AMP FR	6%	6%	6%	0%	0%	Sin ajustes
STOPEN 40 MG 2 ML AMP BIOGEN FR	53%	41%	41%	-22%	-22%	Redistribución
STOPEN 40 MG AMPOLLA 2 ML 1 AMP	18%	18%	18%	0%	0%	Sin ajustes
STOPEN CAPSULAS 10 CAP	6%	6%	6%	0%	0%	Sin ajustes
STOPEN DISPENSADOR SOBRE BIOGEN FR	18%	24%	24%	33%	33%	Aumento presencia
STOPEN GEL 20 GRA	47%	59%	59%	25%	25%	Aumento presencia
STOPEN POLVO SOLUBLE SOBRE FR	12%	12%	12%	0%	0%	Sin ajustes
ACBIOGEL SUSP CANELA 360 ML	6%	0%	0%	-100%	-100%	Redistribución
ACBIOGEL SUSP MENTA 360 ML	6%	6%	6%	0%	0%	Sin ajustes
ACBIOGEL SUSPENSION GUANABANA 360 ML	12%	18%	18%	50%	50%	Aumento presencia
ACBIOGEL SUSPENSION MENTA 120 ML	6%	6%	6%	0%	0%	Sin ajustes
NEOSALDINA 4 GRA GEAS FR	100%	94%	94%	-6%	-6%	Redistribución
NEOSALDINA GOTAS 30 ML	76%	82%	76%	8%	0%	Aumento presencia

UNIDROGAS -BOGOTÁ

PRODUCTO	%
ADORLAN X 10 TAB	6%
ADORLAN X 20 TBS	12%
BELARA 2 MG X 21 TABLS	21%
SINALGEN X 10 TABLS	21%
SINALGEN X 30 TABLS	15%
VERUM 18 MG X 20 TABLS	12%
VERUM 24 MG X 20 TAB	0%
VERUM 8 MG X 30 TABLS	12%
VERUM 8 MG X 50 TABLS	6%
VERUM GOTAS X 20 ML	0%
VIREX 200 MG X 35 TABLS	6%
VIREX 200 MG X 70 TAB	0%
VIREX 400 MG X 35 TABLS	12%
VIREX 800 MG X 35 TABLS	18%
VIREX AMP	0%
VIREX CREMA VAG X 10 TUBOS	3%
VIREX LABIAL PIEL X 10 GRS	9%
VIREX LABIAL X 10 GRS	6%
VIREX SUSP X 90 ML	15%
VIREX LNG OFTAL X 10 GRS	18%
VIREX LNG TOPCO X 15 GRS	12%
VIREX LNG TOPCO X 30 GRS	12%
ZALDIAR X 10 TABLS	15%
ZALDIAR X 20 TABLS	18%
COLLOPLUS X 10 ML	24%
COLLOPLUS X 10 ML 2+1	0%
FAZOL COLAGENO SHAMPU X 200 ML	9%
FAZOL CREMA X 30 GRS	6%
FAZOL SHAMPU X 100 ML	9%
LOMOTIL DISPENSADOR 12 CAJAS X 4 TAB	64%
MICROFEMIN CD X 28 TBS	12%
MICROFEMIN CD X 28 TBS 1+1	0%
MICROFEMIN CD X 28 TBS 2+1	0%
MICROFEMIN X 21 TBS	30%
MICROFEMIN X 21 TBS 1+1	0%
MICROFEMIN X 21 TBS 2+1	0%
FLOGAN LOCCON X 80 ML	12%
FLOGAN ULTRA LOCCON X 80 ML	15%
REPARIL GEL X 30 GRS 2+1	0%
STOPEN 20 MG POLVO X 50 S/S	0%
STOPEN 20 MG X 2 AMPS	6%
STOPEN 20 MG X 5 AMPS	0%
STOPEN 20 MGS AMP	0%
STOPEN 40 MG X 1 AMP	3%
STOPEN 40 MG X 2 AMPS	6%
STOPEN 40 MG X 5 AMP	3%
STOPEN GEL X 20 GRS	9%
STOPEN X 25 S/S X 2 CAPS	33%
NEOSALDINA 25 S/S X 4 GRAG	48%
NEOSALDINA 25 S/S X 4 GRAG 1+1	0%
NEOSALDINA 25 S/S X 4 GRAG 2+1	0%
NEOSALDINA GOTAS X 30 ML	30%
NEOSALDINA GOTAS X 30 ML 1+1	0%
NEOSALDINA GOTAS X 30 ML 2+1	0%

UNIDROGAS- MED /SANTANDER

PRODUCTO	%
ADORLAN X 10 TAB	25%
ADORLAN X 20 TBS	53%
BELARA 2 MG X 21 TABLS	77%
SINALGEN X 10 TABLS	54%
SINALGEN X 30 TABLS	53%
VERUM 18 MG X 20 TABLS	62%
VERUM 24 MG X 20 TAB	28%
VERUM 8 MG X 30 TABLS	56%
VERUM 8 MG X 50 TABLS	31%
VIREX 200 MG X 35 TABLS	54%
VIREX 400 MG X 35 TABLS	39%
VIREX 800 MG X 35 TABLS	51%
VIREX AMP	5%
VIREX CREMA VAG X 10 TUBOS	36%
VIREX LABIAL PIEL X 10 GRS	20%
VIREX LABIAL X 10 GRS	29%
VIREX SUSP X 90 ML	65%
VIREX LNG OFTAL X 10 GRS	53%
VIREX LNG TOPCO X 15 GRS	59%
VIREX LNG TOPCO X 30 GRS	65%
ZALDIAR X 10 TABLS	61%
ZALDIAR X 20 TABLS	61%
COLLOPLUS X 10 ML	23%
COLLOPLUS X 10 ML 2+1	1%
FAZOL COLAGENO SHAMPU X 200 ML	35%
FAZOL CREMA X 30 GRS	15%
FAZOL SHAMPU X 100 ML	62%
LOMOTIL DISPENSADOR 12 CAJAS X 4 TAB	79%
MICROFEMIN CD X 28 TBS	26%
MICROFEMIN CD X 28 TBS 2+1	1%
MICROFEMIN X 21 TBS	75%
FLOGAN LOCCON X 80 ML	51%
FLOGAN ULTRA LOCCON X 80 ML	59%
REPARIL GEL X 30 GRS	83%
REPARIL GEL X 30 GRS 2+1	1%
STOPEN 20 MG POLVO X 50 S/S	1%
STOPEN 20 MG X 2 AMPS	10%
STOPEN 20 MG X 5 AMPS	9%
STOPEN 20 MGS AMP	3%
STOPEN 40 MG X 1 AMP	10%
STOPEN 40 MG X 2 AMPS	9%
STOPEN 40 MG X 5 AMP	10%
STOPEN GEL X 20 GRS	11%
STOPEN X 25 S/S X 2 CAPS	80%
NEOSALDINA 25 S/S X 4 GRAG	89%
NEOSALDINA 25 S/S X 4 GRAG 2+1	1%
NEOSALDINA GOTAS X 30 ML	70%

C



UNIDROGAS- COSTA

PRODUCTO	%
ADORLAN X 10 TAB	19%
ADORLAN X 20 TBS	61%
BELARA 2 MG X 21 TABLS	67%
COLLOPLUS X 10 ML	32%
FAZOL COLAGENO SHAMPU X 200 ML	17%
FAZOL CREMA X 30 GRS	21%
FAZOL SHAMPU X 100 ML	52%
LOMOTIL DISPENSADOR 12 CAJAS X 4 TAB	82%
SINALGEN X 10 TABLS	58%
SINALGEN X 30 TABLS	40%
VERUM 16 MG X 20 TABLS	60%
VERUM 24 MG X 20 TAB	12%
VERUM 8 MG X 30 TABLS	46%
VERUM 8 MG X 50 TABLS	38%
VIREX 200 MG X 35 TABLS	48%
VIREX 200 MG X 70 TAB	1%
VIREX 400 MG X 35 TABLS	47%
VIREX 800 MG X 35 TABLS	65%
VIREX AMP	2%
VIREX CREMA VAG X 10 TUBOS	40%
VIREX LABIAL PEL X 10 GRS	15%
VIREX LABIAL X 10 GRS	42%
VIREX SUSP X 90 ML	71%
VIREX UNG OFTAL X 10 GRS	38%
VIREX UNG TOPCO X 15 GRS	59%
VIREX UNG TOPCO X 30 GRS	44%
ZALDIAR X 10 TABLS	59%
ZALDIAR X 20 TABLS	54%
MICROFEMIN CD X 28 TBS	15%
MICROFEMIN X 21 TBS	75%
PILOGAN LOCION X 60 ML	32%
PILOGAN ULTRA LOCION X 60 ML	35%
REPARIL GEL X 30 GRS	79%
STOPEN 20 MG POLVO X 50 S/S	6%
STOPEN 20 MG X 2 AMPS	23%
STOPEN 20 MG X 5 AMPS	15%
STOPEN 20 MGS AMP	4%
STOPEN 40 MG X 1 AMP	6%
STOPEN 40 MG X 2 AMPS	12%
STOPEN 40 MG X 5 AMP	15%
STOPEN GEL X 20 GRS	32%
STOPEN X 25 S/S X 2 CAPS	73%
NEOSALDINA 25 S/S X 4 GRAG	90%
NEOSALDINA GOTAS X 30 ML	60%

