

Informe ASPIME 2021

Capítulo 1. Principales cifras económicas de la farmacia española según volumen de ventas

Año tras año, en nuestro informe comparamos valores y analizamos las principales magnitudes económicas para obtener unas cifras medias que nos sirvan de referencia comparativa para cada una de las oficinas de farmacia, y sobre todo para fijar la tendencia del sector, valor determinante en la toma de decisiones.

Xavier Besalduch

Economista. Socio de ASPIME

Sin entrar en el impacto social que ha supuesto la pandemia, este año pasado las cifras obtenidas en el estudio tienen un carácter excepcional, que posiblemente podrían calificarse de poco previsibles y que nadie hubiera anticipado en sus resultados finales. Aunque estas cifras se incorporan en las distintas comparativas, un ejercicio así no será recurrente en el tiempo, por lo que le resta importancia a la tendencia marcada respecto al año anterior; es más, posiblemente, a medida que vayamos retornando a la normalidad, los distintos resultados se irán corrigiendo a cifras del año anterior.

Antes de iniciar los distintos tramos que conforman este capítulo, no debemos olvidar (y es de obligada mención, una vez más) la fortaleza que ha demostrado tener la oficina de farmacia como empresa privada con servicio público ante todas las dificultades y vicisitudes sobrevenidas que se han vivido. Podemos afirmar con rotundidad que el rendimiento obtenido no justifica ni compensará la dedicación y el esfuerzo realizados; la motivación es la respuesta a una vocación y a una profesión.

Aunque parezca una paradoja, si entramos en los resultados analizados observaremos que las oficinas de farmacia, y siempre con las excepciones que confirman la regla y que más adelante se tratarán, tuvieron un inicio de trimestre más que positivo, resultado de una anticipación de la medicación y de los tratamientos fijados por los centros de salud pública. Esta alegría quedó truncada en el segundo trimestre por el confinamiento (y por la corrección consecuente de la medicación ya dispensada), aunque en los dos últimos tri-

«Las farmacias con cifras de negocio entre 600.001 y 900.000,00 euros son las que mayor rentabilidad neta dejan después de pagar impuestos, situándose en un 6,66%»

mestres, y a distintas velocidades en función de la tipología de oficina de farmacia, se cerró en términos generales con una facturación superior a la del ejercicio anterior. La cuestión del resultado obtenido está básicamente en que una mayor facturación no se convierte necesariamente en una mayor rentabilidad, y esto es debido, entre otras variables, a las distintas familias de productos vendidos. Si analizáramos detalladamente cómo ha estado distribuida la facturación en familias respecto al año anterior, comprobaríamos cómo han cambiado ciertos hábitos en las compras y sobre todo en relación con los nuevos productos que han surgido dentro del periodo COVID (como pueden ser las mascarillas y los geles hidroalcohólicos), todos ellos con márgenes inferiores a los de la cosmética o parafarmacia en general, las grandes olvidadas en este ejercicio.

Si clasificamos las oficinas de farmacia por su facturación, en el primer tramo encontramos a las que tienen el tope en los 300.000 euros (figura 1). Este tipo de farmacias se caracteriza por su escasa capacidad de maniobra, lo que limita la toma de decisiones de inversión, acota la posibilidad de contratación e impide una gestión de compras óptima. Ubicadas principalmente en zonas rurales, muchas de estas farmacias son establecimientos en situación de «viabilidad económica comprometida» (VEC) y ofrecen un servicio público que no se corresponde con la rentabilidad que obtienen. Ten-

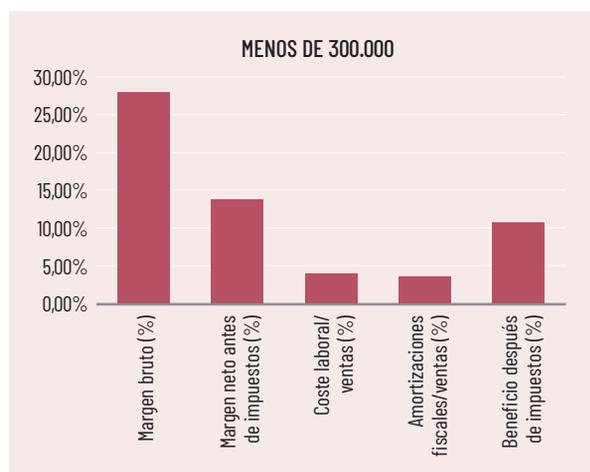


Figura 1. Comparativa de las farmacias con una facturación menor de 300.000 euros

drán ocasión de conocer en un posterior capítulo sus valores, que más que a sus resultados están sujetos a una vocación.

