

ANTONIO MINGORANCE, PRESIDENTE DE BIDAFARMA

“La distribución farmacéutica es la única experta en el medicamento. No transportamos mercancías, transportamos salud”

A PESAR DE LA PANDEMIA, LA HUELGA DE TRANSPORTES, LA ESCASEZ DE SUMINISTROS O EL ENCARECIMIENTO ENERGÉTICO, 2021 HA SIDO UN AÑO MUY POSITIVO PARA LA COOPERATIVA DE DISTRIBUCIÓN FARMACÉUTICA, QUE CERRÓ EL EJERCICIO CON BUENAS CIFRAS DE FACTURACIÓN Y REANUDANDO VARIOS PROYECTOS DE SU PLAN ESTRATÉGICO QUE TUVIERON QUE SUSPENDERSE POR LA PANDEMIA.

2021 ha sido un año con bastantes contratiempos para el sector farmacéutico. A la continuación de la pandemia ha habido que sumarle otros hechos relevantes como la huelga de transportes, la escasez de suministros, o el encarecimiento energético. Y pese a todo ello, para Bidafarma ha sido un buen año, tanto en la consecución objetivos como en lo económico.

56 **Antonio Mingorance**, presidente de la cooperativa de distribución farmacéutica, explica que cerraron el ejercicio del año anterior cumpliendo metas: “Bidafarma concluyó 2021 con una facturación de 2.524 millones de euros, un incremento del 1,65% si lo comparamos con nuestros datos de 2020”.



Sin embargo, aclara que los objetivos de la compañía no son meramente económicos. Por el contrario, *“la principal razón de ser es seguir apoyando nuestro modelo farmacéutico desde la distribución cooperativa, y dotar a la farmacia de todas las herramientas necesarias para desplegar su labor asistencial”*, afirma Mingorance.

Vuelta a la normalidad tras la pandemia

Convirtiendo las buenas intenciones en hechos, en 2021 han llevado a cabo varios proyectos destacables. En concreto, el presidente de la cooperativa de distribución mayorista de medicamentos de amplia gama cuenta que el año pasado comenzaron a retomar aquellos proyectos del Plan Estratégico que debido a la crisis del coronavirus tuvieron que posponerse. *“Comenzamos a trabajar en la puesta en marcha de nuestras nuevas instalaciones logísticas en Castro Urdiales (Cantabria) para asentarnos en la zona norte de nuestro país y en San Fernando de Henares (Madrid), para afianzar nuestra presencia en la capital madrileña. Ambos almacenes tienen prevista su apertura durante 2022”*, detalla.

Por otro lado, *“continuamos afianzando nuestra política de responsabilidad social corporativa colaborando con las administraciones, las asociaciones de pacientes y con el medioambiente”*. De igual forma, agrega el directivo, *“estamos implementando soluciones tecnológicas para la automatización de procesos”*. Todo se resume, a su modo de ver, en que *“2021 ha significado el fin del periodo de transición de Bidafarma y la consolidación de nuestra cooperativa como referente en el sector”*.

A nivel general, Antonio Mingorance se moja sobre la noticia relacionada con la distribución farmacéutica que considera más importante entre todas las del año pasado. Para él, el principal hecho de 2021 es el reconocimiento social a la labor sanitaria de la farmacia. *“Bidafarma ha conseguido que a ningún paciente durante los peores meses de la pandemia le haya faltado su medicación”*, asegura. Eso se debe a que *“hemos trabajado muy duro, porque sabíamos que la farmacia era el único centro sanitario de proximidad con el que podía contar la población”*. *“Si algo tenemos claro es que la distribución farmacéutica es la única experta en el medicamento; no transportamos mercancías, transportamos salud”*, subraya el presidente de la compañía.

En la misma línea, considera que el principal reto de la distribución en la era poscovid tiene relación con que la pandemia haya puesto de manifiesto la importancia de la distribución farmacéutica, y también con que haya servido *“para constatar la eficiencia de nuestro proceso de mejora continua que ha garantizado en todo momento a las farmacias los medicamentos y otros productos sanitarios imprescindibles”*.

Quizás, esgrime, *“hemos aprendido que no debemos depender tanto de mercados”*. Y, sin embargo, cree que *“actualmente vivimos en una incertidumbre global por el encarecimiento de la energía y combus-*

tibles, por lo que el desafío más complicado será el de adaptarse al nuevo contexto”.

La sostenibilidad como eje de la actividad del sector

Otro pilar que la industria no puede dejar de lado en los tiempos que corren es el de la sostenibilidad, y Bidafarma no es una excepción. Su presidente detalla las acciones que realizan para proteger el medioambiente y luchar contra el cambio climático, reiterando su compromiso con este gran reto global. Por ese motivo, *“desde 2019 comenzamos a medir nuestra huella de carbono e implantamos un Plan, de Reducción de Emisiones con el que pretendemos reducir y compensar nuestras emisiones a la atmósfera”*, apunta. Dentro de ese Plan, se incluyen medidas como la sustitución de vehículos comerciales de combustión por híbridos o la implantación de paneles solares en los almacenes para obtener electricidad y ser capaces de autoabastecerse energéticamente. *“También estamos sustituyendo progresivamente los vehículos de reparto de combustión por eléctricos 100% para el acceso a los centros de las grandes ciudades”*, añade Mingorance.

De la misma forma, *“Bidafarma ha conseguido para el año 2020, y por segundo año consecutivo, el sello Calculo dentro del proceso de registro de huella de carbono, compensación y proyectos de absorción de CO₂ establecidos por el Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITERD)”*.

Por otro lado, expone su punto de vista sobre si hay suficientes almacenes de distribución farmacéutica en nuestro país. A su modo de ver, será el mercado el que dirá si esto es así o no. Actualmente, *“con la digitalización y el Big Data, podemos conocer mejor la eficiencia de nuestras instalaciones y nuestras rutas logísticas”*, aclara.

A propósito de la innovación, Antonio Mingorance aborda el modelo de e-commerce por el que la cooperativa apuesta. Así pues, *“Bidafarma apuesta por el modelo que sea más útil para la farmacia y que le permita el despliegue de su labor sanitaria y asistencial”*. En este sentido, indica que la compañía está habilitada como Agente Digitalizador para acercar el Kit Digital a las farmacias. *“Desde la cooperativa, las acompañamos en el proceso de transformación digital, y para ello ponemos a su disposición diferentes servicios digitales como Bida Redes, en que el gestionamos la presencia en redes sociales de las farmacias, o Farmapremium, para ayudar a la gestión de los clientes de la farmacia”*.

Por último, el presidente de Bidafarma concluye señalando en qué momento se encuentra la colaboración entre cooperativas, ya que recientemente se ha visto una integración. No obstante, bajo su punto de vista, el sector continúa estando atomizado. Pese a ello, remata, *“estamos abiertos a colaboraciones e integraciones, pero no con el objetivo de ganar tamaño, sino de ganar fuerza para proteger a las farmacias y darles el mejor servicio”*. +

“NUESTROS OBJETIVOS NO SON MERAMENTE ECONÓMICOS; TAMBIÉN QUEREMOS SEGUIR APOYANDO NUESTRO MODELO FARMACÉUTICO DESDE LA DISTRIBUCIÓN COOPERATIVA Y DOTAR A LA FARMACIA DE LAS HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA DESPLEGAR SU LABOR ASISTENCIAL”