D



UNIDROGAS-SUPERFARMAS NACIONAL

PRODUCTO	%
ADORLAN X 10 TAB	25%
ADORLAN X 20 TBS	50%
BELARA 2 MG X 21 TABLS	65%
SINALGEN X 10 TABLS	52%
SINALGEN X 30 TABLS	58%
VERUM 16 MG X 20 TABLS	47%
VERUM 24 MG X 20 TAB	16%
VERUM 8 MG X 30 TABLS	35%
VERUM 8 MG X 50 TABLS	38%
VIREX 200 MG X 35 TABLS	31%
VIREX 400 MG X 35 TABLS	29%
VIREX 800 MG X 35 TABLS	41%
VIREX AMP	2%
VIREX CREMA VAG X 10 TUBOS	22%
VIREX LABIAL PEL X 10 GRS	23%
VIREX LABIAL X 10 GRS	52%
VIREX SUSP X 90 ML	35%
VIREX UNG OFTAL X 10 GRS	47%
VIREX UNG TOPCO X 15 GRS	55%
VIREX UNG TOPCO X 30 GRS	45%
ZALDIAR X 10 TABLS	54%
ZALDIAR X 20 TABLS	49%
COLLOPLUS X 10 ML	69%
FAZOL COLAGENO SHAMPU X 200 ML	17%
FAZOL CREMA X 30 GRS	5%
FAZOL SHAMPU X 100 ML	50%
LOMOTIL DISPENSADOR 12 CAJAS X 4 TAB	84%
MICROFEMIN CD X 28 TBS	22%
MICROFEMIN X 21 TBS	65%
PILOGAN LOCION X 60 ML	34%
PILOGAN ULTRA LOCION X 60 ML	34%
REPARIL GEL X 30 GRS	81%
STOPEN 20 MG POLVO X 50 S/S	4%
STOPEN 20 MG X 2 AMPS	13%
STOPEN 20 MG X 5 AMPS	8%
STOPEN 20 MGS AMP	1%
STOPEN 40 MG X 1 AMP	6%
STOPEN 40 MG X 2 AMPS	14%
STOPEN 40 MG X 5 AMP	15%
STOPEN GEL X 20 GRS	23%
STOPEN X 25 S/S X 2 CAPS	65%
NEOSALDINA 25 S/S X 4 GRAG	82%
NEOSALDINA GOTAS X 30 ML	55%

En términos generales en Unidrogas se ve una consolidación más fuerte del portafolio en la zona Costa, Medellín y Santander a diferencia de Bogotá, mercado en cual se están abriendo nuevos puntos.

Los productos OTC de la nueva línea necesitan revisiones ya que las cifras de presencia están bajas. Por el contrario la línea OTC tradicional tienen buenos resultados. Productos como Verum 24mg necesitan un ajuste debido a que no se tiene la presencia esperada en los puntos de venta. Belara a pesar de ser un producto de prescripción tiene un muy buen índice de presencia en todas las zonas; cosa que no ocurre con Adorlan y donde se esperaría cifras más significativas.



UNIDROGAS- BOGOTÁ D.C

33		114	
PRODUCTO	%	PRODUCTO	%
ADORLAN X 10 TAB	6%	ADORLAN X 10 TAB	4%
ADORLAN X 20 TBS	12%	ADORLAN X 20 TBS	10%
BELARA 2 MG X 21 TABLS	21%	BELARA 2 MG X 21 TABLS	11%
SINALGEN X 10 TABLS	21%	SINALGEN X 10 TABLS	15%
SINALGEN X 30 TABLS	15%	SINALGEN X 30 TABLS	13%
VERUM 16 MG X 20 TABLS	12%	VERUM 16 MG X 20 TABLS	7%
VERUM 24 MG X 20 TAB	0%	VERUM 24 MG X 20 TAB	4%
VERUM 8 MG X 30 TABLS	12%	VERUM 8 MG X 30 TABLS	3%
VERUM 8 MG X 50 TABLS	6%	VERUM 8 MG X 50 TABLS	4%
VERUM GOTAS X 20 ML	0%	VERUM GOTAS X 20 ML	0%
VIREX 200 MG X 35 TABLS	6%	VIREX 200 MG X 35 TABLS	4%
VIREX 200 MG X 70 TAB	0%	VIREX 200 MG X 70 TAB	1%
VIREX 400 MG X 35 TABLS	12%	VIREX 400 MG X 35 TABLS	5%
VIREX 800 MG X 35 TABLS	18%	VIREX 800 MG X 35 TABLS	11%
VIREX AMP	0%	VIREX AMP	0%
VIREX CREMA VAG X 10 TUBOS	3%	VIREX CREMA VAG X 10 TUBOS	3%
VIREX LABIAL PIEL X 10 GRS	9%	VIREX LABIAL PIEL X 10 GRS	7%
VIREX LABIAL X 10 GRS	6%	VIREX LABIAL X 10 GRS	5%
VIREX SUSP X 90 ML	15%	VIREX SUSP X 90 ML	10%
VIREX UNG OFTAL X 10 GRS	18%	VIREX UNG OFTAL X 10 GRS	6%
VIREX UNG TOPICO X 15 GRS	12%	VIREX UNG TOPICO X 15 GRS	10%
VIREX UNG TOPICO X 30 GRS	12%	VIREX UNG TOPICO X 30 GRS	7%
ZALDIAR X 10 TABLS	15%	ZALDIAR X 10 TABLS	6%
ZALDIAR X 20 TABLS	18%	ZALDIAR X 20 TABLS	10%
COLLOPLUS X 10 ML	24%	COLLOPLUS X 10 ML	14%
COLLOPLUS X 10 ML 2+1	0%	COLLOPLUS X 10 ML 2+1	0%
FAZOL COLAGENO SHAMPU X 200 ML	9%	FAZOL COLAGENO SHAMPU X 200 ML	4%
FAZOL CREMA X 30 GRS	6%	FAZOL CREMA X 30 GRS	4%
FAZOL SHAMPU X 100 ML	9%	FAZOL SHAMPU X 100 ML	4%
LOMOTIL DISPENSADOR 12 CAJAS X 4 TAB	64%	LOMOTIL DISPENSADOR 12 CAJAS X 4 TAB	55%
MICROFEMIN CD X 28 TBS	12%	MICROFEMIN CD X 28 TBS	6%
MICROFEMIN CD X 28 TBS 1+1	0%	MICROFEMIN CD X 28 TBS 1+1	0%
MICROFEMIN CD X 28 TBS 2+1	0%	MICROFEMIN CD X 28 TBS 2+1	0%
MICROFEMIN X 21 TBS	30%	MICROFEMIN X 21 TBS	32%
MICROFEMIN X 21 TBS 1+1	0%	MICROFEMIN X 21 TBS 1+1	0%
MICROFEMIN X 21 TBS 2+1	0%	MICROFEMIN X 21 TBS 2+1	0%
PILOGAN LOCION X 60 ML	12%	PILOGAN LOCION X 60 ML	5%
PILOGAN ULTRA LOCION X 60 ML	15%	PILOGAN ULTRA LOCION X 60 ML	6%
REPARIL GEL X 30 GRS	0%	REPARIL GEL X 30 GRS	22%
STOPEN 20 MG POLVO X 50 S/S	0%	STOPEN 20 MG POLVO X 50 S/S	0%
STOPEN 20 MG X 2 AMPS	6%	STOPEN 20 MG X 2 AMPS	3%
STOPEN 20 MG X 5 AMPS	0%	STOPEN 20 MG X 5 AMPS	0%
STOPEN 20 MGS AMP	0%	STOPEN 20 MGS AMP	0%
STOPEN 40 MG X 1 AMP	3%	STOPEN 40 MG X 1 AMP	1%
STOPEN 40 MG X 2 AMPS	6%	STOPEN 40 MG X 2 AMPS	3%
STOPEN 40 MG X 5 AMP	3%	STOPEN 40 MG X 5 AMP	2%
STOPEN GEL X 20 GRS	9%	STOPEN GEL X 20 GRS	4%
STOPEN X 25 S/S X 2 CAPS	33%	STOPEN X 25 S/S X 2 CAPS	33%
NEOSALDINA 25 S/S X 4 GRAG	48%	NEOSALDINA 25 S/S X 4 GRAG	47%
NEOSALDINA 25 S/S X 4 GRAG 1+1	0%	NEOSALDINA 25 S/S X 4 GRAG 1+1	0%
NEOSALDINA 25 S/S X 4 GRAG 2+1	0%	NEOSALDINA 25 S/S X 4 GRAG 2+1	0%
NEOSALDINA GOTAS X 30 ML	30%	NEOSALDINA GOTAS X 30 ML	22%
NEOSALDINA GOTAS X 30 ML 1+1	0%	NEOSALDINA GOTAS X 30 ML 1+1	0%
NEOSALDINA GOTAS X 30 ML 2+1	0%	NEOSALDINA GOTAS X 30 ML 2+1	0%

La segunda cifra nos brinda datos de la situación actual para ser usada con unas futuras mediciones, pero no se puede realizar una comparación directa entre las expuestas anteriormente debido a que el tamaño de la muestra cambia sustancialmente. Pasa de 33 puntos de venta a 114 por lo que unos puntos porcentuales no son comparables a los del otro.



