

“Somos y seremos una empresa de y para nuestros clientes; de y para nuestros veterinarios”



Grup Gepork ha iniciado una ampliación de su área de actuación en Madrid y Euskadi, unos movimientos impulsados por un cambio de modelo en el sector de la distribución.

Centauro ya era una de las marcas de referencia en el sector de la distribución veterinaria, pero desde este año además está presente en toda España. La empresa catalana del Grup Gepork ha iniciado una ampliación de su área de actuación en Madrid y Euskadi. En opinión del *director comercial de Grup Gepork, Francesc Giné*, con estos movimientos en el mercado, *“tratan de buscar oportunidades”* dentro del territorio nacional donde aún no habían podido llevar sus productos. Lo harán, asegura, *“a través de profesionales de cada una de las regiones, que nos están aportando conocimiento, proximidad y profesionalidad en cada una de las zonas influencia”*.

Para dar estos pasos ha sido clave el cambio que ha sufrido el modelo de distribución del sector. *“Nuestro mercado objetivo siempre ha sido la totalidad del territorio nacional español, pero debíamos estar preparados. El sector de la distribución en España cuenta con excelentes empresas en cada una de las comunidades, empresas con impecables recorridos, con profesionales extraordinarios. Hoy, desde la modestia, estaremos cerca”*, sostiene.

Grup Gepork ya ha cumplido 42 años de historia, siendo una

de las empresas pioneras en la distribución veterinaria. Centauro, marca especializada en animales de compañía, cumplirá en 2021 la treintena. Creada, según Giné, fruto de la necesidad de dar respuesta a los profesionales del sector veterinario en los 90. En aquel momento, explica, *“los veterinarios debían acudir a las farmacias de humana para adquirir los productos para animales. Aun así, había muchas necesidades que no quedaban cubiertas y, por supuesto, el sector no estaba evolucionado del modo en el que se encuentra ahora”*.

Un catálogo variado de productos y servicios

A día de hoy es una compañía líder, con más de 4.227 clientes abiertos, de los cuales 3.271 son de animales de compañía. *“Somos distribuidores oficiales de la totalidad de productos farma, de las principales líneas de Pet Food, y representamos las más influyentes marcas en equipamiento y fungibles /consumibles”*, apunta el directivo, agregando que *“servimos todo lo que el veterinario necesita para realizar su práctica profesional al máximo nivel. Representamos las marcas y fabricantes más reconocidos, apostando por la tecnología y la innovación”*.

Además, en 2021 inaugurarán un nuevo centro logístico, buscando la excelencia en la eficiencia de servicio. *“Seremos pioneros en este modelo logístico en veterinaria en España, con el objetivo de acercar la veterinaria a otros modelos de distribución de retail humana, que por ahora son más eficientes”,* manifiesta.

A esta ecuación hay que sumarle Centauro Gold, una comunidad en la que ofrecen varios servicios enfocados al desarrollo del negocio y la preparación profesional. Como detalla el experto, *“algunas de las propuestas están enfocadas en la gestión de clínica como los servicios de consultoría, softwares de gestión e integración de herramientas para aumentar la productividad. Otras a la formación especializada como las jornadas, las estancias becadas o la oportunidad de inscripción en diferentes postgrados y academias veterinarias”.*

Por otro lado, a partir de la marca Bionet ofrecen servicios de bioseguridad, como los test Sreening Box. Al mismo tiempo, cuentan con servicios *“en los momentos más complicados para el propietario de la mascota, a través del acompañamiento a los propietarios a partir de la Marca Eterna, donde el veterinario puede ofrecer apoyo al propietario en los momentos de pérdida de la mascota”,* agrega Giné.

