

VICENÇ J. CALDUCH, PRESIDENTE DE FEDEFARMA

“El desafío de la distribución es posicionarse como un elemento estratégico fundamental al servicio de la farmacia”

FEDEFARMA ES LA PRIMERA COOPERATIVA, EN VOLUMEN DE FACTURACIÓN, DE CATALUÑA Y UNA DE LAS COOPERATIVAS DE REFERENCIA EN EL RESTO DE ESPAÑA. FUE CREADA EN 1928 Y DESDE ENTONCES NO HA PARADO DE CRECER Y DE RENOVARSE.

Para nuestro especial de la distribución entrevistamos a **Vicenç J. Calduch**, presidente de Fedefarma para charlar distendidamente sobre la situación de la distribución actual, y de cómo la cooperativa pone sus máximos esfuerzos en ofrecer lo mejor a sus asociados.

Empezamos la entrevista pidiendo al presidente que nos explique cómo ha ido el 2017 para la cooperativa. *“Ha sido un año muy satisfactorio, que consolida una trayectoria de crecimiento de Fedefarma, con resultados económicos positivos y con incremento de facturación y de cuota de mercado. Los últimos datos de mercado nos sitúan como líderes en Catalunya y en Castellón y en una posición muy favorable en el conjunto de nuestra área de actuación”.*

La satisfacción del buen año se refleja en los resultados conseguidos. Fedefarma ha cerrado 2017 con un excedente cooperativo de más de 4,4 millones de euros y un crecimiento de facturación del 5%, dos puntos por encima del mercado, superando en algunas provincias el 40% de la cuota de mercado. Al respecto el presidente comenta que *“este año 2018 iniciamos un nuevo Plan estratégico que, una vez alcanzados globalmente los objetivos del anterior, nos debe permitir dar un nuevo impulso en crecimiento e innovación”.*

Servicios

Fedefarma sigue reforzando su papel de partner de la farmacia, aportándole valor y servicios para el conjunto de sus necesidades. Preguntado



por si ofrecen algún tipo de servicio nuevo nos comenta algunos que han desarrollado durante el año 2017. *“Podemos destacar bisualfarma, una herramienta de business intelligence al servicio de una mejor gestión del retail y, dentro de nuestros servicios profesionales, el nuevo servicio de dermoconsejo desde la oficina de farmacia”.*

Preguntado por qué servicios necesita más la farmacia española que den las cooperativas nos comenta que ellos entienden la cooperativa como un partner de la oficina de farmacia. *“Fedefarma es propiedad de sus socios y como tal, está al servicio de la farmacia y da respuesta al conjunto de sus necesidades. Así, ayudamos económicamente a la farmacia a ser más rentable (con las mejores condiciones, con servicios de marketing, gestión, negociación con la industria...), reforzamos su rol de agente sanitario (con formación, servicios de promoción de la salud, campañas sanitarias...) y también defendemos sus intereses actuando como valedor de la profesión y del modelo de oficina de farmacia”.*

“FEDEFARMA ES PROPIEDAD DE SUS SOCIOS Y COMO TAL, ESTÁ AL SERVICIO DE LA FARMACIA Y DA RESPUESTA AL CONJUNTO DE SUS NECESIDADES”

De los beneficios y servicios que ofrecen a sus socios, ¿cuáles son los más demandados y valorados? *“En general, todos nuestros servicios son bien valorados, desde la distribución de medicamentos, donde innovamos constantemente para lograr la excelencia, hasta el desarrollo de herramientas digitales que ayudan a la gestión de la farmacia”;* contesta Calduch. Además añade que un emblema de Fedefarma es también la formación, *“materia en que somos pioneros y desarrollamos actividades también desde una perspectiva global, para el conjunto de necesidades y para todo el equipo de la oficina de farmacia. En cualquier caso, creo que uno de los éxitos de nuestros servicios es nuestra capacidad de anticipación a las necesidades de la farmacia”.*

El papel de la distribución

El presidente de la cooperativa destaca que el papel que debe tener la distribución dentro de la cadena del medicamento es garantizar la seguridad y la calidad de los medicamentos que necesitan los ciudadanos y que, gracias a su servicio, llegan con celeridad a todas y cada una de las farmacias del territorio. *“También es esencial destacar –añade– el papel que citábamos anteriormente de prestación de servicios y aportación de valor para el conjunto de las necesidades de la farmacia. En tanto que transferidores activos de proyectos y desarrollo profesional, creo que las*

cooperativas debemos reforzar este posicionamiento de aliado esencial para la farmacia”.

Con todo, ¿cuáles son los principales desafíos de la distribución farmacéutica? *“El principal desafío de la distribución farmacéutica, y en particular de la distribución cooperativa, es posicionarse como un elemento estratégico fundamental al servicio de la oficina de farmacia. Para ello, es esencial disponer*



de una organización sólida, competitiva y bien posicionada en el mercado, cosa que Fedefarma ha logrado después de un proceso de adaptación y anticipación a los cambios que han experimentado el mercado y el sector. De cara a la farmacia, es fundamental ofrecer un servicio excelente, ser capaz de aportar rentabilidad, ofrecer una experiencia de cliente satisfactoria y buscar en todo momento la innovación como palanca para la mejora continuada de nuestro servicio integral”.

Un entorno cambiante para las farmacias

La digitalización se ha colado en casi todos los aspectos de nuestras vidas, ¿es para la farmacia una oportunidad? *“Creemos que es importante que las farmacias estén posicionadas en el canal digital para contactar e interactuar con el usuario digital y evitar que las ventas salgan del canal farmacia”;* asegura el presidente. Desde Fedefarma están trabajando en distintas aplicaciones que permitan ofrecer a sus farmacias un modelo de e-commerce (actualmente ya existente con Farmapremium) que pueda generar tráfico y ventas a sus socios, acercando el mundo on-line a las ventajas y seguridad del mundo off-line buscando siempre el beneficio para la farmacia. +

¿Qué está suponiendo el proyecto SEVeM de la identificación única de medicamentos para la distribución farmacéutica?

“Está suponiendo un esfuerzo técnico y económico importante, que redundará en beneficio de la seguridad de los pacientes y del conjunto de ciudadanos. En este sentido, nosotros lo vemos como una inversión y como una oportunidad que nos permite reforzar nuestro papel y nuestras funciones dentro de la cadena del medicamento”; nos comenta Vicenç J. Calduch.

Destaca que gracias a él se garantizará, sobre todo, la seguridad y la calidad de los medicamentos. *“En un entorno como el actual, donde se habla de que la mitad de los medicamentos que se venden por internet son falsos, establecer mecanismos que garanticen la verificación y la seguridad de los medicamentos es algo muy valioso. Y es importante que los ciudadanos sean conscientes sobre qué canal les garantiza esta seguridad y cuáles son los agentes que aportan dicha seguridad y valor añadido a la dispensación de medicamentos”.*