UNIDROGAS- MED/SANTANDER

PRIMERA MEDICIÓN		SEGUNDA MEDICIÓN			
	115		115		
PRODUCTO	%	PRODUCTO	%	% Evolucion	Observaciones
ADORLAN X 10 TAB	25%	ADORLAN X 10 TAB	28%	10%	Trabajo vectorización
ADORLAN X 20 TBS	53%	ADORLAN X 20 TBS	52%	-2%	Agotado
BELARA 2 MG X 21 TABLS	77%	BELARA 2 MG X 21 TABLS	78%	1%	Reposición
SINALGEN X 10 TABLS	54%	SINALGEN X 10 TABLS	50%	-8%	Agotado
SINALGEN X 30 TABLS	53%	SINALGEN X 30 TABLS	50%	-5%	Agotado
VERUM 16 MG X 20 TABLS	62%	VERUM 16 MG X 20 TABLS	64%	4%	Reposición
VERUM 24 MG X 20 TAB	28%	VERUM 24 MG X 20 TAB	31%	13%	Trabajo vectorización
VERUM 8 MG X 30 TABLS	56%	VERUM 8 MG X 30 TABLS	57%	3%	Reposición
VERUM 8 MG X 50 TABLS	31%	VERUM 8 MG X 50 TABLS	31%	0%	Reposición
VIREX 200 MG X 35 TABLS	54%	VIREX 200 MG X 35 TABLS	52%	-3%	Agotado
VIREX 400 MG X 35 TABLS	39%	VIREX 400 MG X 35 TABLS	48%	22%	Trabajo vectorización
VIREX 800 MG X 35 TABLS	51%	VIREX 800 MG X 35 TABLS	54%	5%	Reposición
VIREX AMP	5%	VIREX AMP	5%	0%	Reposición
VIREX CREMA VAG X 10 TUBOS	36%	VIREX CREMA VAG X 10 TUBOS	35%	-2%	Agotado
VIREX LABIAL PIEL X 10 GRS	20%	VIREX LABIAL PIEL X 10 GRS	19%	-4%	Agotado
VIREX LABIAL X 10 GRS	29%	VIREX LABIAL X 10 GRS	26%	-9%	Agotado
VIREX SUSP X 90 ML	65%	VIREX SUSP X 90 ML	61%	-7%	Agotado
VIREX UNG OFTAL X 10 GRS	53%	VIREX UNG OFTAL X 10 GRS	57%	7%	Reposición
VIREX UNG TOPOCO X 15 GRS	59%	VIREX UNG TOPOCO X 15 GRS	61%	3%	Reposición
VIREX UNG TOPOCO X 30 GRS	65%	VIREX UNG TOPOCO X 30 GRS	63%	-3%	Agotado
ZALDIAR X 10 TABLS	61%	ZALDIAR X 10 TABLS	63%	4%	Reposición
ZALDIAR X 20 TABLS	61%	ZALDIAR X 20 TABLS	63%	4%	Reposición
COLLOPLUS X 10 ML	23%	COLLOPLUS X 10 ML	24%	4%	Reposición
COLLOPLUS X 10 ML 2+1	1%	COLLOPLUS X 10 ML 2+1	1%	0%	Reposición
FAZOL COLAGENO SHAMPU X 200 ML	35%	FAZOL COLAGENO SHAMPU X 200 ML	35%	0%	Reposición
FAZOL CREMA X 30 GRS	15%	FAZOL CREMA X 30 GRS	18%	24%	Trabajo vectorización
FAZOL SHAMPU X 100 ML	62%	FAZOL SHAMPU X 100 ML	63%	1%	Reposición
LOMOTIL DISPENSADOR 12 CAJAS X 4 TAB	79%	LOMOTIL DISPENSADOR 12 CAJAS X 4 TAB	82%	3%	Reposición
MICROFEMIN CD X 28 TBS	26%	MICROFEMIN CD X 28 TBS	29%	10%	Trabajo vectorización
MICROFEMIN CD X 28 TBS 2+1	1%	MICROFEMIN CD X 28 TBS 2+1	1%	0%	Reposición
MICROFEMIN X 21 TBS	75%	MICROFEMIN X 21 TBS	76%	1%	Reposición
PILOGAN LOCION X 60 ML	51%	PILOGAN LOCION X 60 ML	52%	2%	Reposición
PILOGAN ULTRA LOCION X 60 ML	59%	PILOGAN ULTRA LOCION X 60 ML	58%	-1%	Agotado
REPARIL GEL X 30 GRS	83%	REPARIL GEL X 30 GRS	84%	1%	Reposición
REPARIL GEL X 30 GRS 2+1	1%	REPARIL GEL X 30 GRS 2+1	1%	0%	Reposición
STOPEN 20 MG POLVO X 50 S/S	1%	STOPEN 20 MG POLVO X 50 S/S	1%	0%	Reposición
STOPEN 20 MG X 2 AMPS	10%	STOPEN 20 MG X 2 AMPS	10%	0%	Reposición
STOPEN 20 MG X 5 AMPS	9%	STOPEN 20 MG X 5 AMPS	8%	-10%	Agotado
STOPEN 20 MGS AMP	3%	STOPEN 20 MGS AMP	3%	0%	Reposición
STOPEN 40 MG X 1 AMP	10%	STOPEN 40 MG X 1 AMP	5%	-45%	Agotado
STOPEN 40 MG X 2 AMPS	9%	STOPEN 40 MG X 2 AMPS	8%	-10%	Agotado
STOPEN 40 MG X 5 AMP	10%	STOPEN 40 MG X 5 AMP	10%	-8%	Agotado
STOPEN GEL X 20 GRS	11%	STOPEN GEL X 20 GRS	12%	8%	Trabajo vectorización
STOPEN X 25 S/S X 2 CAPS	80%	STOPEN X 25 S/S X 2 CAPS	78%	-2%	Agotado
NEOSALDINA 25 S/S X 4 GRAG	89%	NEOSALDINA 25 S/S X 4 GRAG	87%	-2%	Agotado
NEOSALDINA 25 S/S X 4 GRAG 2+1	1%	NEOSALDINA 25 S/S X 4 GRAG 2+1	1%	0%	Reposición
NEOSALDINA GOTAS X 30 ML	70%	NEOSALDINA GOTAS X 30 ML	72%	4%	Reposición

La segunda medición en el caso de la zona Medellín/Santanderes es un excelente ejemplo de la aplicación y uso de la nueva estrategia. Los mapas de distribución han permitido realizar unos sugeridos que se presentaron al cliente los cuales fueron aprobados y que se evidencian en posterior distribución. Incrementos porcentuales hasta el 5% habla de situaciones de simple reposición de producto. Los porcentajes negativos hablan de una situación de agotado de producto en ese momento; cuando el negativo supera el 10% ya es un caso de prestar más atención debido a que alguna situación en particular está entorpeciendo su flujo o existe una vectorización del mismo por mejorar. Los valores sobre el 5% hablan de trabajos de vectorización donde se realizó una colocación de producto en puntos de venta que antes no existía.



UNIDROGAS- COSTA

PRIMERA MEDICIÓN		SEGUNDA MEDICIÓN			
228		229			
PRODUCTO	%	PRODUCTO	%	% Evolucion	Observaciones
ADORLAN X 10 TAB	19%	ADORLAN X 10 TAB	28%	43%	Trabajo vectorización
ADORLAN X 20 TBS	61%	ADORLAN X 20 TBS	62%	1%	Reposición
BELARA 2 MG X 21 TABLS	67%	BELARA 2 MG X 21 TABLS	70%	5%	Reposición
SINALGEN X 10 TABLS	58%	SINALGEN X 10 TABLS	56%	-3%	Agotado
SINALGEN X 30 TABLS	40%	SINALGEN X 30 TABLS	38%	-6%	Agotado
VERUM 16 MG X 20 TABLS	60%	VERUM 16 MG X 20 TABLS	66%	9%	Trabajo vectorización
VERUM 24 MG X 20 TAB	12%	VERUM 24 MG X 20 TAB	16%	28%	Trabajo vectorización
VERUM 8 MG X 30 TABLS	46%	VERUM 8 MG X 30 TABLS	44%	-4%	Agotado
VERUM 8 MG X 50 TABLS	38%	VERUM 8 MG X 50 TABLS	39%	3%	Reposición
VIREX 200 MG X 35 TABLS	48%	VIREX 200 MG X 35 TABLS	52%	8%	Trabajo vectorización
VIREX 200 MG X 70 TAB	1%	VIREX 200 MG X 70 TAB	1%	0%	Reposición
VIREX 400 MG X 35 TABLS	47%	VIREX 400 MG X 35 TABLS	51%	8%	Trabajo vectorización
VIREX 800 MG X 35 TABLS	65%	VIREX 800 MG X 35 TABLS	69%	6%	Trabajo vectorización
VIREX AMP	2%	VIREX AMP	2%	24%	Trabajo vectorización
VIREX CREMA VAG X 10 TUBOS	40%	VIREX CREMA VAG X 10 TUBOS	38%	-5%	Agotado
VIREX LABIAL PIEL X 10 GRS	15%	VIREX LABIAL PIEL X 10 GRS	15%	2%	Reposición
VIREX LABIAL X 10 GRS	42%	VIREX LABIAL X 10 GRS	39%	-6%	Agotado
VIREX SUSP X 90 ML	71%	VIREX SUSP X 90 ML	70%	0%	Reposición
VIREX UNG OFTAL X 10 GRS	38%	VIREX UNG OFTAL X 10 GRS	41%	9%	Trabajo vectorización
VIREX UNG TOPICO X 15 GRS	59%	VIREX UNG TOPICO X 15 GRS	64%	8%	Trabajo vectorización
VIREX UNG TOPICO X 30 GRS	44%	VIREX UNG TOPICO X 30 GRS	46%	5%	Reposición
ZALDIAR X 10 TABLS	59%	ZALDIAR X 10 TABLS	64%	8%	Trabajo vectorización
ZALDIAR X 20 TABLS	54%	ZALDIAR X 20 TABLS	56%	3%	Reposición
COLLOPLUS X 10 ML	32%	COLLOPLUS X 10 ML	31%	-5%	Agotado
FAZOL COLAGENO SHAMPU X 200 ML	17%	FAZOL COLAGENO SHAMPU X 200 ML	19%	12%	Trabajo vectorización
FAZOL CREMA X 30 GRS	21%	FAZOL CREMA X 30 GRS	23%	8%	Trabajo vectorización
FAZOL SHAMPU X 100 ML	52%	FAZOL SHAMPU X 100 ML	56%	8%	Trabajo vectorización
LOMOTIL DISPENSADOR 12 CAJAS X 4 TAB	82%	LOMOTIL DISPENSADOR 12 CAJAS X 4 TAB	81%	-2%	Agotado
MICROFEMIN CD X 28 TBS	15%	MICROFEMIN CD X 28 TBS	17%	17%	Trabajo vectorización
MICROFEMIN X 21 TBS	75%	MICROFEMIN X 21 TBS	79%	5%	Reposición
PILOGAN LOCION X 60 ML	32%	PILOGAN LOCION X 60 ML	34%	5%	Reposición
PILOGAN ULTRA LOCION X 60 ML	35%	PILOGAN ULTRA LOCION X 60 ML	38%	11%	Trabajo vectorización
REPARIL GEL X 30 GRS	79%	REPARIL GEL X 30 GRS	78%	-1%	Agotado
STOPEN 20 MG POLVO X 50 S/S	6%	STOPEN 20 MG POLVO X 50 S/S	6%	0%	Reposición
STOPEN 20 MG X 2 AMPS	23%	STOPEN 20 MG X 2 AMPS	27%	17%	Trabajo vectorización
STOPEN 20 MG X 5 AMPS	15%	STOPEN 20 MG X 5 AMPS	16%	5%	Reposición
STOPEN 20 MGS AMP	4%	STOPEN 20 MGS AMP	4%	-10%	Agotado
STOPEN 40 MG X 1 AMP	6%	STOPEN 40 MG X 1 AMP	2%	-72%	Agotado
STOPEN 40 MG X 2 AMPS	12%	STOPEN 40 MG X 2 AMPS	9%	-29%	Agotado
STOPEN 40 MG X 5 AMP	15%	STOPEN 40 MG X 5 AMP	12%	-23%	Agotado
STOPEN GEL X 20 GRS	32%	STOPEN GEL X 20 GRS	32%	2%	Reposición
STOPEN X 25 S/S X 2 CAPS	73%	STOPEN X 25 S/S X 2 CAPS	75%	3%	Reposición
NEOSALDINA 25 S/S X 4 GRAG	90%	NEOSALDINA 25 S/S X 4 GRAG	86%	-5%	Agotado
NEOSALDINA GOTAS X 30 ML	60%	NEOSALDINA GOTAS X 30 ML	64%	7%	Trabajo vectorización

