

FERNANDO ECHEVESTE, PRESIDENTE DEL GRUPO UNNEFAR

# “Es una urgencia ayudar a la farmacia a trasladar su modelo de éxito al mundo online”

EL GRUPO COOPERATIVO EN SÍ MISMO, COMPUESTO POR DIEZ SOCIOS, ES UNA BUENA MUESTRA DE LO IMPORTANTE QUE ES LA COLABORACIÓN ENTRE COMPAÑÍAS EN EL SECTOR FARMACÉUTICO, ALGO QUE HA PUESTO AÚN MÁS DE MANIFIESTO LA CRISIS SANITARIA.



**G**rupo Unnefar ha mejorado en 2020 sus resultados con respecto al año anterior. Así lo asegura el *presidente de la cooperativa*, **Fernando Echeveste**, quien lo califica de *“muy satisfactorio”*, pese a haber sido un año *“desgraciadamente condicionado por las circunstancias excepcionales y la catástrofe sanitaria y económica derivada de la pandemia”*.

Después de un *“año muy intenso y de mucho trabajo”*, la facturación conjunta de las empresas del grupo ha alcanzado los 1.450 millones de euros y el importe neto de la cifra de negocio ha experimentado un incremento del 7%, *“superior tanto al del mercado nacional como al de las provincias de nuestro ámbito de actuación”*, según el directivo. Así pues, la evolución del ejercicio, marcado por la pandemia, *“ha reflejado cómo el proyecto de la compañía está alineado con las necesidades actuales de nuestros socios y de la industria”*. *“Nuestra estrategia se asienta en continuar impulsando la incorporación de nuevos laboratorios a*

la gestión de Unnefar y en hacer cada día 'más grupo', consolidando la gestión unificada de los datos y proyectos conjuntos, la logística propia o la planificación comercial de grupo, sin olvidar, como me gusta reforzar, que nuestro papel principal, el de la distribución farmacéutica, es dar un servicio impecable a las farmacias para garantizar el acceso universal de los ciudadanos a los medicamentos"; agrega.

## De la mano con los retos de la farmacia comunitaria

Dentro del Plan Estratégico han priorizado todos los proyectos e iniciativas que pudieran ayudar a afrontar el reto de preparar a las farmacias ante los desafíos futuros. "Nos hemos parado a reflexionar, a repensar nuestro Plan Estratégico redefiniendo algunas de sus líneas maestras", comenta Echeveste, adelantando que "apostamos por el mantenimiento de la identidad de los socios, la unidad de acción de Unnefar y la participación en nuevos proyectos que impulsen colaboraciones estratégicas en el sector y defiendan las ventajas de nuestro modelo de distribución solidario ante los laboratorios y la Administración sanitaria". "Son tiempos de sumar y no de restar", apostilla.

Igualmente, cree que "debemos ser conscientes de que la sociedad ya es digital", y que "los procesos se digitalizan". Por eso, entienden que "es una urgencia ayudar a la farmacia a trasladar su modelo de éxito al mundo online, haciendo accesible al nuevo paciente/cliente omnicanal el prestigio del consejo profesional del farmacéutico, reconocido y valorado por la sociedad". En esa dirección, cuentan con proyectos digitales que, según el presidente de la cooperativa, "cubren todas las áreas necesarias para la digitalización real de la farmacia. Trabajamos para desarrollar, dentro del proyecto global de digitalización real de la farmacia, un modelo de venta online, un e-commerce, que sea una continuación de su oficina de farmacia. Siempre hemos defendido, los primeros, en que debe ser un proyecto sectorial, donde estemos integrados todos los agentes, para fortalecer nuestro modelo de farmacia de cara al ciudadano omnicanal"; expone.

En este sentido, considera Echeveste sobre el e-commerce que el fin de los proyectos digitales que ahora mismo se están abordando en el sector cuenta con una idea común, que es "la traslación o extensión del modelo de farmacia, la constitución de un 'ecosistema' en torno a ella, en el mundo online", si bien "muchos por ahora se centran exclusivamente en vender parafarmacia". Desde Grupo Unnefar están de acuerdo con el fin, pero no con que la venta de parafarmacia sea el único foco. "Para nosotros es el final, no el fin. Debemos mantener y reforzar el posicionamiento del canal, de la marca de la farmacia en el contexto actual de guerra de audiencias: consejo, confianza, servicio, proximidad, prestigio, salud... Hay que inspirar la confianza necesaria para conseguir la relevancia digital como canal".

