

JAVIER CASAS, DIRECTOR GENERAL DE ALLIANCE HEALTHCARE ESPAÑA

“El reto del sector de la distribución es seguir afianzando la relación con la oficina de farmacia”

2021 HA SIDO UN AÑO POSITIVO PARA ALLIANCE HELTHCARE: ADEMÁS DE CUMPLIR CON LOS OBJETIVOS MARCADOS, HA PUESTO EN MARCHA UNA NUEVA SEDE CORPORATIVA, SE HA HECHO EFECTIVA LA ENTRADA DE AMERISOURCEBERGEN AL ACCIONARIADO Y SE HA ESTRENADO EL SERVICIO DE TELEMEDICINA ALPHEGA SALUD, ENTRE OTRAS ACCIONES.

El balance que hace **Javier Casas**, *director general de Alliance Healthcare*, sobre la compañía, en un año de fluctuaciones nacionales e internacionales, es positivo: *“Hemos superado los numerosos desafíos que la inestabilidad e incertidumbre del entorno nos ha planteado, demostrando capacidad de adaptación, resiliencia y, cuando ha sido necesario, de reorientación de nuestras acciones”*.

Además, han aportado soluciones para todo el ciclo de vida del medicamento, desde los ensayos clínicos hasta herramientas para la gestión de las farmacias comunitarias y han afrontado la emergencia o agravación de diferentes problemáticas, que han impactado no solamente al sector de la distribución farmacéutica, sino al conjunto de la economía, a nivel nacional e internacional: *“Se trata*



principalmente de la presión inflacionaria, ya sea de las materias primas o de algunos productos, así como del aumento de los costes energéticos". Casas anticipa que la compañía ha logrado cumplir con los objetivos que tenía marcados en el pasado año: "2021 ha traído consigo un aumento en las ventas, la incorporación de nuevos profesionales a la compañía y una mayor penetración en aquellos puntos de la geografía española donde ya estábamos presentes". También han puesto en marcha una nueva sede corporativa en Viladecans, en Barcelona, un proyecto que ha contado con una inversión de 35 millones de euros y que les ha permitido aumentar la superficie logística para atender las demandas de las farmacias, de la industria farmacéutica y del resto de agentes que integran las distintas etapas del ciclo de vida del medicamento. También en 2021 se ha hecho efectiva la entrada de AmerisourceBergen al accionariado, que ha reforzado la ya sólida salud financiera de la compañía y que promoverá, a medio y largo plazo, la realización de nuevas inversiones, así como la facilitación de nuevas alianzas, locales y globales.

Entre los distintos proyectos que la empresa ha llevado a cabo durante el pasado año, Casas resalta Alphega Salud, un servicio de telemedicina mediante el cual los pacientes de la oficina de farmacia pueden hacer una consulta o recibir un primer diagnóstico de un profesional médico o veterinario, a través de videoconferencia, conectándose desde cualquier dispositivo móvil, tablet u ordenador.

"A nivel más estratégico, destacan el conjunto de soluciones asociadas a la reinversión de lo que entendemos debe ser una distribuidora farmacéutica, avanzando hacia un modelo de compañía de soluciones del ámbito salud. Todas aquellas iniciativas vinculadas a la oferta de soluciones para distintas etapas del ciclo de vida del producto farmacéutico, que están obteniendo una gran aceptación por parte del mercado", resalta el directivo.

Los retos de la distribución farmacéutica

Javier Casas, destaca como hitos de 2021 en la farmacia, la posibilidad de administrar test de antígenos profesionales y hacer llegar los resultados al sistema de salud, la posibilidad de hacer seguimiento de enfermos crónicos, la capacidad de administrar vacunas o la potestad para emitir certificaciones. "Una de las lecciones más importantes en la era postCovid, o nueva etapa del Covid, es el papel fundamental que ejerce la farmacia dentro del Sistema Nacional de Salud, un agente sanitario vital en las horas más difíciles de la pandemia. El principal reto al que se va a someter el sector de la distribución es precisamente seguir afianzando esta relación con la oficina de farmacia, un tándem imprescindible para el cuidado de la salud". En Alliance Healthcare apuestan por el desarrollo de la farmacia como centro de salud referente y más cercano al ciudadano, algo que solo se consigue a través de la colaboración estrecha entre la distribución y las boticas.