El margen bruto que arrojan estas farmacias para este ejercicio 2020 es del 27,98% (prácticamente el precio oficial fijado del medicamento), y es el más bajo de todos los tramos de facturación. Esto no es más que el resultado de la gran dificultad o incapacidad de compra, lo que no permite obtener de la distribución los *rappels* o descuentos necesarios para sacar rentabilidades superiores. Además, tiene un prorrateo de la facturación que carece prácticamente de venta libre, lo que supone una pérdida añadida a su margen comercial.

El margen neto resulta inverso si lo comparamos con el anterior: es el más alto de los distintos tramos, pero obviamente con cifras mínimas. El resultado antes de impuestos en un alto porcentaje de las oficinas de farmacia estudiadas es inferior al salario como farmacéutico según convenio. Presenta un 3,51% en amortizaciones, cuando la media del sector está en un 4,22%. Con estas cifras es difícil tener margen para la toma de decisiones, como puede ser la inversión tanto en equipamientos como, en algunos casos, la compra del local comercial, y por ello el coste del alquiler supone un lastre para la cuenta de resultados. En la misma línea se encuentra la cuestión de la contratación: el presupuesto no da para liberar al titular contratando a un facultativo, por lo que todo queda en auxiliares o técnicos y en jornadas que no son completas. El porcentaje del coste laboral sobre la facturación se sitúa en el 3,97% para este 2020.

El beneficio después de impuestos queda reducido a un 10,81%, resultado que *a priori* puede parecer satisfactorio pero que no lo es tanto si tenemos en cuenta la cifra total obtenida, como ya hemos apuntado anteriormente. De hecho, podemos afirmar que este tramo de oficinas de farmacia está a merced de circunstancias ajenas y externas, y que, por su escaso volumen de negocio, su recorrido empresarial es inexistente, lo que no impide que sigan siendo tan necesarias para ofrecer el espíritu de la Ley de Ordenación de este país, que es hacer llegar hasta la población más pequeña este servicio público.

El segundo tramo, con una facturación que va desde los 300.001 a los 600.000 euros (figura 2), se encuentra encuadrado al igual que el primero dentro del régimen fiscal de estimación directa simplificada, sin la obligación de llevar los Libros oficiales según el Código de comercio. En este bloque de oficinas de farmacia encon-

«Las farmacias con una cifra de negocio entre 1.200.001 y 2.000.000 de euros destacan por la diversidad de líneas de productos (sobre todo de parafarmacia) para llegar a la diversidad de sus clientes»

tramos aquellas cuyo umbral de facturación no puede ir más allá, pero también las que, debido a las continuas bajadas de precios del medicamento en estos últimos años y a la crisis inmobiliaria, han descendido a este tramo; se trata de farmacias que en ocasiones tienen problemas de reestructuración, entre ellas las del personal para poder mantener el rendimiento.

Estas oficinas de farmacia ya tienen un poco más de recorrido, sin olvidar que de sus decisiones dependerá su «salario»; es decir, en ocasiones no llegan a tener la holgura económico-financiera suficiente para estructurarse de una manera eficiente, pero ya disponen de personal para cubrir las necesidades horarias y de gestión diarias. Se sitúan en una franja de volumen de negocio que requeriría cierta inversión y personal para intentar crecer, aunque para ello deberán sacrificar parte del rendimiento.

El margen bruto en las farmacias que se encuentran en este tramo se ha situado en un 29,81%, cercano a la barrera psicológica del 30%, aunque sin duda alguna se trata de una cifra que reafirma lo comentado anteriormente. Ciertamente es que son farmacias donde el valor de la parafarmacia gana espacio, pero siempre con la dificultad de obtención de margen comercial en la compra dado que no pueden aprovisionar grandes cantidades.

El margen neto después de aplicar el IRPF queda reducido en un 8,80%, el menor de los valores obtenidos en los distintos tramos. El coste de personal incorporado a

la estructura de costes tiene un peso específico y porcentual que conlleva este ajuste de rentabilidad.