Cabe destacar también que entre el catálogo de accesorios se encuentra Milú, marca especializada en gamas de descanso, líneas de accesorios y snacks naturales y saludables para pequeños animales. Como comenta el portavoz de la marca, *“se trata de una marca propia de Centauro, y parte de su exclusividad proviene del diseño único y la producción nacional, que fomenta la creación responsable y sostenible de los materiales y procesos que intervienen en la confección, y que se encuentran en consonancia con la cultura de la empresa”.*

La pandemia y el sector

Cuestión obligada, a punto de terminar 2020, es la de hacer el balance de este año *“de sentimientos tristes”,* tal y como lo define el directivo. *“Muchos compañeros, familiares, amigos no están entre nosotros. Demasiadas familias siguen sufriendo esta pandemia. Nuestro país se encuentra en una de las perspectivas económicas más delicadas de nuestro siglo. La actual crisis nada tiene que ver con la 2008 o 2000. Es por este motivo que nuestro sector debemos considerarnos extremadamente privilegiados”.*

Aunque el impacto de la pandemia no haya sido especialmente delicado en la industria veterinaria, sí que reconoce

que ha cambiado los hábitos de forma significativa. Claro está, añade, *“que el coronavirus ha supuesto un reto para el sector de la distribución en todo el mundo. El ritmo al que se han visto sometidas las redes de distribución durante estos meses ha dejado clara la capacidad de adaptación y flexibilidad de cada negocio”.*

En el caso de Centauro, el Covid-19 ha traído la oportunidad de seguir trabajando, adaptando los servicios a las necesidades de los clientes. *“Este 2020 hemos abierto más canales de comunicación que nunca con nuestros clientes: formularios de contacto, FAQs actualizadas, una nueva centralita de atención al cliente, informaciones a través de redes sociales y mailings, ampliaciones en las rutas de transporte. Con todo, nuestro equipo comercial ha demostrado estar a la altura de las circunstancias. Y eso no lo digo yo, se refleja en los hechos”.* De ahora en adelante tienen el objetivo de convertirse en empresa de elección del sector. *“Para nuestros clientes, pero también para nuestros partners fabricantes. Ellos nos aportan innovación y tecnología. Las tres partes avanzamos juntas: veterinarios, distribución, fabricantes”.* En definitiva, *“coronarse como referentes nacionales, siendo partícipes impulsores del cambio del sector acentuado en los últimos meses”,* incide Giné.

En este sentido, continúa el directivo, *“somos y seremos una empresa de capital nacional, somos y seremos una empresa de y para nuestros clientes, de y para nuestros veterinarios. Estamos convencidos de que los valores de una empresa familiar, nacional, de proximidad, va a ser extremadamente competitiva con actores que van a aparecer en el nuestro mercado nacional, y nos estamos preparando para ello”.*

Teniendo en cuenta que cree que la distribución en nuestro país está en proceso de transformación, no pueden ser menos. *“Pero España no es Gran Bretaña, ni Francia, ni mucho menos Alemania. No somos mejores, pero seguro que no peores. Debemos proteger el modelo veterinario español”.*

Según lo ve, *“la legislación, la esperada renovación de la ley del medicamento español, bajo la mirada del europeo, ha de aportar claridad y garantías al veterinario, que debe poder dispensar. Tiene que ser quien gestione la buena utilización de los fármacos”.*

Es más, *“el reto no solo está en la distribución, con la aparición de grandes plataformas que nos acercan a nuestros hogares todo lo que deseamos; sino en el modelo total, donde el veterinario debe tener más relevancia, más influencia”.*

Para concluir, Francesc Giné vuelve a recordar la responsabilidad social que tienen. *“La veterinaria es un sector esencial. Esencial en nuestra alimentación, nuestra salud, muchos ya nos hablan de ‘One health’”.* Por eso, la veterinaria debe tener un papel más relevante a todos los niveles. *“Es nuestra obligación reivindicar nuestra posición y responsabilidad, y para ello se deben producir cambios, algunos legislativos significativos, que permitan al sector veterinario ser competitivo, ser eficiente y rentable, para así poder cuidar de nuestras mascotas. Pero también de nuestra salud y bienestar”.* 🐾

“La veterinaria es un sector esencial. Esencial en nuestra alimentación, nuestra salud, muchos ya nos hablan de ‘One health’”
