

“Vamos a seguir viendo movimientos empresariales en la distribución española”

EN NOVALTIA Y EN UNNEFAR, VEN QUE LAS CONCENTRACIONES DE COOPERATIVAS CORRESPONDEN A UN PROCESO NATURAL QUE TAMBIÉN SE HA DADO EN OTROS SECTORES. RECUERDAN DESDE ELLAS QUE NO HAY QUE PERDER DE VISTA EL OBJETIVO POR EL QUE SE HACEN LOS MOVIMIENTOS EMPRESARIALES EN LA DISTRIBUCIÓN ESPAÑOLA.

Tanto para Novaltia como para Unnefar, 2016 ha sido un buen año. **Tomás Manuel Espuny**, presidente de ambas organizaciones, hace un balance positivo de este período en el que se han vivido “más cambios en la distribución farmacéutica que en la última década”. Indica que “las concentraciones de cooperativas que se han ido sucediendo, especialmente a partir del segundo semestre, corresponden a un proceso natural que también se ha dado en otros sectores”. En este aspecto, Unnefar se ha visto reforzada con la incorporación del Centro Farmacéutico Nacional, Cenfarte y con el acuerdo de colaboración con Cofano.

Espuny celebra que ellos fueron pioneros con la fusión entre Aragofar y Vascofar que dio lugar a Novaltia. “A día de hoy, como miembros de Unnefar; creemos firmemente en la cooperación e integración, pero desde el prisma de la fortaleza de nuestros socios a nivel local”, expone. ¿Son positivas las fusiones entre cooperativas? ¿Creen que es el camino a seguir por la distribución farmacéutica? Responde que “quizá no sea sólo momento de fusiones ‘puras’, sino de integraciones de compañías de distribución”. Ahora mismo, piensa que son “positivas y necesarias”, que “vamos a seguir viendo movimientos empresariales en la distribución española en los próximos meses”, pero que “no hay que perder de vista el objetivo por el que se hacen”.

Desde Unnefar y desde Novaltia, siempre han defendido, “sin fisuras”, el binomio propiedad-titularidad de nuestro modelo de farmacia, apostando por el socio farmacéutico independiente y por la ortodoxia cooperativa. De acuerdo con su presidente, todos los movimientos de



Tomás Manuel Espuny

integraciones y/o fusiones por su parte están destinados a conseguir ese fin. *“Puede parecer una perogrullada seguir recalando nuestra misión, pero no lo es, ya que no todas las compañías defienden esta máxima con la misma claridad e intensidad que nosotros. De igual forma que lo que sucede a la farmacia afecta directamente a la distribución, la filosofía de las cooperativas incidirá en el futuro más que nunca en sus farmacias socias”,* considera.

Cuestionado por si habrá en 2017 algún otro proceso de concentración, Espuny insiste en que cada vez quedan menos actores independientes, aunque *“no se puede descartar nada”*. Informa de que *“hay movimiento y mucho diálogo en el sector”*. Afirma que *“muchas de las compañías que todavía no están integradas en alguno de los grupos que se han creado buscan cómo poder formar parte de alguno de ellos”*. En ese sentido, actualmente, es muy complejo sobrevivir solo, a pesar de que tu mercado sea relativamente grande. Vaticina que *“los próximos meses van a ser claves”* y que *“se va a consolidar definitivamente la estructura de la distribución en España, aunque no esté aún cerrado con qué compañías”*. El resultado, apunta, va a ser muy similar al que ya existe en Europa: cuatro o cinco grandes empresas que acaparen la práctica totalidad del mercado.

¿Cómo quedará dibujada la distribución a corto y medio plazo? Espuny glosa las posibilidades que se pueden barajar a la vez: *“Puede haber fusión entre cooperativas que ya están integradas en grupos, y es posible a su vez que esos grupos se integren con diferentes fórmulas en grupos mayores”*. Destaca que las dos opciones podrían ser compatibles en un futuro que aún está dibujándose.

Un proveedor integral de servicios

Respecto a los retos a los que se enfrenta la distribución española, Espuny dice que el principal es el de ser un proveedor integral de servicios para la farmacia. Subraya que la distribución se está focalizando más en prestar servicios y herramientas que simplifiquen la gestión de las farmacias, les ayuden a vender más, fidelicen a los pacientes-consumidores y, en definitiva, aporten más valor añadido a la profesión. Razona que, en el suministro de productos, se ha alcanzado un nivel de eficacia muy alto y que ahora toca apostar por nuevas líneas de negocio, siempre pensando en el desarrollo de sus farmacias socias.

La clave para mantener la rentabilidad de la distribución se encuentra, por un lado, en *“seguir trabajando en fortalecer los acuerdos de colaboración con la industria con el fin de hacer una farmacia más fuerte”* y, por otro lado, en *“potenciar los servicios a las farmacias consiguiendo de este modo hacer más imprescindible, si cabe, su papel en la cadena sanitaria del medicamento”*. Por supuesto, *“una de las razones de las integraciones comentadas antes son las sinergias y ahorros de costes”*.

“CREEMOS FIRMEMENTE EN LA COOPERACIÓN E INTEGRACIÓN, PERO DESDE LA FORTALEZA DE NUESTROS SOCIOS A NIVEL LOCAL”

Sobre qué perspectiva hay que mirar a la venta por Internet, deduce que ésta es una realidad y que debe ser tratada por las farmacias que quieren adentrarse en ella como una línea de negocio más. Esto quiere decir que *“hay que dedicarle recursos económicos, humanos y tiempo”*. Todavía hay bastante confusión de cómo, qué se puede y qué no se puede hacer.

Por último, el presidente de Novaltia y de Unnefar resume sus principales proyectos y actividades que tienen entre manos. *“A lo largo del último trimestre organizamos Novaltia&Young, el I Encuentro de Jóvenes Profesionales Farmacéuticos en el que los más de 120 participantes compartieron conocimiento y experiencias, dando forma a ideas que se están transformando en acciones concretas para evolucionar de manera ágil y alineada a las necesidades de los socios”,* aclara. En diciembre, bajo el lema Yo soy Novaltia, yo soy Cruzfarma, se transmitió la estrategia de Novaltia para 2017 y todas las novedades en la cartera de servicios Cruzfarma. Sobresalen tres nuevos espacios de salud (deportista, veterinaria y mujer), el innovador Flash Salud (con ofertas quincenales para la farmacia y para el cliente final) y nuevos desarrollos de FarmaPremium (el programa de fidelización para clientes de Oficina de Farmacia que ya cuenta con más de 660.000 usuarios en toda España). +

Cercanía y dedicación absoluta

El valor añadido que aporta Novaltia a sus socios, según Tomás Manuel Espuny, es *“cercanía y dedicación absoluta”*. El socio es el centro de todo lo que hacen. Invierten continuamente en mejorar los procesos para poder darle cada día un mejor servicio. *“Además, gracias a que formamos parte del grupo Unnefar, ponemos a su disposición una amplia e innovadora cartera de servicios Cruzfarma, a la que continuamente se van incorporando nuevos servicios que responden a las necesidades de nuestros socios”,* señala el presidente de Novaltia y de Unnefar. Además, su calendario de formación continua les permite estar al día tanto en gestión como en todo lo referente a las novedades en atención farmacéutica e innovaciones de la industria.