La aplicación de la herramienta fue muy provechosa en la zona de la Costa; en la cual se vieron resultados aproximadamente en el 50% de los productos del portafolio Grünenthal y solo tres casos puntuales a revisar que vienen siendo los agotados de las presentaciones de ampollas de Stopen.



UNIDROGAS- SUPERFARMAS

PRIMERA MEDICIÓN		SEGUNDA MEDICIÓN			
110		110			
PRODUCTO	%	PRODUCTO	%	% Evolucion	Observaciones
ADORLAN X 10 TAB	25%	ADORLAN X 10 TAB	35%	39%	Trabajo vectorización
ADORLAN X 20 TBS	50%	ADORLAN X 20 TBS	57%	15%	Trabajo vectorización
BELARA 2 MG X 21 TABLS	65%	BELARA 2 MG X 21 TABLS	65%	1%	Reposición
SINALGEN X 10 TABLS	52%	SINALGEN X 10 TABLS	59%	14%	Trabajo vectorización
SINALGEN X 30 TABLS	58%	SINALGEN X 30 TABLS	64%	9%	Trabajo vectorización
VERUM 16 MG X 20 TABLS	47%	VERUM 16 MG X 20 TABLS	50%	6%	Trabajo vectorización
VERUM 24 MG X 20 TAB	16%	VERUM 24 MG X 20 TAB	18%	11%	Trabajo vectorización
VERUM 8 MG X 30 TABLS	35%	VERUM 8 MG X 30 TABLS	38%	11%	Trabajo vectorización
VERUM 8 MG X 50 TABLS	38%	VERUM 8 MG X 50 TABLS	39%	2%	Reposición
VIREX 200 MG X 35 TABLS	31%	VIREX 200 MG X 35 TABLS	33%	6%	Trabajo vectorización
VIREX 400 MG X 35 TABLS	29%	VIREX 400 MG X 35 TABLS	32%	9%	Trabajo vectorización
VIREX 800 MG X 35 TABLS	41%	VIREX 800 MG X 35 TABLS	45%	9%	Trabajo vectorización
VIREX AMP	2%	VIREX AMP	3%	50%	Trabajo vectorización
VIREX CREMA VAG X 10 TUBOS	22%	VIREX CREMA VAG X 10 TUBOS	21%	-4%	Agotado
VIREX LABIAL PIEL X 10 GRS	23%	VIREX LABIAL PIEL X 10 GRS	22%	-4%	Agotado
VIREX LABIAL X 10 GRS	52%	VIREX LABIAL X 10 GRS	54%	4%	Agotado
VIREX SUSP X 90 ML	35%	VIREX SUSP X 90 ML	35%	3%	Reposición
VIREX UNG OFTAL X 10 GRS	47%	VIREX UNG OFTAL X 10 GRS	49%	4%	Reposición
VIREX UNG TOPICO X 15 GRS	55%	VIREX UNG TOPICO X 15 GRS	58%	7%	Trabajo vectorización
VIREX UNG TOPICO X 30 GRS	45%	VIREX UNG TOPICO X 30 GRS	45%	2%	Reposición
ZALDIAR X 10 TABLS	54%	ZALDIAR X 10 TABLS	61%	14%	Trabajo vectorización
ZALDIAR X 20 TABLS	49%	ZALDIAR X 20 TABLS	55%	13%	Trabajo vectorización
COLLOPLUS X 10 ML	69%	COLLOPLUS X 10 ML	68%	-1%	Agotado
FAZOL COLAGENO SHAMPU X 200 ML	17%	FAZOL COLAGENO SHAMPU X 200 ML	19%	11%	Agotado
FAZOL CREMA X 30 GRS	5%	FAZOL CREMA X 30 GRS	5%	-17%	Agotado
FAZOL SHAMPU X 100 ML	50%	FAZOL SHAMPU X 100 ML	49%	-2%	Agotado
LOMOTIL DISPENSADOR 12 CAJAS X 4 TAB	84%	LOMOTIL DISPENSADOR 12 CAJAS X 4 TAB	88%	5%	Reposición
MICROFEMIN CD X 28 TBS	22%	MICROFEMIN CD X 28 TBS	23%	4%	Reposición
MICROFEMIN X 21 TBS	65%	MICROFEMIN X 21 TBS	68%	4%	Reposición
PILOGAN LOCION X 60 ML	34%	PILOGAN LOCION X 60 ML	34%	0%	Reposición
PILOGAN ULTRA LOCION X 60 ML	34%	PILOGAN ULTRA LOCION X 60 ML	37%	11%	Trabajo vectorización
REPARIL GEL X 30 GRS	81%	REPARIL GEL X 30 GRS	85%	4%	Reposición
STOPEN 20 MG POLVO X 50 S/S	4%	STOPEN 20 MG POLVO X 50 S/S	4%	0%	Reposición
STOPEN 20 MG X 2 AMPS	13%	STOPEN 20 MG X 2 AMPS	14%	7%	Trabajo vectorización
STOPEN 20 MG X 5 AMPS	8%	STOPEN 20 MG X 5 AMPS	9%	11%	Trabajo vectorización
STOPEN 20 MGS AMP	1%	STOPEN 20 MGS AMP	2%	100%	Trabajo vectorización
STOPEN 40 MG X 1 AMP	6%	STOPEN 40 MG X 1 AMP	5%	-14%	Agotado
STOPEN 40 MG X 2 AMPS	14%	STOPEN 40 MG X 2 AMPS	14%	0%	Reposición
STOPEN 40 MG X 5 AMP	15%	STOPEN 40 MG X 5 AMP	14%	-12%	Agotado
STOPEN GEL X 20 GRS	23%	STOPEN GEL X 20 GRS	24%	4%	Reposición
STOPEN X 25 S/S X 2 CAPS	65%	STOPEN X 25 S/S X 2 CAPS	69%	6%	Trabajo vectorización
NEOSALDINA 25 S/S X 4 GRAG	82%	NEOSALDINA 25 S/S X 4 GRAG	82%	0%	Reposición
NEOSALDINA GOTAS X 30 ML	55%	NEOSALDINA GOTAS X 30 ML	65%	18%	Trabajo vectorización

Las superfarmas a nivel nacional presentan resultados muy favorables a la aplicación de la herramienta y posterior acompañamiento de sugerencia. Se ve un aumento de presencia de producto en más del 50 % de estos y una congruencia en el comportamiento de los demás.



