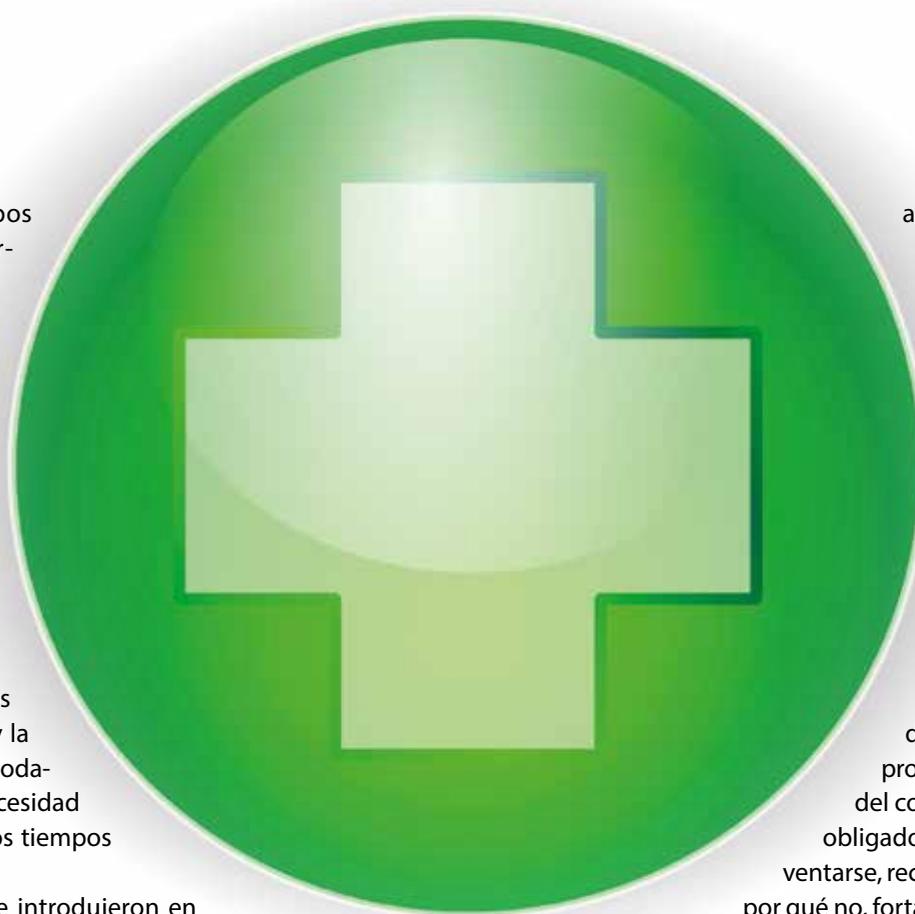


# El poder de la farmacia unida

**LAS AGRUPACIONES DE FARMACIA SON, EN PRIMER LUGAR, UNA MANERA DIRECTA DE AUMENTAR LA CAPACIDAD DE NEGOCIACIÓN DE SUS ASOCIADOS, ALGO QUE SE HA CONVERTIDO EN UN ARMA INDISPENSABLE PARA FORTALECER A LA FARMACIA. LA BUENA GESTIÓN, LOS SERVICIOS Y UNA OFERTA ADECUADA HACEN EL RESTO.**

Los primeros grupos de farmacia surgieron en Francia en los años noventa, centradas fundamentalmente en las compras, realizando pedidos para sus farmacias asociadas, de modo que podían obtener los mejores márgenes y condiciones. La conciencia en cuanto a la necesidad de gestión de la rotación, los márgenes, el marketing y la formación especializada todavía no era fruto de una necesidad tan acuciante como en los tiempos que corren.

En nuestro país quizás se introdujeron en el imaginario y la realidad farmacéutica de una forma más tardía, mientras las oficinas de farmacia no percibieron la amenaza de un entorno cada vez más competitivo. Sin embargo desde que llegaron no han dejado de crecer, con el objetivo último de profesionalizar la gestión, centrándose en la necesidad de fidelizar los clientes que uno tiene y en lograr atraer el máximo de clientes potenciales que puede llegar a tener. Los cambios legislativos que se han ido produciendo en nuestro entorno, especialmente



a raíz de los recortes en el gasto farmacéutico derivados de la crisis, que se han cebado especialmente en la farmacia, reduciendo sus márgenes hasta extremos impensables hace unos lustros; así como la creciente entrada de la venta directa y la progresiva transformación del entorno competitivo, tanto desde las parafarmacias como desde las demás oficinas de farmacia, movida por la profunda recesión y contracción del consumo en nuestro país, han obligado a los farmacéuticos a reinventarse, reciclarse, mejorar su gestión, y por qué no, fortalecerse mediante la unión y la asociación entre profesionales.

