

VINCENÇ J. CALDUCH, PRESIDENTE DE FEDEFARMA

“En fedefarma creemos en la omnicanalidad, por lo que debemos contemplar todos los canales como una oportunidad”

CON LA DIGITALIZACIÓN SOCIAL Y COMO HA SUCEDIDO EN OTROS SECTORES, LA FARMACIA Y LA DISTRIBUCIÓN NO SON AJENOS AL IMPACTO ONLINE. AUNQUE ACTUALMENTE SOLO EL 2% DE LAS FARMACIAS REALIZAN VENTA ONLINE DE OTC, LA REVOLUCIÓN DIGITAL Y EL E-COMMERCE HAN LLEGADO PARA QUEDARSE.

Internet debe ser visto por el sector como una oportunidad para interactuar mejor con la sociedad, y llegar a un target que actualmente no visita la farmacia, para adaptar el canal y la propuesta profesional a nuevos hábitos de consumo, pero siempre como complemento a la oficina de farmacia y ayuda en su evolución y progreso.

En estos términos se expresa **Vincenç J. Calduch**, presidente de fedefarma, quien nos explica la propuesta de la cooperativa al desafío de Internet. “Estamos impulsando, junto a otros agentes del sector, una propuesta de e-commerce, aglutinadora, abierta a la participación y respetuosa con los principios de ordenación sectorial, alrededor del programa Farmapremium. Con ella buscaremos las sinergias entre la oficina de farmacia y el mundo online, poniendo en el centro los valores propios de la farmacia como la cercanía, la pro-



fesionalidad, el consejo de salud... y siempre velando por el beneficio conjunto del sector. Para nosotros, es irrenunciable que toda propuesta, independientemente del canal, sea fiel y enfatice los valores propios del farmacéutico. En fedefarma creemos en la omnicanalidad, por lo que debemos contemplar todos los canales como una oportunidad". Cabe recordar que Farmapremium es la plataforma con mayor implantación y penetración en todo el territorio nacional a la que pueden adherirse todas las farmacias, "y su dinamismo esta fuera de duda, por lo que las bases están ahí", aclara Calduch.

Propuesta de valor

Amazon, el catálogo online más influyente del mercado, cuenta con más de 180 millones de referencias tan solo en España, incluyendo la parafarmacia. Este tipo de plataformas están marcando un antes y un después en muchos modelos empresariales, pero la distribución farmacéutica reivindica una idiosincrasia y una manera de hacer las cosas propia, única y exclusiva de la farmacia. Al respecto, el presidente afirma que "desde fedefarma no queremos competir con Amazon, porque tenemos un modelo de negocio completamente distinto y creemos en nuestra propia propuesta de valor. La farmacia debe potenciar los valores que le son propios. Entre estos, la confianza, la profesionalidad, el bienestar, la salud, el consejo profesional y la interrelación de los profesionales sanitarios, ... por y para un mejor sistema sanitario. En este contexto, desde fedefarma ayudamos al farmacéutico a potenciar el rol sanitario de la farmacia con el que Amazon difícilmente puede competir".

Desde la cooperativa opinan que la manera de atraer a la oficina de farmacia al cliente que se ha acostumbrado a comprar parafarmacia online es "sumar a su experiencia de compra online habitual, el consejo y la atención farmacéutica que solo la oficina de farmacia puede ofrecer, como punto diferencial de la propuesta. Esto lo permite un modelo que favorezca la recogida del producto en una de las 22.000 farmacias, gracias a la cercanía de estas y a su accesibilidad".

Modelo único

La defensa del modelo español de farmacia frente a la liberalización ha sido una constante en los últimos lustros, y una preocupación para muchos profesionales, y ahora la amenaza del mercado online ronda al mundo del medicamento.