En la muestra estudiada, el porcentaje de personal sobre ventas se acerca a la barrera del 9%, fijándose en el 8,80%. No hace falta decir que el coste del alquiler para aquellas oficinas de farmacia en las que el local comercial no es de propiedad también supone una carga considerable en este tramo.

Como se apuntaba anteriormente, del recorrido de estas oficinas de farmacia dependía la decisión de inversión, compleja decisión cuando existe una regresión de la cifra de negocio y con unas perspectivas de crecimiento limitadas, pero aun así el resultado despierta un punto más que el del tramo anterior, llegando al 4,55%. Existe un poco más de liquidez o capacidad de financiación, y estas farmacias disponen de un entorno poblacional con una mayor predisposición al consumo.

Además, así como en el primer tramo la oficina de farmacia la llevaba el titular prácticamente en solitario (no por voluntad, sino por necesidad), y con unos gastos muy ajustados, en este segundo tramo la farmacia ya tiene una estructura mínima de costes para el funcionamiento, y de ahí que decaiga el porcentaje respecto al primero, aunque no el rendimiento obtenido. El beneficio neto después de tributar se sitúa, por tanto, en un 6,91%.

Ya en el tercer tramo, con unas oficinas de farmacia con cifras de negocio entre los 600.001 y los 900.000 euros, empezamos a hablar de empresas (figura 3). En

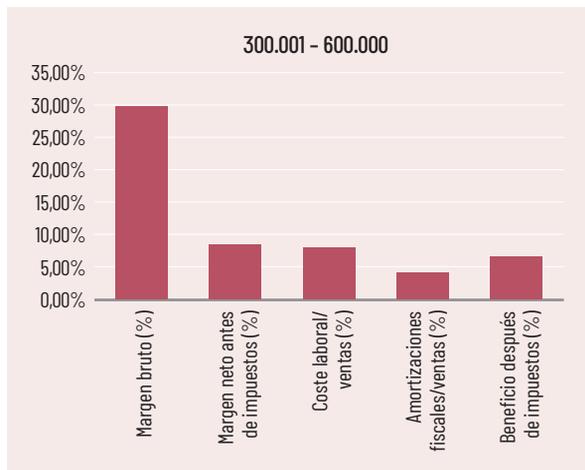


Figura 2. Comparativa de las farmacias con una facturación de 300.001 a 600.000 euros

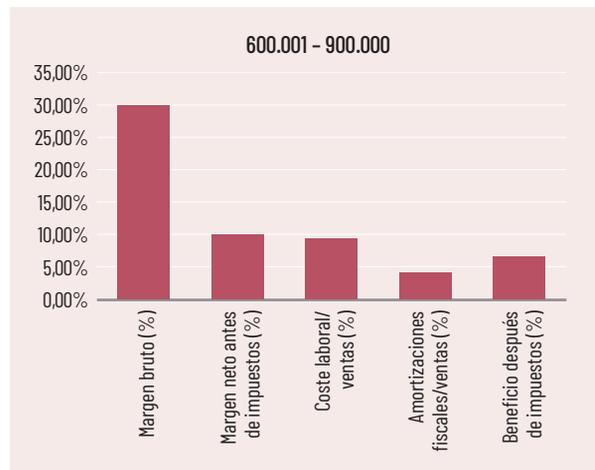


Figura 3. Comparativa de las farmacias con una facturación de 600.001 a 900.000 euros

primer lugar, su régimen fiscal es la estimación directa normal, con unas obligaciones formales asimiladas a las de las sociedades mercantiles. En cuanto a resultados, este tramo destaca por ser el que mayor rentabilidad neta deja después de pagar impuestos, situándose en un 6,66%. Es una oficina de farmacia con otra filosofía, más estructurada, con ciertos protocolos de funcionamiento y de gestión, y con capacidad de decisión (aunque limitada) para realizar inversiones en nuevos equipamientos y las tan conocidas reformas. Todo en aras no de mantenerse, como podría ser en los anteriores tramos, sino de dar un paso adelante y situarse en la franja del millón de euros de facturación. En estas farmacias ya conocemos la palabra «equipo», y la proyección queda fijada en la venta del no-medicamento como herramienta principal de su crecimiento.

