

UN MERCADO EN TRANSFORMACIÓN

Cambios en el paisaje de la distribución

▶ El sector está tendiendo a sinergias que reduzcan su atomización y, aunque se trata de un proceso imparabile, es lento y no garantiza por sí mismo la competitividad. El entorno regulatorio podría ser clave para la supervivencia de estas empresas

MARCOS DOMÍNGUEZ

redaccion@correofarmaceutico.com

La distribución farmacéutica española está viviendo uno de los tiempos más duros que recuerda. La caída del gasto en medicamentos, los impagos a las farmacias y otras medidas autonómicas, como el algoritmo de prescripción valenciano o la subasta andaluza, están generando un panorama complicado para un modelo considerado de los más eficaces de Europa. "La mayoría de las medidas legislativas implantadas en 2012, al igual que las de los años anteriores han afectado negativamente a nuestras cuentas de resultados", resume Antonio Pérez Ostos, presidente de Cecofar. Sus efectos no han terminado todavía de asentarse y "cada vez hay menos margen de maniobra".

Aparte de haber entrado en una dinámica en la que los precios están bajando de forma continua, la disminución por primera vez del número de recetas como consecuencia de la implantación del copago ha significado un cambio estructural. "Se ha producido un verdadero cambio en el modelo de negocio", añade.

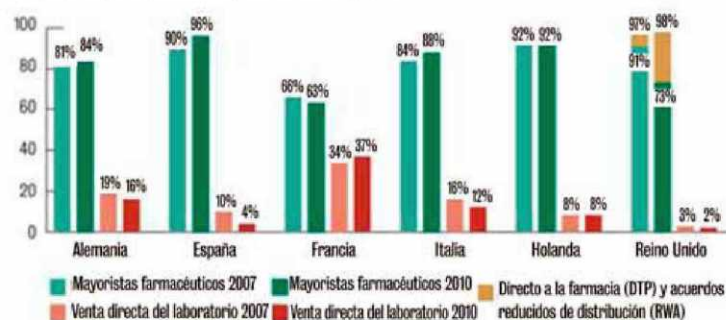
Ante esta *negra* situación, los mayoristas han planteado diversas estrategias enfocadas, por un lado, a la reducción del gasto y, por otro, a la apertura de nuevas vías de ingresos. Pérez Ostos destaca el plan de austeridad que comenzaron hace tres años y la estrategia de expansión territorial, que les ha permitido mejorar su posición.

SIN MARCHA ATRÁS

Las sinergias y procesos de concentración en las distribuidoras parecen las formas más sólidas de enfrentarse a la crisis, una tendencia que difícilmente se revertirá. El objetivo es "unificar ciertas funciones que hacemos por separado con el objetivo de optimizar recursos", señala Juan Jesús Hernández, director gerente de Nafarco, uno de los mayoristas integrados en Unnefar, cooperativa de se-

EL PESO DEL MAYORISTA FARMACÉUTICO

Volumen de ventas (por unidades) del canal distribución en el mercado retail en Alemania, España, Francia, Italia, Holanda y Reino Unido. Comparación de 2007 y 2010.



Fuente: Institute for Pharmacoeconomic Research.

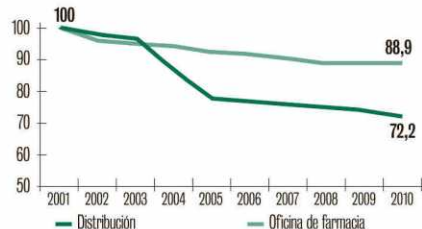
▶ "El objetivo de las sinergias es optimizar recursos", dicen desde Nafarco, de Unnefar

gundo grado que nació el pasado julio de la colaboración entre Cruzfarma y el Grupo UNNE. "La clave", considera Hernández, "va a ser la velocidad de este tipo de integraciones".

La velocidad ha sido decisiva para la creación de

IMPORTANTE CAÍDA DEL MARGEN

Evolución del margen en los seis países de referencia de la UE (%).



