

XAVIER CASAS, PRESIDENTE DE FEDEFARMA

“Seguimos creciendo por encima de mercado en todas nuestras zonas de actuación”

LA COOPERATIVA CATALANA DE DISTRIBUCIÓN FARMACÉUTICA CERRÓ EL EJERCICIO DE 2021 CONSIGUIENDO LOGRAR TODOS LOS OBJETIVOS MARCADOS EN SU HOJA DE RUTA GRACIAS A UNA POLÍTICA BASADA EN VALORES DE TRANSPARENCIA Y DE APORTACIÓN EN RENTABILIDAD A LAS FARMACIAS.

2021, a pesar de las circunstancias complicadas por la pandemia, ha sido un año de consolidación del plan estratégico en curso para Fedefarma. **Xavier Casas**, presidente de la cooperativa catalana que ofrece servicios integrales para las farmacias, valora muy positivamente el último año por varias razones. El primer eje es haber seguido creciendo por encima de mercado en todas las zonas de actuación, “gracias a una política basada en valores de transparencia y de aportación en rentabilidad a las farmacias”. Un proyecto que, recalca, “nos hace seguir ganando cuota de mercado, afianzados por nuevas inversiones con almacenes que mejoran el servicio a las farmacias en Palau, Alicante y Valencia”.

También muestra su orgullo por otras iniciativas que, año a año, se van consolidando a nivel nacional y que ayudan en la transformación



“LA DISTRIBUCIÓN DEBE SEGUIR DANDO RESPUESTA A LAS NECESIDADES EN PRODUCTO Y SERVICIO QUE TENGAN LAS FARMACIAS”

digital de las farmacias. “Soluciones digitales como el Business Intelligence de la farmacia o la creación de webs de la mano de Farmaoffice”, apunta. En la misma línea, destaca otros lanzamientos de visión nacional como Repofarma, “un proyecto que da solución al laboratorio de la problemática de hacer llegar los contenidos media del producto a las farmacias”. Con todo, Casas quiere poner de relieve el acuerdo estratégico con Actibios, “proyecto que nos permite ser el distribuidor líder en número de referencias a las farmacias”.

Los desafíos de la distribución después del Covid

En resumidas cuentas, Fedefarma cerró el ejercicio de 2021 consiguiendo lograr todos sus objetivos, como anuncia su presidente: “Los hemos alcanzado en cuanto a facturación, rentabilidad ofrecida a las farmacias, cuota de mercado, consecución del plan estratégico, soluciones a las farmacias, así como en el nivel de satisfacción de nuestros socios”.

A nivel general, el presidente de Fedefarma resalta la noticia relacionada con la distribución farmacéutica que considera la más destacable del año. A su juicio, y sin ninguna duda, señala “la capacidad de la distribución para ofrecer a las farmacias una respuesta excelente a la sociedad, en cuanto a las necesidades derivadas de la pandemia”.

Sin embargo, en plena era post Covid, a la distribución farmacéutica se le presentan por delante otros desafíos. El más urgente y principal, bajo el punto de vista de Xavier Casas, es “el acompañamiento a la farmacia en el proceso de digitalización en su relación con el usuario final”. Se trata de un proyecto que no se limita, según su entender, a un e-commerce, “sino que se potencia la cercanía en la forma en que las farmacias deben comunicarse con sus clientes en esta nueva era digital”, expone.

Es más, afirma que “a nosotros no nos gusta hablar de e-commerce sino de digitalización de la farmacia”. En palabras de Xavier Casas, es erróneo pensar que el futuro de la profesión farmacéutica dependerá de la venta online de productos commodity de parafarmacia. “El futuro de la profesión y del modelo está en integrarnos dentro del proceso asistencial del sistema público de salud”, recalca. Dicho esto, explica, “nuestra propuesta de digitalización nace desde una visión global de la farmacia en la que, de manera natural, digitalice sus procesos para ofrecer una solución omnicanal a su cliente de proximidad, punto esencial de nuestro modelo de farmacia y sin el cual todo el modelo caería”. “Soluciones como el BI, que permite la digitalización y profesionalización de la gestión; Farmaoffice, que permite el canal comunicativo y de venta online también, con nuestro cliente de proximidad, y Repofarma, que

garantiza la calidad de la información digital y es el nexo de unión digital entre laboratorios y farmacias, todo unido con el sistema de fidelización de Farmapremium”, añade. E insiste al respecto que “Fedefarma ya se ha registrado como agente digitalizador y ofrecemos esta solución a nuestros socios, habiendo ofrecido ya este servicio a todas nuestras farmacias. A día de hoy, podemos decir que ya tenemos más de 500 farmacias interesadas en la tramitación del kit digital”.

Otro aspecto fundamental que no hay que pasar por alto es la sostenibilidad. En este sentido, el presidente de Fedefarma pone sobre la mesa las acciones que desde la cooperativa realizan para proteger el medioambiente y la lucha contra el cambio climático, asegurando que “hemos invertido en placas solares en nuestros almacenes, en vehículos híbridos y eléctricos para nuestros comerciales y, próximamente, estaremos preparados para dar soluciones con menor impacto ambiental con nuestras furgonetas”.

Uno de los modelos más equitativos del mundo

Por otro lado, Casas reflexiona sobre si existen suficientes almacenes de distribución farmacéutica en nuestro país, así como cuál es el siguiente paso que ha de dar la distribución. A su modo de ver, “tenemos uno de los mejores modelos de farmacia del mundo y, en parte, es gracias a la distribución cooperativa”. No en vano, prosigue, se trata de “un modelo que asegura la distribución de los medicamentos en las mismas condiciones, independientemente de la ubicación y la rentabilidad puntual, lo que lo hace uno de los más equitativos del mundo”. En tanto, “la cercanía de los almacenes a la farmacia ayuda a ofrecer este nivel de servicio a las farmacias”, agrega.

Este escenario, según lo ve, indica que “la distribución debe seguir dando respuesta a las necesidades en producto y servicio que tengan las farmacias, y acometer las inversiones colectivas que sean necesarias para proteger el modelo de farmacia”.

Y es por eso que la colaboración entre cooperativas va ganando terreno y, muy probablemente, juegue un papel muy importante en el futuro de la distribución farmacéutica. En el caso de Fedefarma, su presidente asegura que siempre han estado abiertos a colaboraciones con cooperativas con las que comparten valores y objetivos. En este sentido, cuenta, “tenemos proyectos en común como Acofarma, Farmapremium o Repofarma”.

De todas formas, sí que le gustaría destacar, para terminar, proyectos que se van consolidando con el Grupo Unnefar, “basados en soluciones de digitalización para la farmacia mediante la compañía que se creó en conjunto llamada SIGMA”. Además, adelanta un nuevo proyecto de expansión territorial que próximamente lanzarán mediante la marca VADEFARMA, “una ambiciosa iniciativa que está en fase de diseño y que seguro ofrecerá una forma diferente de ver la distribución”. +

“SI TENEMOS UNO DE LOS MEJORES MODELOS DE FARMACIA DEL MUNDO EN PARTE ES GRACIAS A LA DISTRIBUCIÓN COOPERATIVA”