

XAVIER CASAS, PRESIDENTE DE FEDEFARMA

# Las cifras de 2020 evidencian la confianza de las farmacias en fedefarma

“AYUDAR A LA FARMACIA A ESTAR DIGITALMENTE PREPARADA HA SIDO UNA DE LAS PRINCIPALES PRIORIDADES DE FEDEFARMA DESDE EL INICIO DE LA PANDEMIA”.

**P**ara fedefarma, 2020 fue un buen año: se convirtió en la distribuidora que más creció en su área de influencia y progresó 4,8 puntos por encima de la media del mercado. Es por eso que, pese a las circunstancias de la pandemia, su *presidente, Xavier Casas*, lo valora *“positivamente”*. Principalmente porque en un contexto que ha continuado siendo desafiante para todos, *“hemos sido la distribuidora que más hemos crecido en nuestra área de influencia, concretamente, 4,8% puntos por encima del mercado”*. Más allá de los datos, *“estas cifras significan que estamos respondiendo a las necesidades de la farmacia y que esta confía en la cooperativa y en nuestra capacidad de transferirle valor profesional y rentabilidad”*, señala.

Así pues, *“satisfechos por los objetivos conseguidos”* en el último año, han cerrado el ejercicio



de 2020 habiendo crecido un 7,6% en farmacias socias, "lo que se suma a los datos de crecimiento de cuota y que ratifican nuestro liderazgo en Cataluña y nos consolidan en el top 3 de distribuidores en la Comunidad Valenciana", manifiesta el presidente de fedefarma. Asegura que todo ello, "nos anima a seguir en la misma línea de trabajo, acelerando proyectos estratégicos y claves para el crecimiento de la farmacia, como hemos hecho en 2020 con nuestro nuevo almacén de Palau-solità i Plegamans o toda la propuesta de digitalización".

A nivel logístico, destaca el proyecto del almacén de Palau, cuya obra civil e incorporación de gran parte de la robótica finalizó el año pasado, y estará funcionando en el último trimestre de este año. "Su automatización permitirá mejorar el nivel de servicio, los tiempos de entrega y el vademécum de productos de baja rotación, ayudando a la farmacia también a dar un mejor servicio", avanza Casas. Por otro lado, también están trabajando en la renovación y ampliación del almacén de Valencia, "con el fin de dar cobertura a nuestro crecimiento en la Comunidad Valenciana".

### **Impulsando la digitalización de las farmacias**

De igual manera, añade, "ayudar a la farmacia a estar digitalmente preparada ha sido una de las principales prioridades de fedefarma desde el inicio de la pandemia". Muestra de ello, expresa el directivo, "es que solo unas semanas tras iniciarse el confinamiento activamos a través de CanalFarmaciaOnline los datos de cerca de 3.000 farmacias para facilitar su posicionamiento online, aun no teniendo web".

En relación a la digitalización, cuenta que están trabajando para responder a la farmacia en tres niveles: "Uno directamente desde ella a su cliente de proximidad a través de farmaoffice y farmapremium; facilitándole comunicarse con el cliente, hacer encargos o tener un ecommerce omnicanal que replica lo que se ofrece en la farmacia física". Además, llevan tiempo trabajando en crear un repositorio de datos digitales que ya está aplicado en algunas plataformas, "como el área privada". El tercero, es un proyecto sectorial "para tener una solución competitiva de e-commerce de parafarmacia que acerque el cliente que busca estos productos online a la farmacia comunitaria".

## **"LAS CIFRAS SIGNIFICAN QUE ESTAMOS RESPONDIENDO A LAS NECESIDADES DE LA FARMACIA Y QUE ESTA CONFÍA EN LA COOPERATIVA Y EN NUESTRA CAPACIDAD DE TRANSFERIRLE VALOR PROFESIONAL Y RENTABILIDAD"**

Además, la distribución y mantenimiento de las vacunas contra el Covid-19 ha sido el gran reto de la distribución para muchas empresas, si bien, según Casas, las soluciones aportadas por cada comunidad han sido diferentes. A su juicio, no obstante, "hace falta poner en valor aquellas comunidades que han apostado por la distribución farmacéutica para la distribución de las vacunas contra el coronavirus". "Nosotros nos ofrecimos a la Administración a colaborar en este aspecto. Siempre hemos estado a disposición de las autoridades y de la sociedad para ayudar en todo aquello que sea posible", señala.