CAFAM- BOGOTÁ

PRODUCTO	%
ADORLAN TAB 25-25 MG CAJ 10 UN 1258882	39%
ADORLAN TAB 25-25 MG CAJ 20 UN 1250015	83%
BELARA TAB 2-0.03 MG CAJ 21 UN 533301	75%
SNALGEN TAB 500-5 MG CAJ 10 UN 644497	78%
SNALGEN TAB 500-5 MG CAJ 30 UN 1092534	22%
SNALGEN TAB 500-5 MG CAJ 30 UN 644498	68%
VERUM TAB 16 MG CAJ 20 UN 1165999	7%
VERUM TAB 16 MG CAJ 20 UN 993822	67%
VERUM TAB 24 MG CAJ 20 UN 1259308	35%
VERUM TAB 8 MG CAJ 50 UN 1166000	9%
VERUM TAB 8 MG CAJ 50 UN 374692	32%
VERUM TAB 8 MG CJA 30 UN 881026	67%
VIREX COVER LIP UNG 5G TUB 10 G 1251630	51%
VIREX LABIAL UNG 5G BLI 10 GR 74824	77%
VIREX PED SUS 200 MG FRA 90 ML 52119	49%
VIREX TAB 200 MG CAJ 35 UN 296700	62%
VIREX TAB 400 MG CAJ 35 UN 1094508	9%
VIREX TAB 400 MG CJA 35 UN 296701	48%
VIREX UNG 5G TUB 15 GR 8588	77%
VIREX UNG 5G TUB 30 GR 8589	72%
VIREX UNG OFT 3 % TUB 10 G 1154090	7%
VIREX UNG OFT 30 MG TUB 10 G 842573	13%
VIREX Z TAB 800 MG CJA 35 UN 296703	55%
ZALDIAR TAB 325-37,5 MG CAJ 20 UN 1166006	10%
ZALDIAR TAB 325-37,5 MG CAJ 20 UN 871851	58%
ZALDIAR TAB 37,50/325MG CJA 10 UN 694166	70%
COLLOPLUS SOL TOP FRA 10 ML 852099	80%
COLLOPLUS SOL TOP 18,09-4,52 % FRA 10 ML 1092532	3%
FAZOL CHA 1 GR FRA 200 ML 718656	75%
FAZOL CHA 2 % FRA 100 ML 19684	65%
FAZOL SHAMPOO EMU TOP 2 % FRA 100 ML 1166395	9%
LOMOTIL TAB 0,025-2,5 MG CAJ 48 UN 1254176	81%
MICROFEMIN CD TAB 30-150 MCG CAJ 28 UN 495828	29%
MICROFEMIN CD TAB 30-150 MCG CAJ 28 UN 548211	1%
MICROFEMIN TAB 150-30 MCG CAJ 21 UN 495790	70%
PILOGAN LOC 2 % FRA 60 ML 1257873	29%
PILOGAN ULTRA LOC 5 % FRA 60 ML 612496	75%
REPARIL GEL N GEL 1-5 % TUB 30 G 20679	77%
REPARIL N GEL 1-5 % TUB 30 G 1165998	1%
STOPEN AMP 20 MG/ML CJA 1 UN 36518	4%
STOPEN CAP 20 MG CAJ 10 UN 869210	48%
STOPEN CAP 20 MG DISP 50 UN 869142	9%
STOPEN GEL TBO 20 GR 631256	43%
NEOSALDINA SOL ORA 0,3-0,5-3 G/ML FRA 30 ML 72260	81%
NEOSALDINA TAB 300 MG CAJ 100 UN 274158	86%



CAFAM-COSTA

PRODUCTO	%
ADORLAN TAB 25-25 MG CAJ 10 UN 1258882	74%
ADORLAN TAB 25-25 MG CAJ 20 UN 1250015	68%
BELARA TAB 2-0.03 MG CAJ 21 UN 533301	100%
SNALGEN TAB 500-5 MG CAJ 10 UN 644497	68%
SNALGEN TAB 500-5 MG CAJ 30 UN 1092534	16%
SNALGEN TAB 500-5 MG CAJ 30 UN 644498	53%
VERUM TAB 16 MG CAJ 20 UN 993822	79%
VERUM TAB 24 MG CAJ 20 UN 1259308	47%
VERUM TAB 8 MG CAJ 50 UN 374692	89%
VERUM TAB 8 MG CJA 30 UN 881026	42%
VIREX COVER LIP UNG 5G TUB 10 G 1251630	53%
VIREX LABIAL UNG 5G BLI 10 GR 74824	95%
VIREX PED SUS 200 MG FRA 90 ML 52119	58%
VIREX TAB 200 MG CAJ 35 UN 296700	79%
VIREX TAB 400 MG CJA 35 UN 296701	58%
VIREX UNG 5G TUB 15 GR 8588	58%
VIREX UNG 5G TUB 30 GR 8589	89%
VIREX Z TAB 800 MG CJA 35 UN 296703	58%
ZALDIAR TAB 325-37,5 MG CAJ 20 UN 1166006	11%
ZALDIAR TAB 325-37,5 MG CAJ 20 UN 871851	53%
ZALDIAR TAB 37,50/325MG CJA 10 UN 694166	84%
COLLOPLUS SOL TOP FRA 10 ML 852099	84%
FAZOL CHA 1 GR FRA 200 ML 718656	63%
FAZOL CHA 2 % FRA 100 ML 19684	79%
LOMOTIL TAB 0,025-2,5 MG CAJ 48 UN 1254176	89%
MICROFEMIN TAB 150-30 MCG CAJ 21 UN 495790	89%
PILOGAN LOC 2 % FRA 60 ML 1257873	37%
PILOGAN ULTRA LOC 5 % FRA 60 ML 612496	63%
REPARIL GEL N GEL 1-5 % TUB 30 G 20679	89%
STOPEN AMP 20 MG/ML CJA 1 UN 36518	16%
STOPEN CAP 20 MG CAJ 10 UN 869210	63%
STOPEN CAP 20 MG DISP 50 UN 869142	21%
STOPEN GEL TBO 20 GR 631256	11%
NEOSALDINA SOL ORA 0,3-0,5-3 G/ML FRA 30 ML 1260010	5%
NEOSALDINA SOL ORA 0,3-0,5-3 G/ML FRA 30 ML 72260	89%
NEOSALDINA TAB 300 MG CAJ 100 UN 274158	100%



CAFAM- CALI EJE

PRODUCTO	%
ADORLAN TAB 25-25 MG CAJ 10 UN 1258882	69%
ADORLAN TAB 25-25 MG CAJ 20 UN 1250015	62%
BELARA TAB 2-0,03 MG CAJ 21 UN 533301	92%
SINALGEN TAB 500-5 MG CAJ 10 UN 644497	69%
SINALGEN TAB 500-5 MG CAJ 30 UN 644498	69%
VERUM TAB 16 MG CAJ 20 UN 993822	62%
VERUM TAB 24 MG CAJ 20 UN 1259308	54%
VERUM TAB 8 MG CAJ 50 UN 374692	46%
VERUM TAB 8 MG CJA 30 UN 881026	46%
VIREX COVER LIP UNG 5G TUB 10 G 1251630	38%
VIREX LABIAL UNG 5G BLI 10 GR 74824	85%
VIREX PED SUS 200 MG FRA 90 ML 52119	54%
VIREX TAB 200 MG CAJ 35 UN 296700	46%
VIREX TAB 400 MG CJA 35 UN 296701	46%
VIREX UNG 5G TUB 15 GR 8588	85%
VIREX UNG 5G TUB 30 GR 8589	62%
VIREX Z TAB 800 MG CJA 35 UN 296703	38%
ZALDIAR TAB 325-37,5 MG CAJ 20 UN 871851	46%
ZALDIAR TAB 37,50/325MG CJA 10 UN 694166	54%
COLLOPLUS SOL TOP FRA 10 ML 852099	85%
FAZOL CHA 1 GR FRA 200 ML 718656	62%
FAZOL CHA 2 % FRA 100 ML 19684	69%
LOMOTIL TAB 0,025-2,5 MG CAJ 48 UN 1254176	85%
MICROFEMIN CD TAB 30-150 MCG CAJ 28 UN 495828	31%
MICROFEMIN TAB 150-30 MCG CAJ 21 UN 495790	69%
PILOGAN LOC 2 % FRA 60 ML 1257873	23%
PILOGAN ULTRA LOC 5 % FRA 60 ML 612496	85%
REPARIL GEL N GEL 1-5 % TUB 30 G 20679	100%
STOPEN CAP 20 MG CAJ 10 UN 869210	23%
STOPEN CAP 20 MG DISP 50 UN 869142	8%
STOPEN GEL TBO 20 GR 631256	15%
NEOSALDINA SOL ORA 0,3-0,5-3 G/ML FRA 30 ML 72260	92%
NEOSALDINA TAB 300 MG CAJ 100 UN 274158	100%



