

VICENÇ J. CALDUCH, PRESIDENTE DE FEDEFARMA

Las cifras de 2019 evidencian la confianza de las farmacias en fedefarma

SU NUEVO ALMACÉN DE PALAU-SOLITÀ I PLEGAMANS ES UN PROYECTO CLAVE PARA HACER FRENTE CON EXCELENCIA A SU CRECIMIENTO. EN FEDEFARMA VALORAN EL AÑO 2019 COMO MUY POSITIVO. EL CORONAVIRUS HA TRAÍDO CAMBIOS A MUCHOS NIVELES. EN ELLOS, SOSTIENEN DESDE ESTA COOPERATIVA, TOMAN MÁS RELEVANCIA CONCEPTOS COMO FORMACIÓN, DIGITALIZACIÓN Y COOPERACIÓN.

Según los datos de IQVIA, fedefarma es la distribuidora que más creció en Cataluña y Comunidad Valenciana durante 2019. *“Este crecimiento ha situado nuestra cuota de mercado en nuestra área de influencia en el 23,67%, siendo un crecimiento superior en cuatro puntos al del mercado. Además, en 2019 iniciamos un proyecto clave para hacer frente con excelencia a este crecimiento: nuestro nuevo almacén de Palau-solità i Plegamans, que prevemos inaugurar en 2021”,* señala **Vicenç J. Calduch**, su presidente. Por todo esto, a su juicio, 2019 fue para ellos *“muy positivo”*.

Así, cerraron el ejercicio 2019 *“satisfechos por los objetivos conseguidos”*. Afirmó que *“las cifras evidencian la confianza de las farmacias en la cooperativa”*. Justifica que es gracias a su capacidad de transferirles valor, entendiendo su realidad, compartiendo filosofía y anticipándose a sus necesidades basándose en la innovación.



Esta confianza les posibilita seguir trabajando en el desarrollo de nuevos servicios que refuerzan su rol sanitario, a la vez que les permiten seguir trasladándoles la máxima rentabilidad.

Entre los proyectos desarrollados, Calduch destaca las herramientas para ayudar a la farmacia en la digitalización presentadas el pasado año: "Farmaoffice go, que ayuda a cada farmacia a tener presencia online con una web personalizada con la que posicionarse como experto en salud también en la red; y canalfarmaciaonline, un proyecto transversal y cooperativo con el objetivo de empoderar el canal farmacia en el mundo online acercando el consejo farmacéutico profesional y actual; facilitando la búsqueda de farmacias, y promocionando ofertas que generen tráfico hacia las farmacias offline".

A nivel de infraestructura, para mantener excelencia en el servicio, llevaron a cabo gran parte de la construcción de la obra civil de su nuevo almacén en Palau-solità i Plegamans. Éste es un centro logístico que contará con los equipos, procesos y sistemas de control más avanzados, y dispondrá de más de 5.000 artículos en preparación robotizada, llegando a las 500.000 unidades servidas diariamente.

Principales desafíos

Tratamos con él los retos a los que se enfrentan este año. "El principal desafío es mantener la capacidad y la agilidad en la anticipación a los nuevos escenarios que dibujen las necesidades de la farmacia para darles respuesta de manera óptima y rentable", aclara. "Esto implica seguir manteniendo nuestros estándares de calidad en todas las áreas, a nivel de distribución y vademécum; en los servicios de valor, como la formación, adaptándola a nuevos canales y aplicaciones, o el asesoramiento en retail aportando expertise en las exigencias de gestión del contexto; en el acompañamiento personalizado, proporcionándole la opción de visitas tanto presenciales como online; etcétera", precisa.

Más allá, "también es momento de continuar reforzando todas las alianzas

estratégicas con nuestros partners de la industria para cubrir, cooperando, las necesidades de la farmacia con las mejores condiciones". Igualmente, "de seguir siendo fieles a nuestra esencia cooperativa, escuchar a la farmacia y defender y reivindicar su papel como agente clave de la cadena de salud".

