



Entre-Trends

Pedro Escudero, director general del Hospital de Oncología del CMN Siglo XXI **30**

Historia de Éxito

Grupo Somar y Alliance SFA Traje a la medida **26**

diálogo®

EJECUTIVO

EL FORO DE LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA



Cetifarma
Ética y regulación

34

Abril 2011
Número 84

\$70.00 M.N.



Columna Hospital Seguro
Ante desastres, salva vidas **24**

Gadgets
Nueva tablet mexicana **48**

DIRECTORIO

Directora General

Acacia Tejedo
atejedo@dialogoejecutivo.com.mx

Director Editorial

Jorge Arturo Castillo
jcastillo@dialogoejecutivo.com.mx

Comité Editorial

Beatriz Carreón, líder de franquicia Salud Femenina de Merck Sharp & Dohme de México

Enrique Chao, consultor independiente en comunicación organizacional y edición corporativa

John Miller, empresario independiente

Rafael Quintanilla, Prime Medic Care Health de Bayer de México

Alfonso Moguel, director de Asuntos Regulatorios de Merck Sharp & Dohme de México

Juan Luis Salgado, consultor de la IF

Columnistas

Faustino Arizaleta, Enrique Chao, Fernando Espinosa, Héctor Meza, Mauricio Pérez, Patricia Puente, Fernando Reyes, Luis Guillermo Santana, César Solares

Colaboradores

Arturo Rivas, Berenice Saavedra, Fernando Espinosa, Rosalía Valdés, Yolanda Ordaz

Coordinadora Editorial

Carolina Tovar

Coordinadora Editorial Web

Marisol Toriz

Asistentes Web

Ixe Martínez
Nasheli Arellano

Arte y Diseño

Ernesto Iniestra

Diseño Creado

Tri.Ciclo Diseño Gráfico

Fotografía

Adrián García V.

Finanzas

Jorge Delgadillo

Administración

Fernando Becerra

Asistente de la Dirección

Guadalupe Hernández

Coordinador comercial

Salvador Sánchez

Ventas

Judith Santillán
MaryCarmen Solórzano

Distribución y Call Center

Martín López, Vanessa Morales y Lorena Mendoza

Distribución

Reparto y Servicios Integrales en Mensajería, S.A. de C.V.

Web: www.dialogoejecutivo.com.mx

Buzón: buzon@dialogoejecutivo.com.mx

Suscripciones: suscripciones@dialogoejecutivo.com.mx



Fecha de impresión:
31 de marzo 2011

Diálogo Ejecutivo es una publicación mensual de APE Editorial, S.A. de C.V., Patricio Sanz 1582, Col. del Valle, C.P. 03100, México, D.F., Editor responsable: Jorge Arturo Castillo Rivas. Reserva de Título del Instituto Nacional del Derecho de Autor No. 04-2007-091113070400-102. Certificado de Licitud de Título de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación No. 14698, Certificado de licitud de Contenido No. 12271. R.F.C. AED-020729-PHA, Tel. 5061 3500, Fax: 5061 3551. Correo electrónico: buzon@dialogoejecutivo.com.mx. Registro Postal en trámite. Impreso en: Impresos Litopolis, S.A. de C.V. Marcelino Dávalos #33, Col. Algarín. Del. Cuauhtémoc. C.P. 06680, México, D.F. Tel.: 10844343. Distribuido por Reparto y servicios integrales en mensajería S.A. de C.V. Sur 107 No. 1708 BJS, Col. 24 de abril, Del. Venustiano Carranza, C.P. 15980, México, D.F. Tel: 1450 3827

Historia de éxito

26 Grupo Somar y Alliance SFA Traje a la medida

Ambas firmas han trabajado juntas para lograr que el grupo farmacéutico tenga reportes de ventas más confiables y eficaces, con una herramienta tecnológica que se ha personalizado desde hace más de un año, con el fin de que Somar tenga justo lo que requiere, nada más, nada menos



Gadgets

48 Nueva tablet mexicana



Libros

42 Evolución constante



Opinión

24 Hospital Seguro Ante desastres, salva vidas Ferdinard Recio



25 Columna Afamela Modificación al Artículo 161, II Héctor Bolaños



45 Insighters El ahorro Faustino Arizaleta y Mauricio Pérez



RSE

42 ISSSTE • Trabajo en equipo

Tech News

46 HSM Redes estratégicas



Se prohíbe la reproducción total o parcial, por cualquier medio físico o electrónico, de los contenidos de esta publicación sin la autorización previa por escrito de los editores. El contenido de los artículos de fondo, columnas, ensayos, editoriales y reseñas es responsabilidad de los colaboradores y no refleja, necesariamente, la posición de *Diálogo Ejecutivo*.