CAFAM-MED-SANTANDER

PRODUCTO	%
ADORLAN TAB 25-25 MG CAJ 10 UN 1258882	46%
ADORLAN TAB 25-25 MG CAJ 20 UN 1250015	75%
BELARA TAB 2-0,03 MG CAJ 21 UN 533301	82%
SINALGEN TAB 500-5 MG CAJ 10 UN 644497	75%
SINALGEN TAB 500-5 MG CAJ 30 UN 1092534	7%
SINALGEN TAB 500-5 MG CAJ 30 UN 644498	61%
VERUM TAB 16 MG CAJ 20 UN 1165999	7%
VERUM TAB 16 MG CAJ 20 UN 993822	68%
VERUM TAB 24 MG CAJ 20 UN 1259308	32%
VERUM TAB 8 MG CAJ 50 UN 1166000	4%
VERUM TAB 8 MG CAJ 50 UN 374692	71%
VERUM TAB 8 MG CJA 30 UN 881026	39%
VIREX COVER LP UNG 5G TUB 10 G 1251630	54%
VIREX LABIAL UNG 5G BLI 10 GR 74824	71%
VIREX PED SUS 200 MG FRA 90 ML 52119	18%
VIREX TAB 200 MG CAJ 35 UN 296700	54%
VIREX TAB 400 MG CJA 35 UN 296701	43%
VIREX UNG 5G TUB 15 GR 8588	79%
VIREX UNG 5G TUB 30 GR 8589	71%
VIREX UNG OFT 3 % TUB 10 G 1154090	4%
VIREX UNG OFT 30 MG TUB 10 G 842573	4%
VIREX Z TAB 800 MG CJA 35 UN 296703	50%
ZALDIAR TAB 325-37,5 MG CAJ 20 UN 1168006	7%
ZALDIAR TAB 325-37,5 MG CAJ 20 UN 871851	61%
ZALDIAR TAB 37,50/325MG CJA 10 UN 694166	75%
COLLOPLUS SOL TOP FRA 10 ML 852099	82%
FAZOL CHA 1 GR FRA 200 ML 718656	57%
FAZOL CHA 2 % FRA 100 ML 19684	57%
FAZOL SHAMPOO EMU TOP 2 % FRA 100 ML 1166395	4%
LOMOTIL TAB 0,025-2,5 MG CAJ 48 UN 1254176	86%
MICROFEMIN CD TAB 30-150 MCG CAJ 28 UN 495828	14%
MICROFEMIN TAB 150-30 MCG CAJ 21 UN 495790	71%
PILOGAN LOC 2 % FRA 60 ML 1257873	43%
PILOGAN ULTRA LOC 5 % FRA 60 ML 612496	82%
REPARIL GEL N GEL 1-5 % TUB 30 G 20679	82%
STOPEN AMP 20 MG/ML CJA 1 UN 36518	7%
STOPEN CAP 20 MG CAJ 10 UN 869210	39%
STOPEN CAP 20 MG DISP 50 UN 869142	7%
STOPEN GEL TBO 20 GR 631256	18%
NEOSALDINA SOL ORA 0,3-0,5-3 G/ML FRA 30 ML 1260010	4%
NEOSALDINA SOL ORA 0,3-0,5-3 G/ML FRA 30 ML 72260	86%
NEOSALDINA TAB 300 MG CAJ 100 UN 274158	89%

En términos generales Cafam presenta unos resultados relativamente aceptables en términos de presencia de los productos seleccionados en su punto de venta. Pero el promedio de productos que se tiene todo el portafolio en los puntos de venta es del 28%. Por lo tanto se ve una oportunidad de penetración de más referencias y lograr ampliar el portafolio presente. Donde sólo cuatro de los 174 puntos tienen un porcentaje de presencia del portafolio sobre el 50%.



OLIMPICA- BOGOTÁ



OLIMPICA-COSTA

PRODUCTO	%
ADORLAN CJ X 20 TAB	84%
BELARA CJ X 21 TAB	90%
NS ADORLAN CJ X 20 TAB	34%
NS BELARA CJ X 21 TAB	10%
NS SINALGEN CJ X 10 TAB	1%
NS SINALGEN X 30 TAB	48%
NS VERUM 16 MG CJ 2 BLIST X 10 TAB	39%
NS VERUM 8 MG CJ X 30 TAB	27%
NS VERUM 8 MG CJ 3 BLST X 10 TAB	1%
NS VIREX 0.05 TUBO X 30 GR	21%
NS VIREX 400MG X 35 TAB	21%
NS VIREX 800MG X 35 TAB	22%
NS VIREX PEDIAT X 90 ML	6%
NS VIREX UNGTU TUBO X 15 GR	14%
NS VIREX VA 6 GR X 10 MONDO	3%
NS ZALDIAR CJ X 20 TAB	35%
REPARIL GEL N TUBO X 30G	92%
SINALGEN 5500 MG CJ X 10 TAB	82%
SINALGEN 5500 MG CJ X 30 TAB	90%
VERUM 16 MG CJ X 20 TAB	57%
VERUM 24 MG CJ X 20 TAB	30%
VERUM 16 MG CJ 2 BLIST 10 TAB	4%
VERUM 8 MG CJ 3 BLIST 10 TAB	69%
VERUM 8MG CJ 5 BLIST 10 TAB	32%
VIREX 200 MG CJ X 35 TAB	66%
VIREX 3% UNGTU OFT X 10 GR	36%
VIREX 400 MG CJ X 35 TAB	17%
VIREX 5% UNGTU LABIAL X 10 GR	71%
VIREX 5% UNGTU X 15 GR	51%
VIREX 5% UNGTU X 30 GR	73%
VIREX 800 MG CJ X 35 TAB	47%
VIREX COVER LIPS CREM 5% TUB X 10 GR	36%
VIREX CREM VA G CJ X 10 TUBOS X 6GR	18%
VIREX P 200 MG SUSP X 90 ML	39%
ZALDIAR CJ X 10 TAB	78%
ZALDIAR CJ X 2 BLIST X 10 TAB	66%
COLLOPLUS 100 MG X 10 ML	92%
FAZOL 200 MG CJ X 10 TAB	5%
FAZOL SHAMPOO X 100 ML	53%
NS COLLOPLUS FOD X 10 ML	3%
NS FAZOL CREM 2% TUBO X 30 G	1%
NS REPARIL GEL 14% TUBO X 30 G	23%
NS STOPEN 0.5% GEL TUBO X 20 G	3%
NS STOPEN 20 MG CJ X 5 AMP	1%
NS STOPEN 40 MG CJ X 5 AMP	1%
LOMOTIL 2.5/0.025 MG CJ X 4 TAB	100%
MICROFENIM CD X 28 GRAG	25%
MICROFENIM CJ 21 GRAG	79%
PLOGAN 2% LOC FOD X 60 ML	45%
PLOGAN ULTRA 5% SOLUC TOPICA X 60 ML	77%
STOPEN 0.5% GEL X 20 GR	36%
STOPEN 20 MG CJ X 10 CAP	6%
STOPEN 20 MG CJ X 5 AMP	14%
STOPEN 20 MG CJ X 50 CAP	35%
STOPEN 40 MG CJ X 1 AMP	10%
STOPEN 40 MG CJ X 2 AMP	3%
STOPEN 40 MG CJ X 5 AMP	9%
STOPEN POLV SOLUB 20 MG CJ X 50 SBS	3%
NEOSALDNA CJ X 100 TAB	96%
NEOSALDNA GOT FOD X 30 ML	88%
NS NEOSALDNA CJ 25 BLST X 4 TAB	10%
NS NEOSALDNA GOT FOD X 30 ML	14%

PRODUCTO	%
ADORLAN CJ X 20 TAB	66%
BELARA CJ X 21 TAB	62%
NS ADORLAN CJ X 20 TAB	25%
NS BELARA CJ X 21 TAB	18%
NS SINALGEN CJ X 10 TAB	1%
NS SINALGEN X 30 TAB	27%
NS VERUM 16 MG CJ 2 BLIST X 10 TAB	25%
NS VERUM 8 MG CJ X 30 TAB	20%
NS VIREX 0.05 TUBO X 30 GR	19%
NS VIREX 400MG X 35 TAB	18%
NS VIREX 800MG X 35 TAB	19%
NS VIREX PEDIAT X 90 ML	15%
NS VIREX UNGTU OFT X 10 GR	4%
NS VIREX UNGTU LABIAL X 10 GR	3%
NS VIREX UNGTU TUBO X 15 GR	19%
NS VIREX UNGTU X 15 GR	2%
NS VIREX VA 6 GR X 10 MONDO	11%
NS ZALDIAR CJ X 10 TAB	2%
NS ZALDIAR CJ X 20 TAB	31%
SINALGEN 5/500 MG CJ X 10TAB	53%
SINALGEN 5/500 MG CJ X 30TAB	26%
VERUM 16 MG CJ X 20TAB	25%
VERUM 24 MG CJ X 20TAB	19%
VERUM 16 MG CJ 2 BLIST 10 TAB	10%
VERUM 8 MG CJ 3 BLIST 10 TAB	40%
VERUM 8MG CJ 5 BLIST 10 TAB	35%
VIREX 200 MG CJ X 35 TAB	42%
VIREX 3% UNGTU OFT X 10 GR	4%
VIREX 400 MG CJ X 35 TAB	19%
VIREX 5% UNGTU LABIAL X 10 GR	45%
VIREX 5% UNGTU X 15 GR	31%
VIREX 5% UNGTU X 30 GR	44%
VIREX 800 MG CJ X 35 TAB	22%
VIREX COVER LIPS CREM 5% TUB X 10GR	13%
VIREX CREM VA G CJ X 10TUBOS X 6GR	14%
VIREX P 200 MG SUSP X 90 ML	52%
ZALDIAR CJ X 10 TAB	56%
ZALDIAR CJ X 2 BLIST X 10 TAB	25%
COLLOPLUS 100 MG X 10 ML	36%
FAZOL 200 MG CJ X 10 TAB	17%
FAZOL SHAMPOO X 100 ML	27%
NS COLLOPLUS FOD X 10 ML	3%
NS FAZOL 200 MG CJ X 10 TAB	5%
NS FAZOL ORBI 2% TUBO X 30 G	3%
NS FAZOL SHAMPOO FOD X 100 ML	14%
NS MICROFENIM 150 MG X 21 GRAG	3%
NS REPARIL GEL 14% TUBO X 30 G	19%
NS STOPEN 0.5% GEL TUBO X 20 G	8%
NS STOPEN 20 MG CJ X 5 AMP	4%
NS STOPEN 40 MG CJ X 5 AMP	5%
LOMOTIL 2.5/0.025 MG CJ X 4 TAB	87%
MICROFENIM CD X 28 GRAG	6%
MICROFENIM CJ 21 GRAG	69%
PILOGAN 2% LOC FOD X 60 ML	18%
PILOGAN ULTRA 5% SOLUC TOPICA X 60 ML	36%
REPARIL GEL N TUBO X 30G	81%
STOPEN 0.5% GEL X 20 GR	19%
STOPEN 20 MG CJ X 10 CA P	14%
STOPEN 20 MG CJ X 5 AMP	18%
STOPEN 20 MG CJ X 50 CA P	17%
STOPEN 40 MG CJ X 1 AMP	3%
STOPEN 40 MG CJ X 2 AMP	2%
STOPEN 40 MG CJ X 5 AMP	24%
NS NEOSALDNA CJ 25 BLST X 4 TAB	15%
NS NEOSALDNA GOT FOD X 30 ML	22%
NEOSALDNA CJ X 100 TAB	92%
NEOSALDNA GOT FOD X 30 ML	58%