Calduch se muestra confiado con respecto al mantenimiento y preservación del modelo existente. "Cada país tiene su particularidad y equilibrio. Somos el país europeo que más farmacias tiene por persona, lo que implica que el 99% de la población tiene una oficina de farmacia cerca de su residencia, y ello con los precios de los medicamentos de los más bajos de nuestro entorno de referencia. Esto contribuye a que la farmacia sea el primer punto de salud de referencia para muchos ciudadanos, y que el farmacéutico sea una pieza clave de la cadena del medicamento. Lo más importante es pensar en el beneficio del paciente y es algo que el actual modelo ofrece. Servicio, garantías de trazabilidad y seguridad del medicamento a través del rol de la distribución, y el consejo del profesional farmacéutico no solo en el

momento de la dispensación, sino también en su seguimiento y en la prevención. Creo que son valores innegables del actual modelo que la ciudadanía debe valorar y que cualquier legislador debe preservar y tener en cuenta".

En cuanto a la polémica entrada de la entrega de medicamentos a domicilio que ha irrumpido en nuestro país, el presidente opina que "como parte de la cadena del medicamento, la distribución y la farmacia juegan un papel clave de velar por la seguridad y la trazabilidad de medicamento, valor que creo que, con ese modelo, tal como se ha planteado por alguna empresa, se pierde. Asimismo, el paciente pierde algo muy importante, la dispensación farmacéutica, que siempre viene acompañada por el consejo profesional. El resultado de la iniciativa como se plantea, es la debilitación del rol sanitario y garante de la farmacia, y el traspasar la función de vigilancia del medicamento a un modelo alejado de las garantías de custodia que también aporta la distribución".

Desde fedefarma creen que la distribución cooperativa ha de ser el aliado natural de la farmacia. Así lo entienden, y por ello apuestan por ser un partner integral de servicios para la oficina de farmacia, que contribuya a reforzar su rol sanitario, a mejorar la competitividad y rentabilidad de la oficina de farmacia, y defienda los valores y los intereses de la profesión en el conjunto de su modelo ordenado.

Innovación

La cooperativa fedefarma, tiene en la innovación uno de sus valores fundamentales a la hora de acompañar a la farmacia ante los retos de la profesión. Por ese motivo se ha implicado activamente en el

proyecto Infarmainnova, que pretende precisamente identificar e impulsar ideas innovadoras en el ámbito de la farmacia comunitaria. Se trata de una iniciativa de los Colegios Oficiales de Farmacéuticos de Barcelona y de Madrid en el marco de Infarma 2019, y con ella se estimula la innovación para reforzar el rol sanitario de la farmacia en beneficio del paciente.

En esta segunda edición de Infarmainnova se buscan ideas que ayuden a resolver 5 grandes retos a los que se enfrenta la oficina de farmacia: adherencia al tratamiento en personas mayores polimedidas, educación sanitaria, acercamiento de la farmacia a los jóvenes, coordinación entre oficinas de farmacia y comunicación entre farmacéuticos y pacientes a través de herramientas digitales. El objetivo de esta iniciativa es generar soluciones creativas e innovadoras, fomentar la colaboración entre la profesión farmacéutica y aportar valor a todos los agentes del sistema de salud, además de potenciar el rol del farmacéutico, siempre en beneficio de los pacientes.

Asimismo, fedefarma participará activamente en las ponencias ofrecidas por Infarmainnova centradas en la innovación y la aplicación de herramientas digitales en la farmacia, impartiendo dos de estas sesiones, orientadas a cómo conocer mejor y cómo identificar los retos de nuestra farmacia y entender mejor ese reto. En ese sentido, el presidente nos explica su apuesta "creemos que el reto online no debe afrontarse individualmente, sino que debe ser respondido unitariamente desde el sector farmacéutico".+

"CREEMOS QUE EL RETO ONLINE NO DEBE AFRONTARSE INDIVIDUALMENTE, SINO QUE DEBE SER RESPONDIDO UNITARIAMENTE DESDE EL SECTOR FARMACÉUTICO"