Precisamente la cooperación es uno de los aspectos que remarca el presidente de la cooperativa de entre todas las vivencias que la distribución farmacéutica ha coleccionado en los últimos doce meses. En

opinión de Casas, "las noticias más destacables son las que impulsan el potencial sanitario de la farmacia, mostrando todo lo que pueden hacer por la salud de todos. Por ejemplo, la colaboración de las farmacias comunitarias con la distribución farmacéutica y las farmacias hospitalarias para acercar los medicamentos hospitalarios a los pacientes, o el inicio de proyectos como el cribaje de cáncer de cérvix que ahora se inicia en Catalunya".

## **"HACE FALTA PONER EN VALOR AQUELLAS COMUNIDADES QUE HAN APOSTADO POR LA DISTRIBUCIÓN FARMACÉUTICA PARA LA DISTRIBUCIÓN DE LAS VACUNAS CONTRA EL CORONAVIRUS"**

En la misma línea, "innovar y tener capacidad de anticiparse" para ir por delante y poder responder "de manera solvente" a los cambios es una de las lecciones aprendidas "imprescindibles", de esta pandemia, en palabras de Xavier Casas.

### **Cooperación y colaboración: un valor incuestionable**

Igualmente, cree que también ha quedado "muy patente" cómo de necesario es cooperar y trabajar en común. "Tanto desde el punto de vista del sistema sanitario, que ha visto cómo la farmacia ha sido agente clave y referente para el ciudadano y todo el potencial que tiene aún que aportar; como de todos los agentes, que hemos sido capaces de impulsar iniciativas pioneras como el nuevo circuito de entrega de MHDA", subraya. Insiste, a este respecto, que el Covid-19 ha vuelto a demostrar la importancia de la colaboración entre todos los agentes, "y creo que iniciativas colaborativas, como el mencionado circuito de MHDA, se quedarán por lo que aportan al sistema sanitario y al paciente".

También está convencido de que la digitalización y las nuevas maneras de comunicación con el paciente a través del canal online "han llegado para quedarse". Lo imprescindible, eso sí, "es que esta digitalización traslade los atributos del canal farmacia a la red y genere un ecosistema omnicanal". El e-commerce en la farmacia ha evolucionado rápidamente, por eso, desde fedefarma, están ayudando a la farmacia a ser omnicanal, trasladando el posicionamiento offline al mundo online. "La propuesta de la cooperativa se centra fundamentalmente en acercar a la farmacia un e-commerce para su cliente de proximidad que se corresponda con el contenido, los precios, etc. que ya ofrece en offline, mediante farmaoffice y farmapremium", explica su presidente.

Y es que, el principal desafío al que se enfrenta la cooperativa, bajo su punto de vista, es seguir respondiendo a las necesidades de la farmacia con la misma calidad: "Esto es seguir siendo autoexigentes en nuestro servicio a la farmacia, a nivel de distribución y vademécum, en las alianzas estratégicas con partners de la industria". Al igual que "innovar para acercar a la farmacia servicios de valor como la formación o las soluciones digitales, así como seguir priorizando los intereses del farmacéutico como agente de salud principal", relata Xavier Casas. Sin dejar de lado la colaboración entre cooperativas como punto primordial para la sostenibilidad del modelo. Concluye Casas que "desde fedefarma impulsamos diversos proyectos con cooperativas con las que compartimos valores para dar respuesta a retos globales del sector, como farmapremium y la propuesta digital. Y, de hecho, consideramos estas colaboraciones fundamentales para el progreso y el beneficio de la farmacia". +