OLIMPICA-OCCIDENTAL

PRODUCTO	%
ADORLAN CJ X 20 TAB	44%
BELARA CJ X 21 TAB	62%
INS ADORLAN CJ X 20 TAB	10%
INS SINALGEN X 30 TAB	16%
INS VERUM 16 MG CJ 2 BLIST X 10 TAB	8%
INS VERUM 8 MG CJ X 50 TAB	4%
INS VIREX 0.05 TUBO X 30 GR	10%
INS VIREX 800MG X 35 TAB	4%
INS VIREX PEDIAT X 90 ML	2%
INS ZALDIAR CJ X 10 TAB	4%
INS ZALDIAR CJ X 20 TAB	10%
SINALGEN 5/500 MG CJ X 10 TAB	36%
SINALGEN 5/500 MG CJ X 30 TAB	34%
VERUM 16 MG CJ X 20 TAB	12%
VERUM 24 MG CJ X 20 TAB	6%
VERUM 16 MG CJ 2 BLIST 10 TAB	8%
VERUM 8 MG CJ 3 BLIST 10 TAB	26%
VERUM 8MG CJ 5 BLIST 10 TAB	40%
VIREX 200 MG CJ X 35 TAB	26%
VIREX 400 MG CJ X 35 TAB	22%
VIREX 5% UNGTO LABIAL X 10 GR	36%
VIREX 5% UNGTO X 15 GR	16%
VIREX 5% UNGTO X 30 GR	24%
VIREX 800 MG CJ X 35 TAB	36%
VIREX COVER LIPS CREM 5% TUB X 10 GR	4%
VIREX CREM VAG CJ X 10 TUBOS X 6GR	14%
VIREX P 200 MG SUSP X 90 ML	26%
ZALDIAR CJ X 10 TAB	40%
ZALDIAR CJ X 2 BLIST X 10 TAB	22%
COLLOPLUS 100 MG X 10 ML	40%
FAZOL 200 MG CJ X 10 TAB	2%
FAZOL SHAMPOO X 100 ML	16%
INS COLLOPLUS FCO X 10 ML	4%
INS REPARIL GEL 1+5% TUBO X 30 G	12%
LOMOTL 2.5/0.025 MG CJ X 4 TAB	76%
MICROFENM CD X 28 GRAG	20%
MICROFENM CJ 21 GRAG	68%
FLOGAN 2% LOC FCO X 60 ML	16%
FLOGAN ULTRA 5% SOLUC TOPCA X 60 ML	44%
REPARIL GEL N TUBO X 30 G	60%
STOPEN 0.5% GEL X 20 GR	18%
STOPEN 20 MG CJ X 5 AMP	8%
STOPEN 20 MG CJ X 50 CAP	32%
STOPEN 40 MG CJ X 5 AMP	12%
NEOSALDINA CJ X 100 TAB	76%
NEOSALDINA GOT FCO X 30 ML	64%
INS NEOSALDINA GOT FCO X 30 ML	2%

En Olímpica se ven grandes oportunidades de aplicar esta nueva estrategia de abordaje. Generando un ajuste en la distribución y presencia del portafolio. Se deben revisar especialmente caso como los de Verum, Zaldiar y Sinalgen. Es importante analizar por qué se tiene tan poca presencia del portafolio y de producto en los puntos de. Debido a que se tiene en promedio el 18% del portafolio en punto de venta.



COLSUBSIDIO-BOGOTÁ

PRODUCTO	%
ADORLAN 25MG/25MG CJX20TA B GRT	83%
ADORLAN 25/25MG CJX10COMP GRT	40%
BELARA 0.03-2 MG CJX21TAB GRT	90%
SINALGEN 5 -500MG CJX10TAB GRT	84%
SINALGEN 500/5MG CJX30TAB GRT	57%
VERUM 16MG CJX20TAB GRT	69%
VERUM 24MG CJX20TAB GRT	16%
VERUM 8MG CJX30TAB GRT	50%
VERUM 8MG CJX50TAB GRT	73%
VIREX 200MG CJX35TAB BGN	54%
VIREX 200MG/5ML SUSP FCOX90ML BGN	44%
VIREX 3% LABIAL UNGX10G BGN	68%
VIREX 3% UNG OFT TBOX10G BGN	59%
VIREX 400MG CJX35TAB BGN	51%
VIREX 5% UNG TOP TBOX15G BGN	70%
VIREX 5% UNG TOP TBOX30G BGN	68%
VIREX 800MG CJX35TAB BGN	26%
VIREX COVER LIPS COLOR PIEL BGN	54%
ZALDIAR CJX10TAB GRT	78%
ZALDIAR CJX20TAB GRT	74%
COLLOPLUS 20-5-2G/100 ML SOL FCOX10	81%
LOMOTIL 2.525MG CJX48TAB GRT	94%
MICROFEMIN 150-30MCG CJX21GRG GF	71%
MICROFEMIN CD 150-30MCG CJX28GRG	1%
REPARIL1% GEL TBOX30G GRT	93%
STOPEN 40MG SOL INY CJX1AMP BGN	15%
STOPEN 20MG CJX10CAPS BGN	39%
STOPEN 20MG CJX50CAPS BGN	75%
NEOSALDINA 300/30/30MG CJX100GRG	94%
NEOSALDINA 300MG GOT FCOX30ML GRT	84%



COLSUBSIDIO- COSTA

PRODUCTO	%
ADORLAN 25MG/25MG CJX20TA B GRT	100%
ADORLAN 25/25MG CJX10COMP GRT	30%
BELARA 0.03-2 MG CJX21TAB GRT	100%
SINALGEN 5 -500MG CJX10TA B GRT	100%
SINALGEN 500/5MG CJX30TAB GRT	90%
VERUM 16MG CJX20TAB GRT	80%
VERUM 8MG CJX30TAB GRT	70%
VERUM 8MG CJX50TAB GRT	100%
VIREX 200MG CJX35TAB BGN	70%
VIREX 200MG/5ML SUSP FCOX90ML BGN	20%
VIREX 3% LABIAL UNGX10G BGN	90%
VIREX 3% UNG OFT TBOX10G BGN	20%
VIREX 400MG CJX35TAB BGN	90%
VIREX 5% UNG TOP TBOX15G BGN	80%
VIREX 5% UNG TOP TBOX30G BGN	70%
VIREX 800MG CJX35TAB BGN	70%
VIREX COVER LIPS COLOR PIEL BGN	30%
ZALDIAR CJX10TAB GRT	90%
ZALDIAR CJX20TAB GRT	80%
COLLOPLUS 20-5-2G/100 ML SOL FCOX10	70%
LOMOTIL 2.525MG CJX48TAB GRT	90%
MICROFEMIN 150-30MCG CJX21GRG GF	50%
REPARIL1% GEL TBOX30G GRT	100%
STOPEN 40MG SOL INY CJX1AMP BGN	10%
STOPEN 20MG CJX10CAPS BGN	20%
STOPEN 20MG CJX50CAPS BGN	90%
NEOSALDINA 300/30/30MG CJX100GRG	90%
NEOSALDINA 300MG GOT FCOX30ML GRT	100%

PRODUCTO	%
ADORLAN 25MG/25MG CJX20TAB GRT	83%
BELARA 0.03-2 MG CJX21TAB GRT	83%
SINALGEN 5 -500MG CJX10TAB GRT	100%
SINALGEN 500/5MG CJX30TAB GRT	75%
VERUM 16MG CJX20TAB GRT	75%
VERUM 24MG CJX20TAB GRT	8%
VERUM 8MG CJX30TAB GRT	75%
VERUM 8MG CJX50TAB GRT	67%
VIREX 200MG CJX35TAB BGN	75%
VIREX 200MG/5ML SUSP FCOX90ML BGN	17%
VIREX 3% LABIAL UNGX10G BGN	75%
VIREX 3% UNG OFT TBOX10G BGN	42%
VIREX 400MG CJX35TAB BGN	58%
VIREX 5% UNG TOP TBOX15G BGN	58%
VIREX 5% UNG TOP TBOX30G BGN	83%
VIREX 800MG CJX35TAB BGN	50%
VIREX COVERLIPS COLOR PIEL BGN	25%
ZALDIAR CJX10TAB GRT	75%
ZALDIAR CJX20TAB GRT	50%
COLLOPLUS 20-5-2G/100 ML SOL FCOX10	58%
LOMOTIL 2.525MG CJX48TAB GRT	100%
MICROFEMIN 150-30MCG CJX21GRG GF	42%
REPARIL1% GEL TBOX30G GRT	75%
STOPEN 20MG CJX10CAPS BGN	8%
STOPEN 20MG CJX50CAPS BGN	75%
NEOSALDINA 300/30/30MG CJX100GRG	83%
NEOSALDINA 300MG GOT FCOX30ML GRT	100%

