

ENRIQUE AYUSO, PRESIDENTE DE GRUPO HEFAME

“La pandemia ha evidenciado la importancia de la humanización de las empresas”

TODOS UNIDOS SOMOS MÁS FUERTES Y PODEMOS VENCER LAS SITUACIONES MÁS COMPLICADAS, TENEMOS EL MEJOR SISTEMA SANITARIO DEL MUNDO, CON UNOS PROFESIONALES EXCELENTES, Y LA DISTRIBUCIÓN FARMACÉUTICA, JUNTO A LA RED DE FARMACIAS, SON ESENCIALES EN EL SISTEMA DE SALUD. ESTAS SON LAS LECCIONES APRENDIDAS A LO LARGO DEL ÚLTIMO AÑO POR GRUPO HEFAME, CUYO PRESIDENTE NOS HACE BALANCE DEL AÑO Y NOS ADELANTA ALGUNOS DE SUS PROYECTOS.



Procede de una saga de farmacéuticos muy querida. **Enrique Ayuso**, presidente de Grupo Hefame desde el pasado mes de noviembre, señala con orgullo que es el quinto miembro de su familia con el mismo nombre y apellido que se dedica a esta profesión, y que ha aceptado desde un gran compromiso la tarea de ponerse al frente de “un magnífico equipo de profesionales”.

Le pedimos que valore cómo ha sido el último año para Hefame. “Ha sido un año complicado para todos y de una actividad muy intensa, no solo para nuestra cooperativa”, afirma. A pesar de las dificultades, se muestra satisfecho con la labor de su equipo: “Afrontar con acierto la pandemia era un reto, y hemos demostrado nuestra capacidad de adaptación y nuestro compromiso con los socios y con la sociedad”.

Destaca que todo esto es y ha sido posible gracias al equipo humano de Hefame, “cuya implicación ha sido palpable en todo momento, y muy especialmente en los días más complicados de la pandemia. En aquellos momentos, aun sin saber exactamente cómo se transmitía el virus, los trabajadores se pusieron a disposición de la empresa para lo que se les pudiera necesitar”.

A pesar de que tuvieron que “readaptar” procesos, protocolos y procedimientos de trabajo, Hefame continuó adelante con su plan estratégico “desarrollando proyectos que ya son un hito para la cooperativa y para

El farmacéutico, siempre detrás en su e-commerce

Desde Grupo Hefame valoran el e-commerce de su cooperativa frente a otros del mercado porque mantiene una estructura en la que cada farmacia tiene una web, que la cooperativa desarrolla para ellas, con un dominio propio que permite que sea la propia farmacia la que vende, ofrezca garantías y respaldo al paciente. *“Quien compra a través de nuestro e-commerce siempre tiene la seguridad de que el farmacéutico está detrás”,* certifica Enrique Ayuso. Aclara que hay una aplicación móvil a través de la cual el paciente puede acceder en cualquier momento a sus datos de salud. *“Es un modelo que ha dado un gran salto adelante durante la pandemia, que seguirá cambiando y que alcanzará su plenitud en los próximos diez años”,* prevé. A su modo de ver, *“estamos viendo cómo la tendencia es que convivan el espacio físico y el digital”. “Los farmacéuticos ya tenemos el físico, solo tenemos que potenciar el digital, y en ello estamos, pero siempre con el valor añadido del consejo farmacéutico”,* concluye.

el sector”, como la construcción de su segundo almacén regulador en Ribarroja (Valencia), que les permitirá mejorar el nivel de servicio a sus socios de todo el país. *“Habría sido muy sencillo para nosotros parar este proyecto, pero consideramos que era necesario para seguir mejorando y logramos terminarlo en poco más de un año”.* De forma paralela, Hefame puso en marcha con éxito proyectos tecnológicos, sociales y medioambientales, *“sin que el servicio a los socios se viera afectado”.*

Cinco ejes muy claros

La cooperativa cerró 2020 con una facturación de 1.411 millones de euros. *“Aunque el dato de facturación es histórico, creo que lo importante es que hemos logrado seguir creciendo de manera sostenible”,* afirma su presidente.

Su plan estratégico anterior contemplaba cinco ejes: mejora del servicio, impulso de la marca propia Interapothek (ia), diversificación, optimización interna y defensa del modelo.

Ayuso destaca el relanzamiento de secciones profesionales, como la veterinaria, o el refuerzo de la actividad formativa para los farmacéuticos, *“que ha dado un salto en oferta y calidad, porque consideramos que el farmacéutico ha de estar formado y actualizado para poder ofrecer la atención farmacéutica esencial que la sociedad necesita”.*

Su marca propia, ‘ia’, ha avanzado como nunca. *“Es un referente en el sector, imagen de calidad a precio competitivo, innovadora, presente en más de 22 países, que no tiene techo y que vamos a seguir impulsando”,* manifiesta. Este último año, ‘ia’ ha tenido un protagonismo especial, ayudando a servir a la farmacia productos que necesitaban los pacientes y que, en ocasiones, escaseaban en el mercado.

