

A Cofares le parece que el escenario para fusiones en la distribución “es ya muy limitado”

LA CUOTA DE MERCADO DE COFARES SE HA SITUADO EN UN 26,30% EN 2016. LA PROPIA DIMENSIÓN DE COFARES “ACONSEJA” QUE SUS RESPONSABLES UTILICEN LA PALABRA ‘INTEGRACIÓN’ Y NO HABLEN DE ‘FUSIONES’. AUNQUE LAS RELACIONES ENTRE EMPRESAS AFINES SON BUENAS, EL MARGEN DE MANIOBRA PARA NUEVOS PROCESOS DE CONCENTRACIÓN EN LA DISTRIBUCIÓN NO ES EL MISMO QUE ANTES.

El ejercicio 2016 ha sido muy positivo para Cofares. **Carlos González Bosch**, presidente del Grupo, indica que han aumentado su cuota de mercado hasta situarla en un 26,30%. “Hemos seguido teniendo unos buenos resultados, que han supuesto un record de ventas y un record de beneficios”, asegura. En cuanto al número de socios, han crecido en más de 200, estando próximos ya a los 10.800. Los proyectos y actividades de futuro en Cofares tienen que ver mucho con la inversión en tecnología, “para ir profundizando en la productividad y calidad de todos los procesos logísticos”; con la culminación de la modernización de todos los almacenes del Grupo, “que tiene un calendario definido que se va cumpliendo”; y con las inversiones en el campo digital, “que van a transformar la relación de los socios con la Cooperativa”, generando un ahorro de costes en dicha relación mercantil y un aumento de la calidad en la misma.

Cuestionado por el asunto de la actualidad farmacéutica que más afecta y preocupa a sus asociados, subraya que, en estos momentos, existe un borrador de Proyecto de Ley de Precios que va a tener mucha importancia para la Oficina de Farmacia. Si bien, lo que más le preocupa es “la permanencia de las tasas por realizar el ejercicio profesional, que ya no tienen ningún sentido ni justificación desde el punto de vista económico y profesional y que dañan profundamente la estructura económica de las farmacias”.

112 A juicio de González Bosch, “la distribución española tiene los problemas inherentes a los sectores regulados que son cíclicos”. Asevera que el sector del medicamento ha sufrido porque la disminución del precio de los medicamentos ha sido muy drástica. “Esto ha limitado la capacidad para obtener beneficios y hacer frente a las inversiones”, explica. Ello conlleva



Carlos González Bosch

“el tener que realizar una gestión mucho más precisa, priorizando los recursos y ordenando las inversiones para obtener una mejora en todos los procesos operativos”. Considera que la adaptación a los nuevos tiempos es algo inherente a todos los sectores empresariales y, en este sentido, algunas empresas de distribución lo están haciendo y “otras no tanto”.

Procesos necesarios

A González Bosch, los procesos de concentración en el sector de la distribución siempre le han parecido necesarios. La forma de hacerlo, *“por supuesto, es opinable”* y no se muestra en condiciones de analizar la reciente creación de Bidafarma, porque la conoce sólo de *“forma superficial”*. ¿Es un hecho que va a *“dinamizar”* el sector, tal y como defendió **Antonio Mingorance**, presidente de Bidafarma? El presidente de Cofares argumenta que la palabra dinamizar, aquí, no es correcta porque *“el sector en sí es muy dinámico, sobre todo en algunas empresas, en otras no tanto”*. *“Quizá la referencia que hacía mi compañero era a éstas”,* matiza.

Prosigue: *“Las fusiones entre cooperativas, como todas las fusiones, tienen ventajas e inconvenientes. Por ello, casi un 50% de las mismas no termina teniendo valor una vez culminada la fusión. Pero, puesto que ésta es la forma elegida en algún caso, yo la respeto y les deseo toda la suerte del mundo para que culminen con éxito sus objetivos”*.

