

PREMIO IBERCAJA A LA COLABORACIÓN EMPRESARIAL



TÍTULO DEL PROYECTO:

DIAGNÓSTICO GENÉTICO EN FARMACIAS

CLUSTER DE LA SALUD DE ARAGÓN

SEPTIEMBRE 2014



1. RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto ha consistido en desarrollar un servicio de diagnóstico genético de enfermedades que se comercializa a través de las oficinas de farmacia.

Para ello se han seleccionado seis tests que permiten diagnosticar la predisposición genética al desarrollo de ciertas enfermedades, a los que se han sumado dos tests genéticos más genéricos.

Ha sido necesario desarrollar una metodología que asegure la correcta información al cliente, la calidad del servicio y el cumplimiento de los requisitos legales. Igualmente se ha confeccionado un envase que permite incorporar el servicio como producto en el sistema de distribución hasta la farmacia y gestionar los movimientos económicos.

El proyecto es promovido por el laboratorio de análisis genéticos Citogen, por la empresa Operon como productor de reactivos y test rápidos in-vitro, y por la cooperativa de distribución farmacéutica Novaltia, con el objetivo de abordar nuevos mercados (canal farmacia) y el desarrollo de servicios y productos innovadores.



Caja para toma de muestras biológicas

2. PARTICIPANTES

Las empresas que han desarrollado el proyecto han sido:

Citogen, S.L.

Facturación: 1,2 M€ / Empleados: 64 (datos ejercicio 2012)

Laboratorio que inició su actividad en 1994, creado por un grupo de investigadores procedentes del área clínica, fue el primer laboratorio privado de España especializado en Genética Humana. Ofrece un amplio catálogo de servicios en Genética Clínica y Forense y consulta de Consejo Genético.

Novaltia, Sociedad Cooperativa

Facturación: 307 M€ / Empleados: 200 (datos ejercicio 2013)

Hace llegar a las 1.000 farmacias asociadas prácticamente todas las referencias existentes, más de 30.0000, de 600 laboratorios nacionales y multinacionales en el mínimo tiempo y al menor coste. Un sistema automático se encarga de la gestión de los pedidos garantizando el perfecto estado y la adecuada conservación de todos los productos en un procedimiento ágil y optimizado supervisado por farmacéuticos, desde su origen en el laboratorio hasta su dispensación en la farmacia. El trabajo se completa con una flota de vehículos de transporte que diariamente recorren 14.000 Km en 70 rutas de reparto.

OPERON, S.A.

Facturación: 6 M€ / Empleados: 63 (datos ejercicio 2013)

Empresa biotecnológica fundada en 1973, cuenta con más de 20 años de experiencia en la tecnología del test de inmunocromatografía IC, y dispone de una instalaciones de fabricación de última generación altamente automatizadas con capacidad de producir varios millones de tests de IC cada año. Ofrece un servicio de desarrollo industrial de anticuerpos monoclonales y dispone de las instalaciones de fabricación adecuadas para poder suministrar varios cientos de gramos al año como materia prima para el sector del IVD. También dispone de un equipo de tapizado de placas automático para placas ELISA ubicado en una sala limpia. Desde hace 6 años ofrece al mercado profesional una serie de tests de diagnóstico molecular que han sido desarrollados y fabricados en la empresa.

3. OBJETIVO GENERAL Y OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Objetivo General

Desarrollar un servicio de diagnóstico genético de enfermedades para las oficinas de farmacia

Objetivos Específicos

- a) Identificar un conjunto de análisis genéticos adecuado al consumidor y punto de venta.
- b) Desarrollar el canal farmacia como punto de difusión, asesoramiento y venta.
- c) Establecer la metodología adecuada que asegure la correcta información al cliente, la calidad del servicio y el cumplimiento de los requisitos legales.

4. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El **proyecto surge** cuando Citogen busca nuevos canales de venta en las oficinas de farmacia, Operon está interesado en ampliar el mercado natural de sus productos, y Novaltia desea incorporar productos novedosos en su oferta a las farmacias.

En este escenario se aúnan diferentes **intereses y necesidades**. Por un lado, la oficina de farmacia aparece como un punto de venta idóneo para nuevos productos y servicios. Por otro lado existe la necesidad de las oficinas de farmacia de ampliar su facturación en todo aquello alejado del medicamento de prescripción médica. Finalmente, aparece la distribución como nexo de unión de ambas necesidades y deseando aprovechar para ampliar su oferta.

Este proyecto está alineado dentro de dos de los **objetivos estratégicos de Arahealth**. Se trata de un proyecto de innovación en colaboración que lleva al mercado un servicio novedoso (diagnóstico genético de enfermedades) hasta ahora difícil de encontrar por parte del consumidor, donde los promotores utilizan por primera vez la oficina de farmacia como canal de venta.

“Objetivo estratégico de Arahealth 1: Desarrollar nuevos productos con gran valor añadido adaptados a las necesidades del cliente y mercado.

