

JUAN LUIS SAGASETA DE ILÚRDOZ, PRESIDENTE UNNEFAR

Unnefar afronta el futuro enfocados hacia la consolidación de un gran proyecto común

PARA UNNEFAR 2017 HA SIDO UN AÑO DE CRECIMIENTO, CONSOLIDACIÓN E IMPULSO DEL GRUPO COOPERATIVO. ASÍ NOS LO EXPRESA EL PRESIDENTE DE UNNEFAR, JUAN LUIS SAGASETA DE ILÚRDOZ, EN LA ENTREVISTA QUE MANTENEMOS PARA NUESTRA REVISTA.

Según nos comenta **Juan Luis Sagaseta de Ilúrdoz** uno de los factores claves que les ha permitido dar un nuevo impulso a Unnefar ha sido la incorporación a la dirección general de **Juan del Río**, un profesional con una trayectoria de casi treinta años en el mundo de la distribución cooperativa, que ha facilitado la redacción del Plan Estratégico 2020 en un momento clave para Unnefar y, en general, para el sector de la distribución en España.

"Hemos crecido", nos comenta el presidente. Actualmente el grupo está integrado por 10 empresas, referentes en su zona de actuación: Cenfarte, Cofano, Cofarcu, Cofarle, Cofarme, Cofas, DFG, Nafarco, Novaltia y Riofarco que agrupan y abastecen a unas 4.100 farmacias de 11 comunidades autónomas. El presidente comenta que la facturación de Unnefar en 2017 ha sido, en cifras redondas, de 1.300 millones de euros, "un 16% por encima del año anterior. Para este año, como grupo, el crecimiento es ya un hecho con la incorporación de nuevos laboratorios y la integración total de Cofano a la central de compras". "Entendemos que el crecimiento de Unnefar –añade– debe venir del de las propias farmacias, impulsado por los servicios de valor añadido que, bajo la marca Cruzfarma y a través de sus cooperativas, ponemos a su disposición. El foco principal de estos servicios Cruzfarma es el usuario de la farmacia en sus dos vertientes, la de paciente, al que debemos dar una atención integral; y como cliente, cuya experiencia de compra debemos enriquecer tanto en los lineales y en el consejo cuando acude a la farmacia como a través de los canales online".

Sagaseta nos explica que se debe hacer un esfuerzo para que las farmacias conozcan y aprovechen los valores diferenciales del grupo. "Los que aporta ser la única opción en el mercado de origen cooperativo que mantiene un



modelo que ha servido a la perfección a los intereses de los farmacéuticos, que les permite conservar sus cooperativas sin renunciar a ninguna de las ventajas de la integración operativa. Que les permite conocer con total transparencia los precios reales y la comparación entre distribuidores. Que les aporta un completo paquete de herramientas y servicios bajo la marca Cruzfarma para poder ser competitivas".

En Unnefar tienen interesantes retos por delante y, con la certeza de que el planteamiento es el más adecuado para el crecimiento de sus farmacias, afrontan el futuro enfocados hacia un proyecto común.

Plan Estratégico 2020

Unnefar ha recogido en el Plan Estratégico 2020 sus valores y cómo cada uno de ellos se pone de manifiesto en su forma de trabajar: la confianza, basada en el arraigo del modelo de cooperativa con liderazgo local, la transparencia, la excelencia, y el enfoque al cliente, los cinco pilares del grupo. "Unos valores que tenemos la obligación y el compromiso de hacer visibles para que, en este bosque de la distribución farmacéutica, se nos vea,

se nos distinga y, estoy seguro, seamos el socio con quien todos los demás quieren estar”.

Se han definido ya tanto la forma de trabajar como los compromisos estratégicos con los equipos de las 10 cooperativas socias del grupo. En la convención ‘Somos Unnefar’, recientemente celebrada, se logró impulsar la colaboración y el desarrollo de políticas comunes entre todos que, sin duda, potenciarán una de las principales fortalezas de Unnefar, el liderazgo de todas y cada una de las compañías en sus zonas de influencia donde están fuertemente asentadas y cuentan con trayectorias de décadas de buen trabajo y reconocimiento. Al respecto el presidente comenta que le gustaría recordar que *“somos el único grupo cooperativo en el sector que representa un modelo que permite mantener la identidad de las cooperativas locales o regionales, en las que el farmacéutico participa directamente en su gestión y este arraigo facilitará que la consecución de los objetivos comunes recogidos en el Plan Estratégico 2020 impulsados desde Unnefar se lleve a cabo con éxito en las 11 comunidades autónomas en las que operamos”.*

Juan Luis Sagasetta de Ilúrdoz comenta que dentro del Plan Estratégico 2020 destaca la *“firme apuesta por la transparencia como uno de los valores fundamentales”.* En un sector donde el 85% de los precios y los márgenes están fijados, intervenidos, y más del 85% de la distribución está en manos de las cooperativas, *“entendemos que lo deseable es que la farmacia pueda conocer el precio al que compra y pueda comparar condiciones entre distribuidores”.*

Y, al hilo de su filosofía de ‘precios claros’, están trabajando en el diseño de un estándar de precio para el sector al que puedan adherirse todos los agentes. *“Queremos poner sobre la mesa unas “Buenas Prácticas de Facturación” que garanticen la transparencia y permitan la comparación entre distintas tarifas u ofertas comerciales”.* *“Y estaríamos haciendo entre todos una gran aportación a las farmacias porque, ¿realmente les aporta algo las cuotas de mercado que tanto nos preocupan? ¿Por ser más grande su cooperativa la farmacia tendrá mejor precio y/o servicio? Pongámoselo fácil para comprobarlo. Demos un giro al indicador para medir la representatividad o el éxito de las empresas del sector centrándonos en lo que realmente importa a la farmacia: que la fortaleza de su cooperativa se refleje en la rentabilidad y el servicio que le aporta, como consecuencia del trabajo bien hecho”*, asegura.