Por otro lado, al reflexionar sobre las lecciones aprendidas durante los últimos meses, el presidente del Grupo Unnefar remarca que "el cambio es una constante, y la incertidumbre, la única realidad". De manera que, "planificar o programar en un entorno tan volátil no es

**"TENEMOS UNA OPORTUNIDAD HISTÓRICA PARA REIVINDICAR LA LABOR SANITARIA DE LA FARMACIA COMUNITARIA, REFORZAR NUESTRO VALOR Y AMPLIAR NUESTRAS FUNCIONES"**

sencillo, y ahora, la capacidad de adaptación es lo que facilita avanzar, tanto a las personas como a los proyectos". "Todos hemos visto cómo la pandemia ha cambiado en un año los hábitos de compra más que diez años en situación sanitaria normal y ya no hay marcha atrás, la farmacia debe de continuar adaptándose siempre manteniendo sus atributos diferenciales", comenta.

También señala que, en este periodo, las farmacias han tenido que incorporar a su día a día desarrollos tecnológicos que nunca hubieran pensado poder hacer en tan corto plazo. "Y desde la distribución, respondiendo siempre", puntualiza. En su opinión, "el farmacéutico comunitario ha sido la puerta de entrada, el sanitario más accesible al que ha recurrido la ciudadanía en busca de soluciones, respuestas a las dudas, material de prevención, etc.". En este tiempo, añade Echeveste, "hemos formado, informado, aconsejado, disipado dudas, calmado, atendido problemas de salud y dispensado medicamentos y productos sanitarios a los pacientes".

## Una oportunidad "histórica"

Ante esto, cree que "tenemos una oportunidad histórica para reivindicar la labor sanitaria de la farmacia comunitaria, reforzar nuestro valor y ampliar nuestras funciones para seguir atendiendo a los pacientes como agente sanitario de primera línea".

Y en esa dirección tienen que trabajar, conjuntamente con el Consejo y las instituciones, para hacer frente a los retos. Unos comunes a toda la sociedad, "como el envejecimiento y la despoblación, la transformación digital de la sociedad o la sostenibilidad del planeta, que traerán necesariamente cambios en nuestro sector y en nuestro modelo de negocio, que debemos tener permanentemente presentes".

En particular, para la farmacia, "los desarrollos tecnológicos, la mejora continua de los procesos, estrechar aún más los lazos con la industria y otras cooperativas, innovar en procesos internos y logística son interesantes desafíos. De un modo colaborativo, enmarcado en nuestro modelo de trabajo, 'Connectados por la farmacia'". No obstante, para el directivo, "hemos avanzado mucho en el desafío de desarrollar proyectos comunes de éxito, tanto a nivel comercial, como logístico y de innovación". Es por eso que desde el Grupo Unnefar quieren ayudar a la farmacia a trasladar el modelo de éxito de la farmacia al mundo online. "Debemos conseguir que la farmacia mantenga ese papel de intermediación en el acceso a los

procesos relacionados con la salud, sean estos analógicos, digitales o mixtos, como es la realidad a día de hoy. Con el rol del farmacéutico y su interacción con el paciente en el centro".

Y esto se consigue, en conclusión, extendiendo el modelo de farmacia y sus valores al online, con omnicanalidad, pero "sin olvidar la individualidad de cada farmacia". "Pensando en global (la cruz verde digital, LA farmacia) y actuando en local (muy local, en MI farmacia)". +

**"DURANTE LA PANDEMIA HEMOS FORMADO, INFORMADO, ACONSEJADO, DISIPADO DUDAS, CALMADO, ATENDIDO PROBLEMAS DE SALUD Y DISPENSADO MEDICAMENTOS Y PRODUCTOS SANITARIOS A LOS PACIENTES"**