"TAMBIÉN ES MOMENTO DE CONTINUAR REFORZANDO TODAS LAS ALIANZAS ESTRATÉGICAS CON NUESTROS PARTNERS DE LA INDUSTRIA"

¿Cómo se han enfrentado al Covid-19? Contesta que lo han hecho buscando siempre el anticiparse a las necesidades de la farmacia, "para facilitarle su gestión diaria y su adaptación al nuevo escenario".

Por ello, han impulsado webinars formativos de salud y de gestión para responder cuestiones actuales de salud y replantear aspectos como la comunicación y la relación con el paciente en el nuevo contexto.

"Hemos lanzado Farmaoffice go, sin coste en el marco del Covid-19, y canalfarmaciaonline para ayudar a los socios a digitalizar la farmacia y fortalecer el canal farmacia en el mundo online en un contexto en que este ha cobrado más relevancia", remarca. A través de ambas herramientas, han favorecido, de la misma manera, que la farmacia pudiera ofrecer encargos de productos de parafarmacia, minimizando riesgos y potenciado la relación con el cliente al mismo tiempo.

Como cooperativa de farmacéuticos, han continuado "defendiendo el rol de la farmacia como agente sanitario clave" y manteniendo su compromiso con el entorno, "acercando material de protección a la población, liderando la provisión a las farmacias de Cataluña y Comunidad Valenciana de mascarillas, entre otras acciones".

A su entender, "el coronavirus ha traído cambios a muchos niveles y todos tenemos que adaptarnos a ellos". En estos cambios, "toman más relevancia conceptos como formación, digitalización y cooperación".

"La formación es hoy, si cabe, más imprescindible para mantenernos actualizados ante los cambios rápidos del entorno y tener capacidad de respuesta en todo momento. La digitalización ya se ha convertido en una

realidad que conlleva cambios, pero también oportunidades de consumo y relacionales", estima Calduch. Suma a todo esto la cooperación, "como garantía de afrontar y adaptarse a todos los cambios con capacidad y agilidad".

Desde fedefarma, entienden que la farmacia requiere soluciones que la ayuden en la digitalización y la omnicanalidad. Esta omnicanalidad, en todo momento, "ha de respirar y poner en valor los atributos de la farmacia como la profesionalidad, la confianza y la cercanía". Por otro lado, "empoderar el canal acercando al online lo mejor de él, el consejo y la atención farmacéutica, y reforzar la Oficina de Farmacia offline promocionando la atención e incidiendo en el tráfico del cliente y en la mejora de su experiencia". Precisamente, con esta visión, fedefarma ha impulsado tanto canalfarmaciaonline como Farmaoffice go, "herramientas que acercan a la farmacia para ayudarla en la digitalización". +

PALAU-SOLITÀ I PLEGAMANS DISPONDRÁ DE MÁS DE 5.000 ARTÍCULOS EN PREPARACIÓN ROBOTIZADA

Trabajan para dar la máxima respuesta a las necesidades de la farmacia

¿En qué punto nos encontramos en lo que a desabastecimiento se refiere? Vicenç J. Calduch dilucida que el desabastecimiento tiene diversas causas, como podría ser la mayor demanda en países emergentes. Desde fedefarma, según describe, trabajan para dar la máxima respuesta a las necesidades de la farmacia y, por tanto, cubrir la demanda de su paciente mediante su capacidad logística. Para ello, disponen de una red de siete almacenes estratégicamente distribuidos (a la que se suma el nuevo que se encuentra en construcción), más de 650 rutas o el vademécum más amplio del país, entre otros.

Asimismo, para que este abastecimiento se dé en todo el territorio, todas las farmacias socias son servidas en base a los mismos criterios, al margen de su tamaño y ubicación. "En línea con nuestros valores y compromiso con el entorno en el que desarrollamos la actividad, nunca hemos exportado", concluye.