Carlos Rábago y Gilberto Núñez
Director de Alliance SFA y director comercial de Grupo Somar, respectivamente.

Grupo Somar y Alliance SFA

Traje a la medida

Jorge Arturo Castillo/Marisol Toriz
Fotos: Adrián García

Cuando uno sabe lo que quiere es más fácil alcanzar las metas. Así le ocurrió a Grupo Somar cuando decidió, convencido por la dura realidad, mejorar sus reportes de ventas, para fortalecer a su equipo de vendedores y tener más y mejores indicadores en cualquier momento y lugar.

Para Grupo Somar, firma 100% mexicana, es muy importante que toda actividad realizada en el campo sea reportada de forma objetiva, clara y estructurada para medir la actividad promocional con la audiencia médica.

La farmacéutica contaba con un sistema estándar de reporte de visita especializado en visita de consultorio, el cual contemplaba la visita a instituciones, tanto públicas como privadas. Fue de las primeras empresas en contar con una fuerza de ventas de promoción en farmacia para los medicamentos genéricos.

A pesar de esto, el software no permitía obtener reportes, mucho menos verificarlos y los representantes médicos sólo llenaban casillas. Sus requerimientos del reporte de visita médica o trabajo eran más complejos y completos que el resto, por lo cual ameritaban una atención personalizada.

A finales de 2009, el encargado del sistema dejó de emplearlo porque el resto de las áreas no elaboraban un reporte de trabajo, así que era *tierra de nadie*. Por tal motivo, Gilberto Núñez, director comercial de Grupo Somar, a su llegada al corporativo se dio a la tarea de profesionalizar un sistema de reportes inteligente.

Es así como buscaron una empresa que les desarrollara un sistema que cumpliera con todos sus requerimientos. En el camino se encontraron con empresas con software muy poderosos y estructurados, pero que no se ajustaban a las necesidades y variantes deseadas por el grupo, es decir, no

Ambas firmas han trabajado juntas para lograr que el grupo farmacéutico tenga reportes de ventas más confiables y efectivos, con una herramienta tecnológica que se ha personalizado desde hace más de un año, con el fin de que Somar tenga justo lo que requiere, nada más, nada menos

ofrecían un servicio personalizado, sino, por el contrario, sistemas muy rígidos.

Durante esa búsqueda, que duró algunos meses, evaluaron al menos tres diferentes opciones y, al final, establecieron contacto con Alliance SFA y, desde las primeras evaluaciones del sistema que les fue presentado, les pareció muy interesante, completo y amigable, debido a que la robustez es desarrollada por el propio cliente. Y fue ésta la razón que le dio a Grupo Somar la confianza para decidirse por la solución que les presentó la compañía especializada en *Customer Relationship Management* para programas de lealtad, automatización de fuerza de ventas, *Business Intelligence* y *Marketing* estratégico, entre otros servicios dirigidos al sector farmacéutico y productos de consumo en general.

Núñez resalta que la juventud de Alliance SFA como jugador en la IF, su adaptabilidad y flexibilidad son las ventajas que le permiten ofrecer soluciones a la medida de cada uno de sus clientes. Aspectos difíciles de obtener con los otros proveedores tecnológicos, porque para hacer un cambio o modificación se tiene que incurrir en trámites a nivel local e, incluso, internacional, y entre las pruebas y aplicaciones para ver si es funcional se pueden invertir varios meses, y con la herramienta que obtuvieron del proveedor mexicano las acciones se reflejan de una forma mucho más ágil.

El ejecutivo expresa que Grupo Somar es único y así les gusta ser atendidos, trato que les ha brindado la compañía que dirige Carlos Rábago. De esta manera, en sólo seis meses se definieron, afinaron, detallaron y realizaron las adecuaciones necesarias para sus reportes, gracias a la flexibilidad de la plataforma. Además, también durante dicho periodo se capacitó a los usuarios.

Al respecto, dice: "Como ejecutivos farmacéuticos necesitamos información, por tanto, requerimos reportes completos, amigables y accesibles, del mismo modo que nuestros gerentes y representantes médicos tienen la necesidad de contar con un sistema que se ajuste a la perfección a las características del trabajo de campo, es decir, que el sistema no le implique una inversión diaria de horas para llenar sus reportes, sino que sea una herramienta que le ayude a planear, así como a fijar estrategias y planes de acción específicos con cada cliente".