Parten de un margen bruto del 30,16%, con una pauta de negociación con la distribución y de estrategia comercial, siendo el tramo de farmacias en las que su estructura está optimizada, de ahí el resultado final: un 9,84% de margen neto antes de impuestos.

A medida que superamos escalones entre los distintos tramos, las oficinas de farmacia van incorporando personal más cualificado (lo que no deja de ser una inversión), siempre con las excepciones de las farmacias conocidas como «turísticas», cuya facturación se basa en la venta de parafarmacia en general, lo que conlleva un reenfoque en la contratación más comercial y menos facultativo. En este caso el porcentaje del coste de personal llega al 9,57%.

Estas oficinas de farmacia siguen invirtiendo en una proporción similar al tramo anterior, según los datos obtenidos en la muestra, siendo el coste fiscal de las amortizaciones de un 4,38%. Anteponen en cierta forma la inversión en equipo humano al inmovilizado.



Saltando ya al tramo siguiente, el que va de 900.001 a 1.200.000 euros (figura 4), encontramos una tipología de farmacia estructurada, en ocasiones con horarios ampliados, y que obtiene como margen bruto porcentual el segundo mayor de todos los tramos, un 30,62%. Con capacidad de negociación con la distribución, consigue un gran margen en descuentos y *rappels*, puede permitirse estocar en todos aquellos productos o familias de rotación alta, y, en ocasiones, apostar por productos de parafarmacia con una rotación inicialmente baja. La palabra *inversión* no le supone un problema, suelen ser farmacias con cierto respaldo económico propio y con maniobra financiera ajena. Es la oficina de farmacia «tipo» para la reforma integral, para dar mejor y mayor servicio, y recordemos que el peso de la venta del no-medicamento es significativo, y por ello tratan de actualizar continente y contenido para crecer, para intentar ser más referentes y para hacer frente a la competencia, sobre todo con el frente abierto en estos últimos años y que ha ganado un peso enorme en el periodo

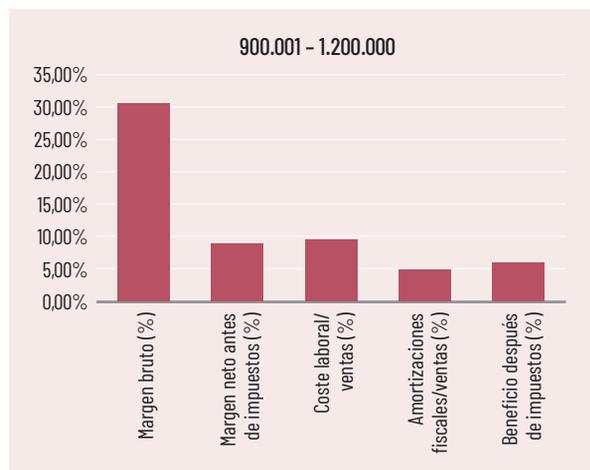


Figura 4. Comparativa de las farmacias con una facturación de 900.001 a 1.200.000 euros

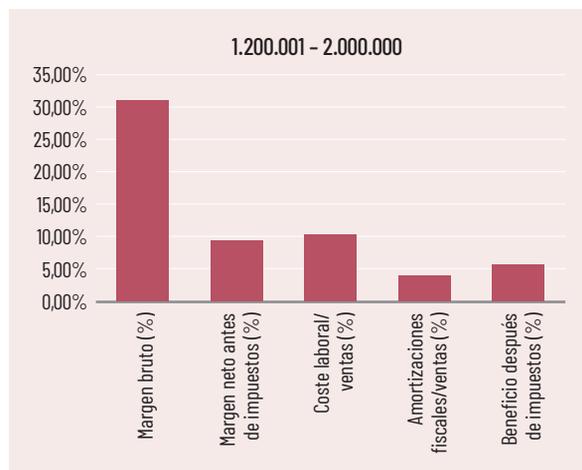


Figura 5. Comparativa de las farmacias con una facturación de 1.200.001 a 2.000.000 de euros

«Por el alto volumen de venta libre que tienen las farmacias que facturan anualmente más de 2.000.001 euros, sacrifican parte del margen para ser más competitivas y así poder generar una mayor rotación del producto, cuestión que nos lleva a un resultado del margen bruto del 29,32%»

COVID que es la venta por internet. Por ello, el resultado de la inversión en estas farmacias llega al 5,05%, el mayor de los distintos tramos.