Para Casas, el reto de la distribución debe ser disponer de las capacidades para cubrir todo este arco de servicios y soluciones para cada fase del ciclo de vida de un medicamento: "La distribución farmacéutica del futuro debe seguir añadiendo valor a sus servicios y reforzando aquellas áreas que dan servicio a toda la cadena de valor del medicamento, desde la creación del producto, participando en la gestión de ensayos clínicos, hasta la aportación de servicios de asesoramiento y soluciones ofrecidas a la farmacia comunitaria, pasando por servicios especializados como la logística sanitaria o la tradicional de distribución farmacéutica".

Respecto a si hay suficientes almacenes de distribución farmacéutica en nuestro país, el directivo responde que no se trata de un tema de número de almacenes, sino del uso de los mismos y del valor añadido que aportan a la cadena de suministro sanitario: "Se trata de tener una red de centros de almacenaje que respondan a las necesidades y

especificidades estrictas del producto farmacéutico, de la industria y de las farmacias comunitarias. Por tanto, no es un tema cuantitativo, sino cualitativo".

Acciones sostenibles

En Alliance Healthcare calculan de forma anual las Emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) realizadas durante el ejercicio fiscal, basándose en los estándares internacionales EPA y DEFRA. En cuanto a la eficiencia energética, todos los centros de España usan energía verde, gracias a un proceso de transformación que iniciaron en 2018, y utilizan luces LED y climatización, además de realizar auditorías energéticas periódicas.

En el ámbito del transporte, "una de las iniciativas que hemos impulsado es la implementación de un optimizador de rutas, denominado Work & Track, que nos ha permitido mejorar la eficiencia de las rutas en un 11,8% y los kilómetros recorridos, en un 23,9%; y hemos cerrado un acuerdo con Transportes Caliches para realizar traslados mediante vehículos propulsados por gas, que permitirán el ahorro de un 32% de las emisiones de CO₂", explica Casas.

Modelo e-commerce y más allá

El director general de Alliance Healthcare opina que la distribución no debe desarrollar un modelo de e-commerce directo con el paciente, sino que "nuestra idea pivota sobre la mejora de la relación entre el paciente y la farmacia, a través de herramientas tanto online como offline. En Alliance Healthcare estamos convencidos del valor del farmacéutico como agente indispensable dentro del Sistema Nacional de Salud, y nuestras políticas van enfocadas en esa dirección, en otorgar a la farmacia el papel que le corresponde, conectada tanto a los pacientes como al resto de agentes sanitarios".

Explica que el miedo a la llegada de gigantes como Amazon no es un temor exclusivo de la actual distribución farmacéutica, sino de varios sectores: "La digitalización no debe entenderse como un problema y la entrada de nuevos operadores tampoco, sino que nos obliga a los agentes actuales a innovar e identificar nuevas oportunidades en ámbitos de mayor valor añadido y alta especialización en distintas fases del ciclo de vida del medicamento".

El directivo apuesta por combinar el conocimiento, la experiencia y la operatividad global con las nuevas herramientas que la digitalización pone a nuestra disposición, como la Inteligencia Artificial, el Machine Learning o el Big Data, entre otras: "Alliance Healthcare dispone de esta experiencia y del conocimiento especializado que exige una industria compleja y altamente regulada como es la sanitaria, e invertimos en innovación para ofrecer servicios críticos para responder a las necesidades del paciente".

Colaboración entre cooperativas

Casas puntualiza que Alliance Healthcare no es una cooperativa farmacéutica, "pero llevamos más de 100 años operando en un mercado copado por cooperativas. Existe un gran nicho tanto en farmacias fuera de cooperativas como complemento a estas. No es fácil operar en un modelo de distribución como el español, fuertemente verticalizado. Aportamos transparencia, claridad y diferenciación, estabilidad financiera y experiencia".

Por esto, cree que la colaboración entre las empresas de la distribución farmacéutica ha sido fundamental en el contexto pandémico, y esta colaboración debe continuar funcionando para no echar por tierra todo el trabajo que se ha realizado conjuntamente: "No nos podemos permitir dejar de lado las enseñanzas aprendidas, y si algo nos ha enseñado la Covid-19, es que la colaboración es vital para avanzar hacia un sector de la farmacia competente y capaz". +