Objetivos claros

Una vez que Laboratorios Serral se convenció de implementar la herramienta de Alliance SFA, cada corporación nombró un *teamleader* para estar en comunicación continua y concretar el proyecto. Al establecer, de forma clara, los objetivos, las adecuaciones que surgen se atienden de manera directa. Del lado de Alliance SFA esta parte la encabezó Nallely De Anda, líder de Proyecto.

"Tener información confiable que uno genera en el campo y brindarla al resto del equipo, ver los datos de forma práctica, confiable y objetiva no tiene precio, se valora sobre todo para ajustar las visitas médicas, estrategias promocionales y/o territoriales, los mensajes promocionales, de especialidad y cobertura", menciona Núñez.

Entonces, desde el punto de vista del valor agregado, el reporte de un trabajo bien hecho agrega un *plus* a la operación y, por el lado económico, la inversión que se hace es mínima con relación a cada visita médica.

➤ Acerca de Grupo Somar

Firma 100% mexicana, su empresa pública más conocida es Laboratorios Serral, la cual tiene 60 años de existencia en nuestro país. La farmacéutica inició con ventas, de manera principal, a los institutos Mexicano del Seguro Social, de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado y la Secretaría de Salud.

El grupo se conforma de tres plantas productivas, dos de medicamentos y una de suturas quirúrgicas; una empresa litográfica y otra que hace empaques para medicamentos, tanto de Grupo Somar como de otras firmas.

Su línea de prescripción médica, en este momento, está enfocada de manera especial al área dermatológica, cuenta con una línea de productos hospitalarios y una comercializadora para vender a las instituciones de salud.

Hoy en día, 20% de las ventas de Grupo Somar es del sector salud, el resto es del mercado privado y otras líneas de prescripción.

Fuente: Grupo Somar, 2011.

Los beneficios obtenidos engloban una óptima planeación al personalizar los territorios con sus estrategias de mercadotecnia y soportes necesarios, y medir los resultados del día para mejorar la productividad y eficientar la inversión de recursos. En resumen, lo interesante de generar una base digital de conocimiento es que, mediante ella, se pueden elaborar análisis, proyecciones y tendencias del pasado, presente y futuro.

Orden al caos

El directivo detalla que el proyecto aún está en una etapa joven, al considerar que la prueba piloto inició en julio de 2010 y, como suele ocurrir, siempre hay resistencia al cambio por parte de la fuerza de ventas, al presentarles nuevas implementaciones, lo cual responde a la incompreensión, en su totalidad, de los alcances del programa.

Reconoce que, en ocasiones, ni los directivos entienden la importancia que guardan los reportes; sin embargo, al analizar que un trabajo bien hecho no documentado pasa al anonimato e imposibilita su trazabilidad, aunado a que el resto del equipo, junto con supervisores, gerentes, personal de mercadotecnia y directivos, no podría aprovechar y explotar esas estrategias, saber de dónde viene, qué se hace o para dónde se va.

Al estar conscientes del impacto que tiene la fuerza de ventas es que se valora la importancia que guardan los sistemas de reportes, es así que el programa que implantaron de Alliance SFA no sólo contempla las visitas médicas, sino también la parte administrativa y planeación de ventas.

Cabe informar que, en enero, durante la convención nacional del grupo, presentaron las estadísticas del primer semestre de trabajo con esta solución,

donde se visualizaron los aciertos, las áreas de mejora, afinación y nuevas utilidades prácticas del software.

Necesidades específicas

La farmacéutica cuenta con diversos enfoques comerciales, el más sencillo es el orientado al gobierno. Esta área se conforma por especialistas en la promoción y apoyo de licitaciones públicas de medicamentos; por tanto, atiende sólo a grandes instituciones de salud, razón por la cual aún no están dentro del sistema de reportes, aunque ya se planea su inclusión.

Otro sector se encausa a los hospitales, en este caso, la fuerza de ventas es experta en promocionar el amplio portafolios que posee Grupo Somar con profesionales de la salud, cirujanos y médicos de alta especialidad; personal administrativo, como encargados de compras y farmacia; y otros departamentos involucrados en el proceso de compra y manejo de medicamentos, ya sean de hospitales públicos o privados. Dada la complejidad, el modelo de visita médica es más específico y de gran relevancia.

La sección de representantes médicos dedicados a la prescripción se encarga de acudir con médicos ubicados a nivel nacional en consultorios privados, a quienes presenta una cartera de productos por especialidad, desde dermatólogos y pediatras hasta internistas. Estos representantes realizan el mayor uso del sistema de reporte de trabajo, porque cubren 90% de las especialidades que interesan al laboratorio, y con la herramienta de tecnologías de la información adquirida, podrán planear una mayor cobertura geográfica.