Objetivo estratégico de Arahealth 3: Abordar nuevos mercados y aumentar la facturación en los mercados conocidos.”

Durante el desarrollo del proyecto se seleccionaron siete **test genéticos**, de los cuales seis son de diagnóstico de predisposición genética al desarrollo de ciertas enfermedades (celiaquía, intolerancia a la lactosa, osteoporosis, trombofilia, hemocromatosis y farmacogenética), y otros relacionado con estudios de huella genética para identificación de personas (perfil genético).

Ha sido necesario **desarrollar un protocolo** que asegure el correcto asesoramiento en la oficina de farmacia al usuario, la correcta toma de la muestra, la logística para distribuir los tests en las farmacias y el transporte de las muestras tomadas hasta el centro de análisis, el envío de la información al usuario de forma confidencial de acuerdo a la legislación vigente, y el asesoramiento posterior en caso de ser necesario.

También se ha confeccionado un **packaging** que permite asimilar el servicio a un producto e incorporarlo en el sistema de distribución a las farmacias. Se ha hecho de manera flexible de manera que el mismo envase sirve para cada uno de los análisis disponibles.

De las numerosas opciones de distribución al alcance de Novaltia, se decidió introducir el servicio como exclusiva para la **red de farmacias** Cruzfarma. De esta manera se aporta más valor a la distribuidora incluyendo servicios de prestigio en el catálogo, y por otra permite la extensión del servicio de forma muy sencilla a otras distribuidoras que en total abarcan 3.000 oficinas de farmacia asociadas.

5. RESULTADOS Y REPERCUSIÓN

Resultados

- Se ha llevado un servicio novedoso a las oficinas de farmacia.
- El laboratorio de análisis genético ha utilizado por primera vez la farmacia como punto de venta.
- Se han seleccionado siete test genéticos con los que se tiene amplia experiencia, y que son de alta demanda y fácil interpretación.
- Se ha encontrado una buena manera de paquetizar el servicio, incluirlo en el sistema de distribución, distribuir los fungibles, recuperar las muestras biológicas y resolver los movimientos económicos entre las tres partes.
- Se ha desarrollado un plan comercial que contempla la difusión del servicio y la integración en la tarjeta de fidelización de los clientes con un plan de descuentos.
- Se ha desarrollado una metodología válida que garantiza:
 - La formación del prescriptor (farmacéutico) en las tareas de información al cliente y toma de muestras biológicas.
 - El acceso anónimo a la información.
 - El cumplimiento de los aspectos legales que afectan al proceso.

Repercusión

Novaltia presentó a sus cooperativistas el servicio el 24 de febrero de 2014 y se realizaron varios talleres para formar a los farmacéuticos (19 de febrero de 2014 en Zaragoza, 24 de febrero de 2014, en Zaragoza y 14 de mayo de 2014 en Bilbao).

Se ha entregado carteles y flyers promocionales a 75 farmacias en Aragón y a 30 en el País Vasco; en las otras tres cooperativas se han realizado campañas similares. La fuerza comercial de cada cooperativa explica el funcionamiento y los argumentos de venta en las visitas o contactos regulares con los farmacéuticos.

El servicio tiene buena aceptación entre las farmacias porque se han vendido numerosas cajas para tomar muestras y remitirlas a la cooperativa para su envío al laboratorio, porque las farmacias más activas compran varias para disponer de stock. Durante este año 2014 se han registrado ventas en 4 de las 7 cooperativas que componen la red Cruzfarma, lo que corresponde a las áreas de Aragón, País Vasco, Menorca, Ciudad Real y Navarra.

Finalmente, el proyecto ha permitido desarrollar el primer proyecto en dos ámbitos sanitarios de interés del cluster: atención domiciliaria (homecare) y de uso de la farmacia como punto de asistencia sanitaria (point of care).

Siguientes pasos

Al tratarse de un nuevo servicio, se debe seguir con la campaña de **formación y sensibilización** de farmacéuticos, así como de la promoción del mismo en las farmacias.

La continuación del proyecto pasa por hacer **seguimiento** de las ventas del servicio y detectar aquellos tests más populares. Si se confirma la **sostenibilidad del proyecto**, se aumentará el número de tests ofrecidos a los usuarios. Para escoger los nuevos tests, siempre se seguirá el criterio de incluir aquellos con los que ya se cuenta con experiencia, cuyos resultados son fácilmente entendibles tanto por el farmacéutico como por el usuario (en la línea “sí que existe” o “no existe” una predisposición genética a desarrollar una enfermedad), y tienen aplicación directa en la prevención o mejora la salud del usuario en el momento actual o de su futuro.

El desarrollo del concepto pasa por involucrar a **nuevos prescriptores**. Ya se están avanzando contactos o alianzas con redes médicas privadas, así como hay un par de acercamientos a la sanidad pública donde este concepto es una potente herramienta de ahorro en el futuro como medio de diagnóstico y consiguiente prevención del desarrollo de enfermedades.