En cuanto al coste de personal sobre facturación, se sitúa en un 9,62%, levemente superior al tramo anterior. Esto significa que la estructura del equipo soporta este diferencial de ventas respecto al escalón anterior sin la necesidad de incorporar más personal. Obviamente, esto es pura estadística y siempre con ciertas limitaciones, pero una interpretación al respecto podría ser que parte de la diferencia de facturación se generaría no por una mayor afluencia de clientela, es decir, no incrementando el número de tíquets, sino el tíquet medio, gracias a la posibilidad de realizar «ventas cruzadas». No podemos olvidar que es a partir de estas facturaciones anuales donde encontramos los primeros «robots» de dispensación de medicamentos. El margen neto antes de impuestos se ajusta al 9,62%, resultado justificado por el coste de personal y la inversión realizada, entre otros gastos necesarios para la venta diaria, y ajustándose este resultado después de tributar en IRPF, al porcentual del 6,11%.

Situándonos en el penúltimo tramo o bloque de oficinas de farmacia, que van de 1.200.001 a 2.000.000 de euros (figura 5), encontramos por primera vez en el estudio que se reducen las muestras considerablemente. Principalmente ubicadas en las proximidades de centros de salud, centros comerciales, aeropuertos o estaciones de autobuses o ferrocarriles, con superficies de local superiores a la media y con horario ampliado, estas farmacias se nutren de una gran concurrencia y afluencia de personas. Con un enfoque comercial, destacan por la diversidad de líneas de productos (sobre todo de parafarmacia) para llegar a la diversidad de sus clientes. Por volumen pueden permitirse este tipo de gestión de compras, además de beneficiarse de máximos descuentos y *rappels* de la distribución. Son farmacias con gran capacidad de decisión, salvo, y como excepción, las cercanas a centros de salud, donde el hándicap recae en el alto porcentaje de venta financiada y *de facto* en la aplicación del real decreto (*rappel* sobre ventas) que le hace a la Seguridad Social, en las que es importante la cifra de descuento; el resto, sin embargo, se caracterizan por el alto volumen de venta libre, dando ese margen de maniobra para arrojar todavía a día de hoy rentabilidades interesantes.

Con el mayor margen bruto de los distintos tramos, un 30,91%, se sitúa a las puertas del 31%. Por supuesto, el elevado volumen de ventas requiere una estructura de personal importante, lo que eleva el coste sobre facturación en un 10,42%, también el mayor de los resultados. No debemos olvidar que, en cumplimiento de la normativa sanitaria, todo el horario abierto al público debe estar cubierto por facultativos, y por ello una ampliación de horario supondrá la incorporación de farmacéuticos, lo que sin duda incrementará el presupuesto salarial.

De la misma forma, en este tipo de farmacias el margen neto se sitúa en porcentajes no de máximos, siendo en este caso del 9,56%, dado que ciertas partidas de la estructura de gastos se incrementan por este horario ampliado, como podría ser la factura del suministro eléctrico, el mantenimiento o limpieza, etc. De ahí también que el impacto en IRPF y los rendimientos que obtiene implican una tributación del máximo del tipo marginal, es decir, que existe una gran parte del beneficio que tributa tanto en la escala autonómica como en la escala estatal en el tipo marginal máximo. En particular, estas oficinas de farmacia planifican con carácter periódico y recurrente las reinversiones, representando un 4,10% sobre la facturación, siempre buscando optimizar desde un punto de vista fiscal y de ahorro sus números. Aun así, la media de este tramo, en cuanto a rentabilidad neta después de impuestos, se fija en un 5,94%.

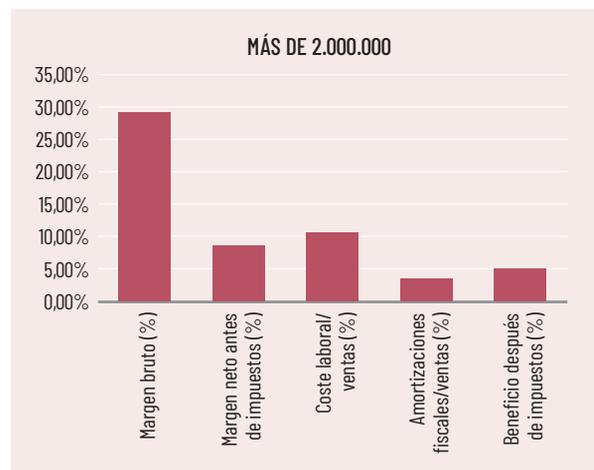


Figura 6. Comparativa de las farmacias con una facturación de más de 2.000.000 de euros