No obstante, la fuerza de ventas más numerosa es la que visita las farmacias para que el producto sea dispensado de forma responsable. Lo anterior se debe a que Grupo Somar es uno de los principales fabricantes de marcas propias de Farmacias del Ahorro, Farmacias Guadalajara, Farmacias Benavides, Wal Mart, Comercial Mexicana y Soriana. La información que se genera de estas visitas incluye existencia, disponibilidad y lanzamiento de los medicamentos y otros tópicos.

Rendimiento y calidad

Con la incorporación de esta herramienta, Laboratorios Serral cuenta, hoy en día, con una fuerza de ventas de alto rendimiento y calidad, muestra de ello es que las ventas que obtienen son superiores a las de otros equipos de representantes médicos que los superan en número. Y sus mejores estrategias han sido, sin duda, la especialización y adopción del modelo de franquicias.

Acerca de Alliance SFA

La principal práctica de Alliance SFA es ser un proveedor de soluciones para la IF, aunque también lo hace para las áreas de consumo y salud animal. Sus propuestas se dirigen a la productividad de la fuerza de ventas, tal es el caso de las herramientas de reportes enfocadas a la interacción con clientes –médico o paciente–, y monitoreo.

El modelo está diseñado para la industria nacional y transnacional, la cual ofrece *trajes a la medida*, aspecto que les da la diferenciación del resto de proveedores.

Fuente: Alliance SFA, 2011.

Al día de hoy, por lo amigable del programa, trabajan en el desarrollo de un reporteador sobre volúmenes y alcances que tiene cada grupo de médicos, disponible tanto para Dirección General como para todas las áreas operativas y financieras, puesto que se visitan a una cantidad considerable de profesionales de la salud al mes. En este sentido, durante cada reunión revisan e intercambian conocimientos con quienes lo han implementado para mejorar el sistema y algunos agregados incluyen la carga de parte del mensaje, sustituir una mezcla de servicio para los usuarios, tener el perfil, la clasificación y evaluación de los médicos, entre otros, para explotar toda la información de forma objetiva, clara y productiva.

En la actualidad, Grupo Somar tiene una cartera de clientes bien establecida y atesora un historial clasificado de lo que realiza su fuerza de ventas; a su vez, el personal tiene una actitud positiva, porque cuenta con un plan para saber si es necesario cambiar a alguien, cómo están clasificados, cuántos médicos hay por categoría, a quiénes visitará, qué materiales necesita, etcétera.

Este nuevo panorama los ha acercado a sus objetivos de visitas médicas, muestra de ello es que de tener una cobertura de 40%, con la implementación de la herramienta de Alliance SFA, la productividad pasó a 100% en algunos territorios y, en términos de planeación, ésta subió de 30 a 80 por ciento.

Otro de los importantes beneficios que ha permitido el sistema de reportes es el cambio de cultura, es decir, no sólo es tener una venta ordenada, sino generar una cultura de alta efectividad, lo cual implica un buen sistema de planeación. No bastan las estrategias ni la capacitación, puesto que si no hay un orden, tampoco existe una forma de evaluar los cambios o saber cuántas farmacias, hospitales, médicos generales y dermatólogos se visitan, qué se promueve, cuántos contactos se hacen o cuánto valor tiene una visita médica.

Con estos elementos han profesionalizado su fuerza de ventas al gestionar sus actividades y brindarles las herramientas para fomentar una cultura productiva, de planeación, enfoque y optimización de los recursos. En la farmacéutica tienen claro que lo importante no es el sistema en sí, sino el uso y valor que le da el usuario, el supervisor, la Gerencia y la Alta Dirección. Además, durante su convención vislumbraron que, a medida que los usuarios conozcan mejor el sistema, exigirán más de él y, para ello, está un comité de participación de la fuerza de ventas.

Hoy por hoy, Laboratorios Serral es uno de los *keyplayers* en el sector de genéricos que invierte

en el mercado mexicano con capital, productos y proveedores, en su mayoría, nacionales.

Para finalizar, Rábago comenta que la relación con el grupo le ha hecho aprender mucho por la actitud tan propositiva que muestran, lo cual demuestra el conocimiento que tienen de su mercado, personal y fuerza de ventas. "Entender las necesidades de Laboratorios Serral, a través de su gente, evocó una relación muy interesante y dinámica, de constante seguimiento que me hace continuar con los desarrollos y mejorar la herramienta día a día". 

