

# La larga sombra de Amazon llega a la farmacia

EL GIGANTE DEL COMERCIO ONLINE ACABA DE AÑADIR A SU CATÁLOGO DE SERVICIOS EL NEGOCIO DE ENTREGA DE MEDICAMENTOS AL DOMICILIO EN EEUU, CON SU ÚLTIMA ADQUISICIÓN. EN EL MERCADO ESPAÑOL BUSCA FARMACIAS PARA EL SUMINISTRO DE PRODUCTOS DE AUTOCUIDADO.



Además, Amazon también se encuentra en conversaciones con otros fabricantes de genéricos, y en el mes de enero anunció la intención de crear una compañía junto con JP Morgan Chase y Berkshire Hathaway destinada a reducir los costes de la atención médica, en principio, dirigido a sus empleados y familiares.

El pasado 28 de junio, la compañía dirigida por Jeff Bezos anunció un acuerdo por el que va a adquirir PillPack, una empresa emergente en Internet que se dedica a la entrega de medicamentos a domicilio, por una cifra algo inferior a 1.000 millones de dólares (864 millones de euros). La reacción fue inmediata entre las cadenas de farmacias tradicionales, como Walgreens, CVS Health y Rite Aid, que sufrieron fuertes caídas en la apertura de Wall Street. Walgreens y Rite Aid se dejaban en la bolsa más de un 10% tras la maniobra de Amazon, mientras que CVS perdía un 8%. Los distribuidores de medicamentos como McKesson y Cardinal Health caían un 3%. Los términos del acuerdo, en cualquier caso, se desconocen y tampoco se explica qué hará cuando la operación se complete durante la segunda mitad de este año.

El servicio de PillPack es muy sencillo. Organiza y entrega los medicamentos a los pacientes en dosis específicas que deben tomar en cada momento. Se ofrece, además, como una farmacia online que está abierta las 24 horas.

## Competir

Las cadenas de farmacias estadounidenses ya se están preparando para competir en estas nuevas circunstancias de mercado, y con ese objetivo, unos pocos días después del anuncio de la compra de PillPack por parte de Amazon, y su propia caída en bolsa, CVS ha llegado a un acuerdo con US Postal, el servicio de correos de EEUU, para hacer la dispensación a domicilio a través de correo postal. La empresa de envíos recoge las recetas en los establecimientos farmacéuticos y lleva las prescripciones u OTC a los hogares en un plazo

Desde hace tiempo eran evidentes las intenciones de Amazon de entrar en el mercado farmacéutico. Primero comenzó por los productos de parafarmacia, y más adelante de lleno en el medicamento. El pasado mes de marzo, la compañía llegó a un acuerdo con el laboratorio de genéricos Perrigo para la comercialización de 60 medicamentos sin receta en Estados Unidos. Algunos de ellos (paracetamol, ibuprofeno, loratadina, loperamida, ranitidina, minoxidil, cetirizina y omeprazol) los comercializará con su propia marca, "Basic Care".

de 24 a 48 horas. A los pacientes se les cobra 4,99 dólares por entrega. Esta iniciativa de CVS responde a una estrategia frente a la caída de las ventas en sus farmacias, pero también al objetivo de prepararse para competir con Amazon. CVS también se enfrenta a la competencia de nuevas empresas que se han sumado a la distribución de medicamentos a domicilio. Los fármacos de prescripción eran tradicionalmente una forma segura para que CVS atrajera clientes a sus tiendas, donde también podía vender otros artículos. A medida que la innovación y la prestación sanitaria está evolucionando, CVS se ha centrado en otras vías de negocio como el aseguramiento. Ahora, con el acuerdo con US Postal, la compañía americana resuelve el desafío logístico que supone enviar paquetes a la oficina postal.

## España

En principio, en España no parece que el gigante represente una amenaza para las oficinas de farmacia debido a la legislación actual.

Según normativa europea en la Directiva 2011/62/UE, la venta online de medicamentos sujetos a prescripción médica está prohibida, y en España La Ley 29/2006, de 26 de julio, de garantías y uso racional de los medicamentos y productos sanitarios desarrollada en el Real Decreto 870/2013, de 8 de noviembre, regula la venta a distancia al público, a través de sitios web, de medicamentos de uso humano no sujetos a prescripción médica. Por lo que parece que, a menos que se produzca un cambio normativo, las posibilidades de que Amazon pueda entrar en el circuito farmacéutico español son reducidas, sin embargo, ya ha entrado en el mercado de autocuidado con dos tiendas, una de belleza y salud y otra de cuidado personal, y la mayoría de las farmacias que cuentan con una tienda online que funciona han recibido ofertas de Amazon para entrar en su marketplace, a lo que la mayoría de oficinas de farmacia se han negado.

El pasado mes de mayo, se celebró el 18º Congreso Sector Salud de

AECOC, en el que participó **José Luis Nueno**, profesor de Marketing en IESE Business School, con una conferencia sobre el impacto de Amazon en el ámbito sanitario. En la ponencia, destacó que el advenimiento de las nuevas tecnologías y la digitalización ha impactado a todos los negocios y campos de actividad, entre ellos la sanidad, y que prepararse para este nuevo escenario debe ser una cuestión estratégica para los fabricantes, laboratorios, distribuidores y finalmente hospitales y otros centros de salud.

## Hipótesis

Desde el punto de vista de Amazon, el sector sanitario es interesante, porque es muy grande, y podrían expandir su mercado actual un 36% más allá de los 2,5 millones de gasto minorista de consumidores. En Estados Unidos las barreras son menores y en España mucho más significativas, sin embargo, estas no tienen por qué soslayarse, recuerda Nueno, siempre y cuando Amazon sea astuto, que lo es, en sus estrategias de participación con las oficinas de farmacia y el distribuidor. Así, este experto cree que hay que preguntarse cómo será la entrada de Amazon en el mercado español, muy legislado, donde la venta online de medicamentos está limitada a las oficinas de farmacia y donde el sistema no permite cadenas de farmacias. Para Nueno, es posible que esta compañía, con gran eficiencia logística, quiera adquirir un mayorista para la venta de OTC y producto farmacéutico.

En este posible escenario, afirma Nueno, Amazon entraría en la cadena de suministro en 4 fases: abrir una farmacia minorista y establecer una infraestructura, contratar a fabricantes de genéricos, establecer relaciones con fabricantes de producto bajo marca y desarrollar capacidades de proceso de recetas de Seguridad Social. En este escenario, Amazon puede transformar la cadena de suministro tal y como la conocemos, liberando ahorros para los pacientes y para la administración mientras pone en riesgo a los minoristas y a los distribuidores a lo largo del tiempo. +

# FarmaShopper 2018

## ¡RESULTADOS YA DISPONIBLES!

**+ 60 CATEGORÍAS**

El mayor estudio del comprador de **Consumer Health** en la farmacia

**¿Quieres vender más?**

Te decimos **dónde** y **cómo** debes **invertir**

**¡Compra ya tu categoría!**