Dentro de este bloque debe hacerse un punto y aparte como reconocimiento a todas aquellas farmacias que en esta pandemia y dentro del periodo de estado de alarma mantuvieron las puertas abiertas en ubicaciones donde existió el cierre (p. ej., centros comerciales), en ocasiones manteniendo grandes gastos a la espera de una mejoría de la situación, sin antecedentes similares y solo con opciones de negociación en el contrato de alquiler o bien entrando en ERTES. Estas excepciones representan a las oficinas de farmacia que en este pasado ejercicio no llegaron a cumplir objetivos; es más, en casos concretos no cubrieron costes y, para cubrir esta pérdida, tuvieron que solicitar recursos ajenos (financiación ICO en la mayoría de las ocasiones), hipotecando un futuro incierto y poco previsible dadas las circunstancias.

Como el mayor escalón dentro del sector se sitúan las oficinas de farmacia que facturan anualmente más de 2.000.001 euros (figura 6). Forman una pequeña parte de la muestra, distantes de la media española, y se caracterizan por ser una empresa en mayúsculas.

Dada su envergadura, volumen y estructura empresarial, pierden el concepto de «botica» y se asimilan más a «supermercado de salud», con la profesionalidad que se requiere. Suelen disponer de locales grandes; su enfoque es el de lineales de productos, ofertas y promociones, y tienen un equipo muy preparado y formado para la venta, con un espíritu muy comercial, similar al de las grandes superficies.

Disfrutan de máximos acuerdos comerciales, por lo que ya obtienen margen antes de la venta, motivo por el cual pueden ser muy competitivas en ciertos productos de parafarmacia y cosmética. Algunas utilizan esta capacidad de compra, y por ello consiguen un excepcional precio de coste para la venta por internet como vehículo de venta paralela.

Por el alto volumen de venta libre que tienen, sacrifican parte del margen para ser más competitivas y así poder generar una mayor rotación del producto, cuestión que nos lleva a un resultado del margen bruto del

29,32%. Probablemente este aspecto merecería en sí mismo otro capítulo, pero desde el punto de vista económico pueden existir dos líneas como estrategia de obtención de rendimiento, a margen ajustado pero con un alto volumen de rotación (dígase ventas), o menos unidades vendidas a margen superior por producto. Grandes superficies de primera línea en nuestro país utilizan la primera. Y, como siempre, se salvan aquellas farmacias para las que, gracias a su ubicación en entornos de gran renta per cápita, la venta de productos de primera marca no supone un problema.

El coste salarial de todo el equipo que conforma la farmacia es el mayor de todos los tramos, básicamente por la gran superficie del local, por puestos de venta y por horarios de 24 horas. Este porcentaje llega al 10,77% sobre facturación.

Aunque parezca poco, la inversión que realizan este tipo de farmacias (un 3,73% sobre las ventas) es importante, y se caracterizan por estar siempre a la última, sobre todo en cuestiones de informática, robotización, redes y, últimamente, en paneles publicitarios de leds. Hay que decir también que son oficinas de farmacia con un gran coste de mantenimiento por el uso continuado de todo el inmovilizado sin respiro alguno.

En cuanto al rendimiento antes de impuestos, se queda fijado en un 9%, que en cifras reales son cantidades significativas. Una vez liquidados los impuestos, esta rentabilidad se reduce al 5,38%, porcentualmente, no numéricamente, el menor de los resultados obtenidos.

Sea como sea, y como conclusión a este primer capítulo, estamos convencidos de que, si se hiciera una encuesta a todas las farmacias (exceptuando las que han sufrido una regresión en sus números finales por las circunstancias ya enumeradas), ante la pregunta de si pensaban a mediados de año que acabarían el ejercicio fiscal con los valores y porcentajes positivos detallados aquí, pocas hubieran apostado por estos resultados. No hay que olvidar, en cualquier caso, que todo ello ha sido el resultado de la responsabilidad y el compromiso de la profesión de este sector. ●