

ÁLVARO SÁNCHEZ, DIRECTOR GERENTE DE UNNEFAR

“Vamos a seguir viendo movimientos en la distribución y nuestra organización no es una excepción”

LA RAZÓN DE SER DE SER DE LA COOPERATIVA FARMACÉUTICA ES GARANTIZAR EL SUMINISTRO DE MEDICAMENTOS A SUS SOCIOS. PARA UNNEFAR EL SOCIO Y LA FORMACIÓN SON VALORES FUNDAMENTALES.

Unnefar es una cooperativa farmacéutica de segundo grado que, a través de sus socios, da cobertura a más de 4.100 farmacias, prestando servicios bajo la marca Cruzfarma. Según nos indican desde la cooperativa, como grupo cerraron 2016 con crecimientos respecto al ejercicio anterior, pasando del 9,8% de cuota de mercado en 2015 al 12,23% de cuota en 2016. “Este crecimiento ha sido posible tanto por la incorporación de nuevos socios a Unnefar como por el crecimiento orgánico de los propios socios”, nos asegura **Álvaro Sánchez**, director gerente de Unnefar en la entrevista que mantenemos para este ejemplar de IM Farmacias.

Las últimas fusiones de 2016 marcaron el nuevo panorama de la distribución farmacéutica, una tendencia –la de fusionarse– que parece que cada vez toma más fuerza y en la que se desdibuja un panorama con 4-5 grandes operadores. Le preguntamos al director gerente de la cooperativa sobre los pros y contras. Para él, la concentración es positiva desde el punto de vista de aprovechar las sinergias entre los miembros. Añade además que



“permite alcanzar un volumen que permite a las sociedades competir con garantías en el mercado, eso sí, sin perder la cercanía y el trato directo con las farmacias”. En este sentido, desde Unnefar siguen apostando por un modelo en el que “seamos capaces de aprovechar las sinergias que se producen entre nuestros miembros y el potencial que nos da pertenecer a un gran grupo, en el que nuestros socios son líderes en sus ámbitos de actuación, manteniendo en todo momento la identidad de los mismos y la ortodoxia cooperativa, que se traduce en una mayor cercanía con las farmacias socias”.

Nos adelanta que de cara a los próximos meses *“vamos a seguir viendo movimientos en la distribución española y nuestra organización no es una excepción. Todos los movimientos de integraciones y/o fusiones por nuestra parte están destinados a mantener, como decíamos antes, la ortodoxia de nuestro modelo cooperativo. El resultado, cuando todos estos procesos concluyan, va a ser muy similar al que ya existe en Europa: 4 o 5 grandes empresas que representarán la práctica totalidad el mercado”*, asegura.

Preguntado por si cree que el modelo de farmacia español es el más adecuado para España, no tiene duda alguna; *“sí, somos defensores del modelo mediterráneo de farmacia, estamos convencidos de que es el mejor modelo para los ciudadanos y el más eficiente para el estado”.*

Ventajas para sus socios

Pertenecer a Unnefar comporta algunas ventajas para sus socios. Le preguntamos sobre ellas a Álvaro Sánchez. Destaca que a nivel de servicios cuentan con Cruzfarma, marca con la que las distribuidoras farmacéuticas integradas en Unnefar prestan servicios a sus farmacias socias. La cartera de servicios Cruzfarma incluye servicios dirigidos tanto a la oficina de farmacia como al cliente final enmarcados en diversos bloques: asesoramiento y gestión, marketing en farmacia, comunicación online y offline, fidelización de clientes con Farmapremium, servicios al paciente y servicios a colectivos y permite a las farmacias ser más ágiles en la gestión

y presentar a sus clientes una oferta más diversificada y de valor. *“Continuamente lanzamos nuevos servicios para dar respuesta a las nuevas necesidades de las farmacias, buscando siempre facilitarles su labor en el día a día”.*

Otro aspecto que está grabado en el ADN de la cooperativa es la importancia de la formación. Continuamente todos los miembros de Unnefar imparten en sus instalaciones jornadas de formación, ya sea de categorías de producto como en la gestión de la oficina de farmacia.

Política de precios

Le preguntamos al director gerente de Unnefar sobre la actual política de precios. Asegura que es una política dirigida a

la reducción del gasto farmacéutico, que *“impacta directamente sobre las cuentas de resultados de toda la cadena del medicamento, desde el laboratorio hasta la farmacia”.*

Destaca que el sector es solidario, y ha aprendido a convivir con esta política de precios, adaptando todos sus procesos a esta circunstancia. Sin embargo comenta que *“si queremos seguir manteniendo un sistema de distribución con la eficacia del actual, y una capilaridad de farmacias como la existente en España, creo que se deben buscar vías adicionales de racionalizar el gasto, y optimizar los recursos sanitarios”.*+

“SOMOS DEFENSORES DEL MODELO MEDITERRÁNEO DE FARMACIA, ESTAMOS CONVENCIDOS DE QUE ES EL MEJOR MODELO PARA LOS CIUDADANOS Y EL MÁS EFICIENTE PARA EL ESTADO”

“SE DEBEN BUSCAR VÍAS ADICIONALES DE RACIONALIZAR EL GASTO, Y OPTIMIZAR LOS RECURSOS SANITARIOS”