Servicios

Los desarrollos de Unnefar para todo el grupo bajo la marca Cruzfarma son uno de los ejes más importantes dentro de su estrategia. *“Nos debemos a nuestras farmacias y tenemos que facilitarles servicios y herramientas que les permitan diferenciarse y dar un mejor servicio y atención a sus pacientes. Para ello desarrollamos en su día Cruzfarma, la marca de servicios que aglutina bajo su paraguas, nuestra cartera de servicios de valor para la farmacia”.*

Dirigidas tanto a la oficina de farmacia como al cliente final, las propuestas Cruzfarma se enmarcan en diferentes categorías: asesoramiento y gestión, marketing en farmacia, comunicación online y offline, fidelización de clientes, servicios al paciente y servicios a colectivos y permiten a las farmacias ser más ágiles en la gestión y presentar a sus clientes una oferta más diversificada y de valor.

Cruzfarma asistencial es su último lanzamiento y está teniendo una gran aceptación. Sobre él nos cuenta que *“se trata de un programa de campañas diseñadas para que las farmacias integradas en las cooperativas de Unnefar se formen e implanten acciones para difundir, concienciar, prevenir y actuar sobre diferentes aspectos que contribuyan a mejorar la salud y la calidad de vida de sus pacientes y clientes”.* Para ello se han calendarizado formaciones presenciales en todas las sedes de las cooperativas que forman el grupo. Además, las farmacias que participan reciben protocolos de actuación, formularios de evaluación y materiales gráficos destinados a informar a sus usuarios de que, en esa

farmacia, en su farmacia de confianza, se está prestando dicho servicio. Otro servicio nuevo y diferencial es un sistema de pedidos multicooperativa, en versión web y de programa de gestión, gracias a los que las farmacias pueden pedir, de manera automática, a cualquiera de los diez distribuidores de Unnefar siendo socio de uno, que será quién les sirva y facture el producto, aplicando sus condiciones. *“En este ámbito de la gestión –añade el presidente– también debemos incluir, por supuesto, Farmapremium, el programa de fidelización líder a nivel nacional, que ya cuenta con más de 3.200 farmacias adheridas y casi un millón de clientes en toda España o Checkfarma, una herramienta consolidada que ayuda al farmacéutico a establecer su stock óptimo y a calcular sus pedidos de la forma más eficiente”.*

El papel de la distribución

¿Qué papel es el que está teniendo la distribución española para el buen desarrollo de la Oficina de Farmacia? *“Somos pieza clave. Todo lo vinculado a la farmacia afecta a la distribución y, sobre todo cuando la farmacia pasa por momentos de dificultad, las medidas de apoyo vía servicios, herramientas comerciales, vía condiciones financieras... dan cierto respiro a los socios y facilitan que puedan atender la labor asistencial a pesar de que quizá las circunstancias económicas no acompañen”.*

Pero siempre hay que recordar que la función principal como distribuidores farmacéuticos es la de garantizar el suministro, a través de las farmacias, de los medicamentos a los pacientes en cualquier punto del territorio nacional. *“Y es muy importante hacerlo siendo consecuentes con el actual modelo regulado de farmacia que lleva tantos años funcionando con éxito”.* *“Debemos hacer un esfuerzo para que las farmacias conozcan y aprovechen nuestros valores diferenciales. En nuestro caso, los que aporta ser la única opción de origen cooperativo en el mercado, que mantiene un modelo que ha servido a la perfección a los intereses de los farmacéuticos, que les permite conservar sus cooperativas sin renunciar a ninguna de las ventajas de la integración operativa. Que les permite conocer con total transparencia los precios reales y la comparación entre distribuidores. Que les aporta herramientas y servicios para poder ser competitivas”.*+

¿Qué está suponiendo el proyecto SEVeM de la identificación única de medicamentos para la distribución farmacéutica?

El impacto de la verificación de envases cuenta con el apoyo de la distribución farmacéutica para lograr en tiempo y forma su implantación, nos comenta el presidente de Unnefar. *“Somos conscientes de que el mayor esfuerzo económico y tecnológico corre de parte de los laboratorios que son los que han de poner cada envase en el mercado con su identificación individual. Nosotros, por nuestra parte, adaptaremos nuestra forma de trabajar y realizaremos las inversiones necesarias para que, tanto en nuestros almacenes como en las oficinas de farmacia de nuestros socios, se pueda contar con el equipamiento y las aplicaciones informáticas para poder estar plenamente operativos desde el primer día. Formamos parte de las entidades que constituyen SEVeM, que están desarrollando un ingente trabajo para que, como en otros muchos aspectos relacionados con el medicamento, España sea un referente a nivel europeo”.*