

---

### **Evolucion 2016 y perspectivas para 2017 del mercado de la farmacia**

El fin del año 2016 nos encuentra con un leve crecimiento del volumen de ventas del mercado farmacéutico, respecto del año anterior.

Si bien no es un número alto (cercano al 1%), como a los que nos habíamos acostumbrado, podemos considerar que en el contexto general de la economía, y particular del sector, es un crecimiento interesante.

Se observa más intenso en el segmento de productos de Venta Libre que en el mercado de Rx.

Un factor importante siempre a considerar, es la relación de los incrementos de precios de los productos farmacéuticos y su evolución respecto a la inflación general.

**Durante el fin del año anterior los precios tuvieron una recuperación importante, aunque no alcanzaron a compensar lo perdido en años anteriores respecto de la inflación.**

Si tomamos el período de 12 meses acumulados a septiembre 2016, la serie de precios está igualada con la inflación general.

Dado el entorno de la economía general parece improbable que lo perdido en precio se pueda recuperar en el futuro.

Con la evolución en volumen y el ajuste de precios, podemos considerar que la facturación de las farmacias se mantuvo en concordancia con la evolución general de los valores de la economía

**Si bien este recupero de precios, significó de alguna manera un alivio en la rentabilidad, hizo necesario una mayor inversión de Capital de Trabajo para sostener las mismas unidades en stock.**

De todos modos algunos gastos generales de explotación, en muchos casos superaron ampliamente al índice de inflación general, como el caso de los servicios, generando un inconveniente financiero y también económico.

La caída de ventas de los productos de perfumería y dermocosmética, contribuyeron a disminuir el nivel de rentabilidad y efectivo.

Las variables que afectan la Ecuación Financiera de las farmacias siguen siendo, aunque con distintas variantes, las mismas que comentábamos a comienzo del año

Los podríamos resumir en:

- **Elevadas bonificaciones en Obras Sociales y Privadas**
- **Demoras en los pagos de Obras Sociales**
- **Altísimos costos de explotación en relación con la rentabilidad que genera el medicamento**
- **Financiación del stock con Capital Propio**
- **Presión impositiva, tanto nacional, como provincial, y municipal.**

Las altas bonificaciones de la farmacia a la Seguridad Social, en un contexto inflacionario como el que se desarrolla durante este año, combinadas con el retraso en el pago de las liquidaciones, requieren de un estricto control del proceso.

**La incidencia de esta combinación pueden generar situaciones complejas en las que el recupero de la cobranza total, (considerando notas de crédito y efectivo) no alcance a recuperar la ecuación económica- financiera del producto de cuando se efectivizó la venta.**

**En otras palabras, cumplido todo el circuito de venta y cobranza, la rentabilidad original se deterioró, porque el producto a reponer incrementó su PVP, y se necesita una inversión mayor en valores absolutos, que el que se requería cuando se realizó la venta.**

En estas circunstancias es imprescindible el control absoluto de todo el circuito de ventas y cobranzas, verificando que el nivel del stock en unidades se mantenga constante y que esta situación no provoque un deterioro significativo.

**El concepto de “CAJA SECA” que tanto desarrollamos en anteriores artículos, sigue estando presente en la realidad de la farmacia.**

Recordamos que este término lo aplicamos al concepto de casi nula recaudación de efectivo como consecuencia del crecimiento de los productos con cobertura 100%.

Se empieza a notar una leve mejora en el efecto de “Caja Seca”, debido a la restricción en la dispensación de productos con cobertura al 100%, aunque por otra parte se agudiza por la caída de volumen de los productos de perfumería y dermocosmética.

## **PERSPECTIVAS PARA EL PRÓXIMO AÑO.**

Las perspectivas de las farmacias para el año próximo estarán muy ligadas a lo que ocurra con el marco económico en general.

Asumimos que el volumen de venta de unidades crecerá levemente, y que salvo algún cambio fundamental, los precios seguirán acompañando a la evolución de la inflación general.

El recupero de la economía y del consumo deben contribuir a mejorar el nivel de ventas de las farmacias

Por supuesto que también tendrá mucha incidencia lo que resulte de los acuerdos de salarios en las paritarias con los gremios del sector y la posibilidad de mantener su estructura interna de gastos.

**La rentabilidad y financiación serán como siempre complejas y necesarias de alto grado de control.**

**El mantenimiento del stock en unidades y valores constantes debe ser una prioridad esencial en un contexto inflacionario.**

De ninguna manera se pueden destinar recursos a otros fines sin considerar esta variable.

**Será necesario generar una Gestión Profesional de Negocio que permita desarrollar actitudes pro- activa, creación de valor adicional al servicio profesional y un ESTRICTO CONTROL DE GASTOS Y RECURSOS.**

**Como siempre el concepto fundamental es que la farmacia profesional se pueda diferenciar por su agregado de valor y calidad de atención, pero sin perder de vista que la rentabilidad es el único medio del cual dispone para percibir sus honorarios por la prestación farmacéutica**

**En definitiva**

- **GESTIÓN DE PRODUCTOS OTC**
- **GESTIÓN DE PRODUCTOS CON RENTABILIDAD**
- **OPTIMIZACIÓN DE COMPRAS Y MANTENIMIENTO DE INVENTARIO**
- **REVISIÓN PERMANENTE DE VARIABLES Y CAPACIDAD DE CAMBIO**

**Tengamos presente y no olvidemos nunca que la inflación no es un aliado sino un enemigo temible, por lo tanto, pensemos que la única herramienta que tenemos par subsistir en este contexto es el mantenimiento del stock, y que ninguna manera debemos sacrificar unidades para atender otras circunstancias financieras.**

**También es imprescindible el seguimiento de la cobranza y recupero de Obras Sociales, ya que el aumento de volumen significativo de este tipo de operaciones debe contar con Capital Propio genuino como para financiarlo.**

Dr. Eduardo Tchouhadjian

Consultor especializado en farmacias

Director Académico Posgrado de Marketing y Gestión Farma

Universidad de Belgrano