Sobre la diversificación, Ayuso sostiene que *“es lo que ha hecho grande a Hefame”.* En lugar de circunscribirse a un modelo de negocio localista de una sola línea, la cooperativa ha abierto fronteras, físicas y de negocio, para seguir avanzando, como la apertura de los servicios de su operador logístico, Olmed, a administraciones, industria e incluso otras cooperativas. A ello se añade el mantenimiento de la logística de los materiales fungibles para el Servicio Murciano de Salud en la Región

de Murcia, que ha supuesto un ahorro a la Administración que *“ahora compra mejor y lleva un estricto seguimiento de su stock aprovechando la logística y los sistemas de control de la cooperativa”.*

En todos sus planes estratégicos Hefame incluye, asimismo, la defensa del modelo farmacéutico, que Ayuso califica como *“el mejor del mundo y el único que garantiza el servicio a las farmacias allá donde estén, las 24 horas del día”.* Gracias al compromiso de la cooperativa y la distribución con este modelo, incluso en las peores circunstancias realiza sus repartos tres y cuatro veces al día. *“Este, -dice el presidente de Hefame-, es el valor de nuestro modelo, que hay que cuidar, potenciar y reconocer”.*

A la altura de las circunstancias

“Haber distribuido la vacuna del Covid-19 nos ha hecho sentir que somos una pieza fundamental del sistema de salud y que somos parte de la solución a una pandemia que ha hecho estragos en la sociedad en el ámbito global”, afirma Ayuso. Con su logística, Hefame ha ayudado a que las dosis lleguen a todos los ciudadanos, un reto en el que, apunta, se han *“dejado la piel”,* adaptándose a las necesidades de la Administración y esforzándose en todo momento para ser totalmente eficientes *“porque la sociedad lo necesita”.*

En su opinión, el desarrollo de las vacunas es la noticia más trascendente de los últimos doce meses. *“Ha sido un hito, casi un milagro, realizado por la industria farmacéutica, que ha estado a la altura y ha demostrado su enorme valor. Las vacunas han salvado muchas vidas”,* reflexiona. A ello se han unido, tal como apunta, *“acontecimientos de gran repercusión social y tan reconfortantes para quienes trabajamos en el ámbito de la salud como el reconocimiento público de la excelencia de los profesionales sanitarios de nuestro país, médicos, enfermeros, farmacéuticos, distribución... Ahora toca seguir trabajando para que la Administración reconozca a las farmacias y a la distribución como piezas esenciales del sistema de salud”,* añade.

Respecto a otros proyectos realizados, sostiene que la construcción de su almacén de Valencia, que será su segundo centro regulador, les ayudará a crecer de forma sostenible y a mejorar el servicio a sus socios. A nivel tecnológico, el desarrollo de la farmacia F+, el kiosco digital, el e-commerce y, más recientemente el cuadro de mando para optimizar la gestión de las boticas, se cuentan en la cooperativa como logros esenciales para la transformación digital de sus farmacias.

Sobre las lecciones aprendidas de la pandemia, destaca *“que todos unidos somos más fuertes y podemos vencer las situaciones más complicadas; que contamos con el mejor sistema sanitario del mundo, con unos profesionales excelentes, y que la distribución farmacéutica y la red de farmacias son, y han de ser reconocidas como esenciales en el sistema de salud”.*

¿Cuáles son los principales desafíos a los que se enfrentan este año? *“Existe un gran reto relacionado con la planificación ‘a futuro’ por las cambiantes circunstancias sociales, pero la decisión de haber reducido a dos años la duración de nuestro plan estratégico nos va a permitir superar nuestros objetivos y, en caso necesario, redirigir nuestros planteamientos. Son desafíos apasionantes para el presidente de Hefame “seguir afrontando con éxito la transformación del perfil de nuestros clientes y las necesidades de nuestros socios, y, sin duda, avanzar en nuestro compromiso medioambiental y de responsabilidad social”.*

Ayuso subraya que *“si bien la pandemia ha sido una prueba de resistencia para la sociedad en su conjunto, también ha evidenciado la importancia de la humanización en las empresas”.* En su opinión, *“durante la crisis, las compañías han sacado lo mejor de ellas para ayudar a sus empleados, sus clientes y sus proveedores, y ser socialmente responsables. Quizá, el mayor reto sea mantener ese espíritu”,* concluye el presidente. +