¿Cada vez habrá una mayor concentración en la distribución española? ¿Viviremos en 2017 algún otro proceso de concentración? González Bosch cree que, en 2017, estos procesos de concentración *“se irán cumpliendo”*. Insiste en que *“la profundización en las relaciones entre empresas afines es buena y, quizá, alguna central de compras se anime a integrarse de una forma más integral y entremos en nuevos procesos”*. No obstante, recuerda que el margen de maniobra no es el mismo que antes: *“La primera empresa del sector tiene casi un 27% de cuota de mercado. Es similar a la de los líderes de otros países y, por tanto, el escenario para estos procesos es ya muy limitado”*.

González Bosch admite que cuentan con una relación *“muy estrecha”* con la Cooperativa de Talavera, cuyo suministro depende de Cofares. *“Otras entidades saben que, si desean integrarse en el Grupo, en un momento determinado, tienen las puertas abiertas”,* destaca. Eso sí, la propia dimensión de Cofares *“aconseja”* que sus responsables utilicen la palabra integración y no hablen de fusiones.

El presidente de Cofares rechaza que su liderazgo se vea amenazado. *“Nuestro liderazgo es muy sólido, no sólo en números y porcentajes, sino en el desarrollo operativo, la innovación, la inversión en procesos productivos y la diversificación de actividades”,* certifica. Hace hincapié en que no todo es una cuota de mercado. Sostiene que la conformación de todo un perímetro patrimonial, de una obtención de beneficios, de una solvencia financiera y de un desarrollo operativo variado y sólido hacen que un grupo empresarial como Cofares no deba temer ningún tipo de amenaza en cuanto a su liderazgo. *“Todas estas cuestiones no se consiguen sólo sumando cuotas, sino con una ejecutoria de muchos años que, hoy por hoy, no veo en el horizonte que pueda conseguir ningún competidor”,* expone.

Respecto a cómo quedará dibujada la distribución a corto y medio plazo, a González Bosch le parece difícil precisarla. ¿Habrá un nuevo gigante de la distribución para el noreste peninsular, por ejemplo? Reflexiona que gigante de distribución es un término discutible. *“Cofares, con 3.000 millones de ventas, dentro de Europa, no es un gigante y, probablemente, esa empresa de la que ustedes hablan en el noreste peninsular no alcanzaría cifras comparables a éstas”,* dice. Pide ponderar esa calificación vinculada al perímetro comparativo.

Su conclusión es que estamos viviendo un momento muy interesante

respecto a la innovación, al desarrollo de las capacidades operativas de la distribución y a la necesidad de que esta logística, puesta a disposición del medicamento, dote a las farmacias de una calidad del suministro y de una rentabilidad que les permita hacer frente a las demandas de la propia sociedad. De acuerdo con sus palabras, ése debe ser el principal objetivo de la distribución. Él piensa que, en España, *“gozamos de un nivel muy alto en cuanto a la calidad de nuestra distribución farmacéutica”,* de lo que se congratula. +



El objetivo de Cofares es “mejorar el servicio y la rentabilidad de las compras de la farmacia”

¿Cómo facilitan y mejoran el servicio de la Oficina de Farmacia? Carlos González Bosch responde que, precisamente, el objetivo de Cofares es *“mejorar el servicio y la rentabilidad de las compras de la farmacia”* y que dedican todos sus esfuerzos a ese fin. Añade que, hoy en día, *“los socios de Cofares tienen una situación muy confortable derivada de la actividad de la Cooperativa, no sólo ya en el campo de los suministros sino en el de los servicios y recursos financieros. Es decir, en todo aquello que una farmacia necesita para hacer un desempeño positivo en su gestión”*.

Las nuevas tecnologías suponen un avance muy importante en la relación entre Cofares y sus socios en el orden de mejorar todos los procesos y de producir ahorro de costes en los mismos. Dentro de ello, la venta por Internet de productos de parafarmacia tiene un espacio y González Bosch cree que *“relativamente limitado”* en lo que es el futuro. La farmacia es un *“establecimiento de cercanía”*. Asegura que esa cercanía da confianza y que la sociedad solicita esa confianza para hacer frente a sus problemas terapéuticos. Determina que eso sólo se puede conseguir a través del contacto físico con el farmacéutico y su entorno.