**EL OBJETIVO ÚLTIMO DE LOS GRUPOS DE FARMACIA ES PROFESIONALIZAR LA GESTIÓN, CENTRÁNDOSE EN LA NECESIDAD DE FIDELIZAR LOS CLIENTES**

## Sin vuelta atrás

Hoy en día, ante las actuales circunstancias del mercado, las agrupaciones de farmacias se han consolidado más como una necesidad que como una opción, siendo sus principales ventajas de cara al farmacéutico, además del consabido poder de negociación, acceso a formación para todo el equipo de forma permanente, planes de marketing, campañas de venta, asesoramiento, consultoría de forma

## grupos de farmacia

independiente, programas de fidelización, y en definitiva la posibilidad de ofrecer un valor añadido a los clientes, mediante servicios que de manera individual la mayoría de las farmacias no tiene a su alcance. Los servicios innovadores dentro del ámbito de la salud y del bienestar son el camino que debe seguir la oficina de farmacia en busca de mayor eficacia y eficiencia, de manera que pueda lograr la malograda rentabilidad.

La hiperregulación del sector, y la agresiva fiscalidad que se ha padecido en los últimos años, tampoco han ayudado a la supervivencia de un sector que se ha visto fuertemente mermado en su capacidad de maniobra y permanentemente amenazado con el fantasma de la liberalización.

Sin embargo, no todas las fórmulas de agrupación son adecuadas o beneficiosas, ya que si algo se ha podido comprobar desde la primera introducción de los grupos de farmacia en nuestro país, algunos de ellos ya desaparecidos, es que resulta fundamental el respeto de la propiedad y de la profesionalidad del farmacéutico, salvaguardando y sin perder de vista los aspectos sanitarios, que nunca deben perderse en un modelo de farmacia como el nuestro.

La concentración se ha mostrado como una necesidad en todos los ámbitos del sector farmacéutico: tanto a nivel de industria; como de distribución, en la que no paramos de conocer fusiones que favorecen las sinergias y la rentabilidad. La farmacia, el último eslabón minorista de esta larga cadena sanitaria, no podía ser menos. Como elemento de eficiencia y de supervivencia.

A la farmacia del siglo XXI se le exige, o se espera de ella, innovación en todos los ámbitos. Una mayor integración en el entramado asistencial, a la vez que constituir el primer eslabón de contacto y detector de problemas de manera preventiva en la población; una fuerte vertiente asistencial de servicios cada vez más amplia, asesoramiento y atención farmacéutica; y a la vez una perfecta gestión comercial, financiera, de personal, fiscal, y un largo etcétera para la que en la mayoría de las ocasiones el farmacéutico no ha sido formado, y por si fuera poco no dispone de apenas tiempo para manejar. Aquí es donde el apoyo y los servicios que ofrecen las agrupaciones de farmacias juegan un papel fundamental, y de ahí se deriva su constante crecimiento, que tiene muchas papeletas para seguir consolidándose.



## Principales agrupaciones de farmacias

- *Fedintia*  
Cataluña y Valencia. 2.163 farmacias asociadas.
- *Farmactiva*  
Ámbito nacional. Más de 192 farmacias asociadas.
- *Sanifarma*  
Navarra, La Rioja, Gipuzkoa. 60 farmacias asociadas.
- *Flexifarma*  
Madrid, Sevilla, Albacete. 35 farmacias asociadas.
- *Farmacias Trébol*. Comunidad de Madrid.  
24 farmacias asociadas.
- *Xarxafarma*  
Cataluña, Baleares, Aragón, Comunidad Valenciana, Madrid, País Vasco, Galicia, Castilla y León. 716 farmacias asociadas.
- *Alphega Farmacia*  
Ámbito nacional. Más de 760 farmacias asociadas.
- *Ecoceutics*  
Cataluña, Andorra, Aragón, Baleares. 182 farmacias asociadas.
- *Farmacia I+*  
Sevilla, Cádiz, Madrid. 26 farmacias asociadas.
- *Farmathia*  
País Vasco, La Rioja, Comunidad Valenciana, Murcia.  
28 farmacias asociadas.

## Retos futuros

Por parte de las farmacias, no es factible esperar una recuperación o un aumento de los ingresos ligados al medicamento, eso ya quedó en el pasado, sino todo lo contrario. Es previsible que la bajada del precio de los medicamentos siga su proceso, ante una mayor e imparable penetración de los genéricos. El hecho de que muchos de los medicamentos considerados como innovadores, y por lo tanto de precios elevados, queden confiscados al ámbito de la farmacia hospitalaria tampoco ayuda en las perspectivas de recuperación de la rentabilidad vía medicamentos, el ámbito natural de la farmacia. En estas circunstancias sólo cabe reinventarse, unirse, innovar, ofrecer cada vez un mayor servicio, atención y asesoría a un cliente-paciente cada vez más experto e informado, exigente en definitiva. La farmacia tiene que convertirse en el referente sanitario, en el centro del bienestar global al que el consumidor acude cada vez más no sólo en busca de productos, sino de servicios. Donde encuentra profesionalidad, confianza, consejo experto... y además precios competitivos, variedad de surtido, un ambiente agradable y acogedor, y una atención farmacéutica exquisita.

Para poder centrarse en todos esos aspectos, el farmacéutico necesita apoyo, formación en distintas áreas, un grupo de profesionales especializados en áreas diferentes, y un pensamiento cooperativo, de colaboración y aprovechamiento de ventajas comunes, aumentando el verdadero valor de la profesionalidad farmacéutica. Todo lo que ofrecen los grupos de farmacia, probablemente el futuro más prometedor. +