PRODUCTO	%
ADORLAN 25MG/25MG CJX20TAB GRT	84%
ADORLAN 25/25MG CJX100COMP GRT	8%
BELARA 0.03-2 MG CJX21TAB GRT	88%
SINALGEN 5 -500MG CJX10TAB GRT	76%
SINALGEN 500/5MG CJX30TAB GRT	40%
VERUM 16MG CJX20TAB GRT	60%
VERUM 24MG CJX20TAB GRT	4%
VERUM 8MG CJX30TAB GRT	52%
VERUM 8MG CJX50TAB GRT	64%
VIREX 200MG CJX35TAB BGN	44%
VIREX 200MG/5ML SUSP FCOX90ML BGN	44%
VIREX 3% LABIAL UNGX10G BGN	60%
VIREX 3% UNG OFT TBOX10G BGN	64%
VIREX 400MG CJX35TAB BGN	56%
VIREX 5% UNG TOP TBOX15G BGN	76%
VIREX 5% UNG TOP TBOX30G BGN	68%
VIREX 800MG CJX35TAB BGN	52%
VIREX COVERLIPS COLOR PIEL BGN	56%
ZALDIAR CJX10TAB GRT	80%
ZALDIAR CJX20TAB GRT	76%
COLLOPLUS 20-5-2G/100 ML SOL FCOX10	68%
LOMOTIL 2.525MG CJX48TAB GRT	72%
MICROFEMIN 150-30MCG CJX21GRG GF	64%
REPARIL1% GEL TBOX30G GRT	76%
STOPEN 40MG SOL INY CJX1AMP BGN	8%
STOPEN 20MG CJX10CAPS BGN	24%
STOPEN 20MG CJX50CAPS BGN	76%
NEOSALDINA 300/30/30MG CJX100GRG	88%
NEOSALDINA 300MG GOT FCOX30ML GRT	76%

Colsubsidio es el ejemplo de un cliente donde se están dando bien las cosas. El 50% de los puntos tiene más del 50% del portafolio de productos Grünenthal. Se tienen igualmente buenos ejemplos de presencia de producto como lo son: Neosaldina, Zaldiar (siendo un producto de prescripción), Sinalgen, Adorlan y en general los OTC. Se presentan algunos casos de revisión como Verum 24 mg y Stopen 40mg. La estrategia de acompañamiento ayudaría a enriquecer aún más esta relación y mejorar cifras de presencia de producto y portafolio Grünenthal.



PRODUCTO	%
ADORLAN 25 MG 20 CAPSULAS	93%
ADORLAN 25 MG CAJA X 10 CAPSULAS	57%
BELARA 2 MG X 21 TABLETAS	93%
VERUM 16 MG X 20 TABLETAS	93%
VERUM 24 MG X 20 TAB	43%
VERUM 8 MG X 50 TABLETAS	100%
VIREX 200 MG X 35 TABLETAS	93%
VIREX 400 MG X 35 TABLETAS	93%
VIREX 800 MG X 35 TABLETAS	93%
VIREX COVER LIPS CREMA 5% TUBO 10 GR	29%
VIREX CREMA VAGINAL X 10 MONOD	64%
VIREX PEDIAT.SUSPENSION X 90 M	100%
VIREX UNGUENTO LABIAL X 10 GRS	93%
VIREX UNGUENTO OFTALMICO X 10	71%
VIREX UNGUENTO TOPICO X 15 GRS	100%
VIREX UNGUENTO TOPICO X 30 GRS	100%
ZALDIAR TABS CJA X 10	79%
ZALDIAR TABS CJA X 20	79%
COLLOPLUS X 10 ML	86%
FAZOL 200 MG X 10 TABLETAS	43%
FAZOL CHAMPU X 100 ML	93%
FAZOL COLAGENO SHAMP ANT X 200	79%
LOMOTIL 2.5 MG X 48 TABLETAS	93%
MICROFEMIN 30 CD X 28 GRAGEAS	71%
MICROFEMIN 30 X 21 GRAGEAS	86%
PILOGAN LOCION 2% X 60 ML	64%
PILOGAN ULTRA X 60 ML	93%
REPARIL GEL X 30 GRS	100%
STOPEN 20 MG 5 AMPOLLAS	43%
STOPEN 20 MG X 10 CAPSULAS	36%
STOPEN 20 MG X 2 AMPOLLAS	36%
STOPEN 40 MG 5 AMPOLLAS	57%
STOPEN 40 MG X 1 AMPOLLA	29%
STOPEN 40 MGS X 2 AMPOLLAS	50%
STOPEN DISPENSADOR X 25 SOBRES	71%
STOPEN GEL X 20 GR	71%
NEOSALDINA X 100 TABLETAS	100%
NEOSALDINA X 30 ML	86%

Comfenalco a simple vista presenta buenos niveles de presencia en los puntos de venta en el Valle del Cauca. Existen algunos casos particulares como el Verum 24 mg donde hace falta una mejor vectorización y evaluación de la oferta, debido a que fue una nueva presentación que se le hizo especial énfasis en visita médica y su respectiva formulación. Igualmente se presentan agotados en las referencias de Stopen ampollas, buena presencia de la línea tradicional Grünenthal OTC Y RX junto con varia referencias del nuevo protafolio (ex biogen). El verdadero problema de este cliente radica en los altos niveles de inventario de algunos productos y su baja rotación. Los mapas de distribución permiten a la Representante evaluar la situación actual para realizar unos sugeridos de redistribución de inventario; generar un flujo activo para estos productos atascados en un punto de venta y que puedan ser evacuados por otro donde se vean más oportunidades de hacerlo.

3 Conclusiones:

Se debe implementar la nueva estrategia en el segmento Farmacias de Cadena ya que no se tiene la presencia esperada del portafolio en los puntos de venta lo cual sería una oportunidad para aprovechar nuevos mercados, evitar agotados o pérdida de posibles ventas.

- Lo anterior permitió mejorar la rotación de algunos productos que presentaban altos niveles de inventarios y baja rotación en el punto de venta; este fue el caso de Comfenalco cuyos porcentajes de presencia se encontraban relativamente bien pero hacía falta una redistribución de los productos en los diferentes puntos de venta. La experiencia y conocimiento de las zonas, que tiene la Representante de farmacia permitió generar un vínculo con el cliente generando así resultados satisfactorios basado en información sustentada sobre la condición de los diferentes puntos de venta. Igualmente involucra a la misma en un rol con nuevos aspectos donde su participación es de vital importancia, incentivando su desarrollo y crecimiento profesional. La herramienta también sirve para identificar problemas en casos que a simple vista parecen estar en las condiciones adecuadas.
- Esta estrategia permite validar periódicamente distintas iniciativas realizadas desde el área comercial y de mercadeo; así como se hizo en los casos de Detal (Acuñas) y Unidrogas. En estos casos se pudo hacer: redistribución de producto donde si había presencia pero su rotación no era la adecuada y aumento de unidades sugeridas por punto, lo que representa mayor venta para la compañía. Igualmente se pudo mejorar situaciones de presencia fruto del trabajo de vectorización y establecer un flujo de reposición equilibrado en los productos que presentaban agotados.
- El estudio de estos resultados permite identificar en el caso de los agotados si el problema viene a ser por parte interna de producción del laboratorio (la oferta se queda corta). Si lo solicitado por el cliente debe ser aumentado debido a que la cuota se encuentra apenas y el sistema de reabastecimiento no alcanza a compensar rápidamente cada que se da una compra o si efectivamente no se genera una demanda por parte del consumidor externo. También ayuda a direccionar estrategias planteadas por el área mercadeo y apoyadas en la fuerza de visita médica, los cuales ayudarían a orientar al médico sobre los puntos de venta en los que encontraría el producto. Igualmente permite enfocar las estrategias comerciales y hasta la visita de la Representante de Farmacia en productos- presentaciones específicas según el cliente y punto de venta.

- Obtener cifras de presencia en puntos de venta apoyadas con las rotaciones respectivas permite realizar comparaciones sustentadas con respecto a los de la competencia. Allí se pueden evidenciar oportunidades de crecimiento, toma de decisiones de si continuar o no con la promoción de productos y de si vale la pena tener producto en determinados puntos de venta.
- Genera un ciclo de relacionamiento constante entre el cliente, KAM y Representante de farmacia; el cual se va nutriendo por cada una de las partes. Siendo el cliente el que proporciona la información interna, el KAM junto con la representante puede generar reportes y análisis de la misma por medio de los mapas de distribución. Esta información resultante permite al KAM ir con bases sólidas y sustentadas ante el cliente la cual le ayudara realizar negociaciones y hacer sugeridos efectivos sobre los máximos y mínimos. La Representante de farmacia por su parte puede validar en el punto de venta los puntos negociados con la oficina central, que si se haya efectuado lo pactado e igualmente realizar sugerencias al dependiente o droguista para que el haga solicitudes a la oficina central.

4 Bibliografía:

(1). IMS –MAT Septiembre 2014.

(2). Archivos con bases de inventarios de los productos codificados para Grünenthal Colombiana por parte de los siguientes clientes: Unidrogas, Detal-Acuñas, Colsubsidio, Cafam, Comfenalco y Olimpica.

(3). Directorio de puntos de venta con clasificación ponderada.

(4). Bases internas con consolidación del portafolio disponible y sus correspondientes claves.