

CARLOS COVES, PRESIDENTE DE GRUPO HEFAME

Hefame se convierte en “un referente” en servicios digitalizados

BRINDAR UN BUEN NIVEL DE SERVICIO, QUE LLEGUEN LOS MEDICAMENTOS A SU HORA Y TENGAN UNAS CONDICIONES COMERCIALES ACEPTABLES. SON TRES PRIORIDADES DE LA FARMACIA A LAS QUE HEFAME DA RESPUESTA. TAMBIÉN SE SITÚA COMO “PUNTA DE LANZA” EN EL PLANO DE LOS SERVICIOS DIGITALIZADOS. 2016 FUE “UNO DE LOS MEJORES AÑOS” DE ESTE GRUPO.

El año 2016 fue “excelente” para Grupo Hefame. Así lo confirma **Carlos Coves**, su *presidente*. Es más, destaca que fue “uno de los mejores años” de la historia de esta cooperativa. Hefame vendió 1.270 millones de euros, creció un 7% y alcanzó una cuota de mercado del 10,61% (10,71% ahora, en julio de 2017). El Grupo obtuvo en 2016 su máxima histórica en cuota de mercado.

Las prioridades principales de Hefame son tres: brindar un buen nivel de servicio, que lleguen los medicamentos a su hora y que tengan unas condiciones comerciales aceptables. “Eso, Hefame lo hace perfectamente”, apostilla. Estas tres prioridades son “las básicas que quiere la farmacia”.

Coves, que en 2016 inició su segundo mandato al frente del Grupo, apunta otros dos objetivos básicos de Hefame relacionados con la era digital en la que estamos inmersos, con el e-commerce y el Big Data. “Primero, hemos modernizado la empresa a nivel in-



terno. También somos punta de lanza en ofrecer un concepto nuevo. Ha cambiado la relación entre el paciente y la farmacia y debemos dar un paso más y entregar un servicio digitalizado a la farmacia y al paciente. El paciente tiene que tener una relación mucho más estrecha, a través de las nuevas tecnologías, con la farmacia y la farmacia con el paciente”, explica.

A día de hoy Hefame ayuda a la farmacia, que no dispone de los medios necesarios, a dotarse de esta tecnología. Insiste en que son “el referente en servicios digitalizados que estamos dando ahora”. El concepto de farmacia que promueve Hefame es el de F+, que gira alrededor del paciente y ofrece servicios y los digitaliza.

F+ Online es el proyecto de venta online de Hefame. En él, hay una plataforma principal de la que cuelgan todas las páginas webs de las farmacias. Quien vende, factura y domina los precios es la farmacia. Hoy por hoy, más de 700 farmacias lo integran, aunque “cada día se van adhiriendo más”. “Nos importaba mucho que fuera la farmacia la protagonista, que fuera la que vendiera online, cobrara online y la que facturase. No queremos que la farmacia sea una mera intermediaria. Nosotros queremos dar ese protagonismo a la farmacia”, aclara.

¿Hay que tener cuidado con players de otros canales, como Amazon, en lo que a parafarmacia se refiere? Subraya que “hay que coger lo bueno de los demás y adaptarlo a nuestras características”.

No duda de que Amazon, como empresa, está teniendo unos crecimientos vertiginosos. Sin embargo, “no tiene el aspecto sanitario, la cercanía y profesionalidad que tenemos los farmacéuticos”. Por esto, Hefame facilita a las farmacias “las medidas, las propuestas y los contenidos digitales para que sean tan competitivas como Amazon en el plan logístico y mucho más buenas en el plan sanitario”.

El presidente de Hefame desgrana que ofrecen a sus socios dos tipos de formación. Uno tiene que ver con la formación profesional, para que el farmacéutico esté al día en conceptos profesionales sanitarios. Con el otro persiguen que el farmacéutico esté a la última en las nuevas tecnologías. “Es lo que nos va a pedir el paciente, lo que demanda la sociedad”, reflexiona. Es decir, su formación incide sobre todo en el ámbito sanitario y en el ámbito tecnológico.

Eficiencia y servicio

Le cuestionamos si 2016, en el que se creó Bidafarma tras la fusión de varias cooperativas, supone un antes y un después para la distribución farmacéutica. Una vez más, Coves da la enhorabuena

a sus responsables. “Siempre he creído que la distribución tiene que ser fuerte en España”, indica. Se muestra a favor de la concentración del sector, no le encuentra pegas mientras las empresas resultantes sean “más grandes, más eficientes y den mejor servicio a la farmacia”. Recuerda, en ese sentido, que “la misión de la distribución es precisamente que la farmacia sea mejor y que tenga mejores servicios”.

Certifica que Grupo Hefame está trabajando en la buena dirección en este tema.

A su juicio, la cifra ideal de operadores en España sería la de tres grandes grupos, puesto que cree que la competencia es buena y ese número la garantizaría. ¿Ustedes mantienen actualmente conversaciones para concentrarse? Responde

que, “ahora mismo, no hay nada concreto”. Vuelve a decir que están abiertos “a cualquier propuesta” y que no tiene inconveniente en hablar con los responsables de las demás cooperativas sobre este asunto.

Respecto a la política de precios, Coves es partidario de revisar los decretos de descuentos a la farmacia (tanto el RD 1193/2011 como el RDL 8/2010, derivados del RDL 5/2000). Considera que surgieron en unas circunstancias que actualmente no existen. “Debemos de sentarnos y adaptarnos a las nuevas circunstancias del país. Salieron en una época de dificultad económica, pero la Administración tiene que darse cuenta de que, al igual que están mejorando las cosas en general en la economía, las debemos de mejorar en la farmacia”, argumenta. Sostiene que “hay que recuperar las condiciones necesarias para poder dar el servicio de calidad que se merece el paciente”.

Por otro lado, defiende que “el modelo de farmacia español es el mejor del mundo”. Se reafirma en esto cada vez que viaja al extranjero y ve los modelos de otros países. Es contundente: “Nuestro modelo es el que es capaz de llegar a los ciudadanos, a los de una población pequeña y a los del centro de una ciudad muy grande. Eso no pasa en ningún sitio. Por lo tanto, ¿tocar el modelo español? Para nada. ¡Qué nos copien ellos!”. +

“LA MISIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN ES PRECISAMENTE QUE LA FARMACIA SEA MEJOR Y QUE TENGA MEJORES SERVICIOS”

“EL PACIENTE Y LA FARMACIA HAN DE TENER UNA RELACIÓN MUCHO MÁS ESTRECHA, A TRAVÉS DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS”