Fuente: GIRP.

Novaltia, producto de la fusión entre Aragofar y Vascofar, la primera de éxito en el sector farmacéutico espa-

ñol. En principio prevista para 2015, su proceso fue acelerado debido al rápido deterioro de las condicio-

nes en la distribución farmacéutica española. "Ha sido la primera fusión, pero no será la última", vaticina Fernando Castillo, su director general. "Es la única vía realmente eficaz para poder afrontar los retos y las dificultades con la fuerza que da formar parte de una compañía sólida".

Los gestores de las cooperativas consultadas por CF parecen estar de acuerdo en que la tendencia a la concentración es un proceso imparabile y que cambiará el panorama de la distribución española, más atomizado que el de muchos países de la Unión Europea. Aunque hay que matizar. Según Pérez Ostos, las sinergias son necesarias, pero "se están produciendo más lentamente de lo que sería deseable". "Hay un exceso de producción que hay que eliminar para ser aún más eficientes", añade, si bien por el momento "no hay demasiados indicios de nuevas integraciones".

FUSIONES O RESCATES?

Desde Alliance Healthcare apuntan que las fusiones, aunque inevitables, no son la única vía. "Actualmente, según qué tipo de colaboración, significan comprar deuda", señala Javier Ca-

director general de la firma. "De hecho, ya hay algunos ejemplos en el mercado donde lo que públicamente se plantea como una fusión equivale en realidad a un rescate por una de las partes, con consecuencias futuras cuando menos inciertas".

El director general de Alliance considera que "hay paradigmas que deben

▶ Desde la primera fusión de cooperativas, Novaltia, vaticinan que no será la última

▶ Alliance cree que deben cambiar estructuras obsoletas que no aportan valor

cambiar", "estructuras obsoletas que no aportan valor" y que tienen que evolucionar. Entre otros retos, indica la "profesionalización en la relación con los agentes del mercado" y una racionalización "de la sobrecapacidad instalada".

Nadie puede obviar, sin embargo, que las medidas para superar el bache del sector pasan por el entorno regulatorio. Carlos González Bosch, presidente del Grupo Cofares, advierte de que el modelo de remuneración debe cambiar de forma que "conjugue un margen variable", vinculado al valor del medicamento, "con una cantidad fija que financie su logística". Otro reto es alcanzar la estabilidad e influir en las políticas del precio del fármaco: "Teniendo en cuenta el impulso de los EFG y los precios de referencia", hay que acabar con otras iniciativas como la del 7,5 por ciento, que están dañando gravemente nuestra estructura económica y la de la botica".

Dar cada vez más servicios, con un importante protagonismo para las oficinas de farmacia

M. D. La cartera de servicios que ofrecen los mayoristas en España a los distintos agentes del sector va incrementándose a grandes pasos, como una manera de crecer a pesar de la crisis. Si antes el foco parecía puesto en el paciente y en las estrategias de fidelización, los distribuidores prefieren estar centrándose últimamente en la gestión, el comercio electrónico y otros plus que ayuden a mejorar la eficacia, sobre todo, de las oficinas de farmacia.

Es el caso de Novaltia, que canaliza estos servicios fundamentalmente a través

de Cruzfarma, formada por siete cooperativas. Fernando Castillo, director general de la cooperativa nacida tras la fusión de Vascofar y Aragofar, señala que este otoño se pondrán en marcha novedades interesantes como "análisis genéticos,

▶ La cartera de servicios aumenta a grandes pasos en los mayoristas para contrarrestar la crisis

un portal *e-commerce*, páginas *web* profesionales, consultoría de *marketing* y gestión por categorías", entre otras propuestas que forman parte del catálogo de Cruzfarma.

MÁS PACIENTES EN LA BOTICA

José María Ruiz de Clavijo, director adjunto de Riofardo, que también está integrada en Cruzfarma, destaca "el programa de fidelización *FarmaPremium* y *Checkfarma*", abundando en los instrumentos para atraer a los pacientes a la farmacia.

Desde la cooperativa an-