

Invertir en la farmacia: una gran oportunidad

¿Quién a estas alturas no se ha dejado arrastrar por la ola de pesimismo e incertidumbre que la tan traída y llevada crisis ha generado? Todo parece gris o incluso negro: caída consumo, desempleo, difícil acceso a la financiación, sectores casi hundidos y un largo etcétera. El atrevimiento de la ministra Salgado de ver «brotes verdes» en nuestra economía le ha costado un lluvia de calificativos que han llegado a atribuirle un momento casi de «locura transitoria».

IGNACIO FALCÓN

Titular de Farmacia Parque Rioja. Logroño. MBAE ICADE.

Este autor no se considera un optimista empedernido, sino, más bien, bastante realista y con los pies en el suelo, con tendencia a la cautela en sus decisiones o comentarios sobre cualquier tema en general.

A pesar de esto, en este artículo se podrá demostrar que en la oficina de farmacia hay no sólo brotes verdes, sino árboles, arbustos y flores, que surgen como oportunidades a nuestro alrededor (alrededor de los que regentamos una oficina de farmacia).

Realidad actual de la farmacia

Son incontables ya los artículos, estudios y comentarios que hemos leído u oído diciendo que la oficina de farmacia sufre desde hace años los efectos de una batería de leyes, decretos o regulaciones que están disminuyendo su rentabilidad de forma alarmante, e incluso poniendo

en peligro la subsistencia de algunas de ellas.

Coincidimos, básicamente con los postulados de la mayoría de esos artículos, aunque a diferencia de algunos autores, no pensamos que todo esté perdido, sino que hay grandes oportunidades que están en nuestras manos y cuyo aprovechamiento depende únicamente de nuestras decisiones como empresarios al frente de un negocio, que es nuestra farmacia.

Vamos a simplificar un poco la esencia de lo que es una oficina de farmacia como negocio, para encontrar los «brotes verdes». Antes de realizar las próximas afirmaciones, no obstante, es preciso dejar muy claro de antemano que, como titular de una oficina de farmacia, el que suscribe se considera un profesional del medicamento, un agente sanitario que forma parte del sistema que vela por el bienestar y la salud de los ciudadanos. La aportación del farmacéutico a este preciado valor que es la salud es funda-

mental y consideramos clave la integración de las farmacias hacia la prestación de servicios a la sociedad que refuercen nuestro valor como agentes sanitarios de primer orden.

La simplificación a la que sometemos nuestra profesión trata de ver las oportunidades que ofrece nuestro negocio si lo contemplamos fundamentalmente como cualquier otro establecimiento, en el que rigen el resto de las reglas de mercado (sin perjuicio de que tengamos muy claro lo que es la farmacia y el farmacéutico, tal como señalábamos en el párrafo anterior), es decir:

- Los clientes/pacientes de nuestras farmacias son los mismos que compran en grandes cadenas, los mismos que son bombardeados por acciones de marketing cada vez más sofisticadas, disfrutan de sistemas de fidelización de todo tipo o escogen comprar productos en establecimientos donde se cuida hasta el último detalle para crear una «atmósfera» especial.
- Entre el 15 y el 30%, según el caso, de nuestra cifra de negocio actual proviene de la venta de productos de parafarmacia, que están sometidos a los mismos «ing» que los productos ajenos al canal farmacéutico, es decir, marketing, merchandising, etc., y que es necesario «vender», algo muy diferente a «dispensar».
- Dermocosmética, higiene, alimentación infantil, dietética y todas las familias claves de productos que vendemos en la farmacia suponen un porcentaje muy pequeño respecto a la venta total de esos mismos productos si consideramos todos los canales. Siempre esta-

La seguridad que aporta nuestro negocio, con crecimientos moderados pero constantes, anticíclico y de primera necesidad, hace que la transmisión de una farmacia sea un negocio para muchas empresas

mos a la defensiva, para que tal o cual producto no salga de nuestro canal. Si pasamos al ataque, veremos que el mercado que hay fuera de la farmacia y que podemos atraer hacia nuestros establecimientos es mucho más grande de lo que imaginamos. No olvidemos que la «confianza» en el farmacéutico y su consejo es un bien mucho más valioso de lo que parece, para acercar ese consumo hacia nosotros.

- Algunas oficinas de farmacia están muy anticuadas en cuanto a sus instalaciones y zonas de atención al público. Productos mal expuestos (incluso dentro de vitrinas), espacios comerciales inadecuados y mal aprovechados, parafarmacia comercializada como si se tratara de medicamentos, etc. Un establecimiento de gran nivel como es la farmacia, al que acuden cada día millones de ciudadanos, sigue reglas comerciales del siglo pasado.
- El gasto público en medicamentos creció en 2008 el 6,87%. En 2009, aunque hay datos que indican que la caída de las ventas de productos no financiados está entre el 4 y el 15% según las zonas, está siendo prácticamente compensado por el crecimiento de las especialidades. La farmacia es «anticíclica» para la crisis.
- El farmacéutico, como persona física, tributa hasta el 43% de sus beneficios brutos a Hacienda. La media podemos estimarla en un 35% de tasa impositiva (gráficamente cabe afirmar que 4,2 meses al año trabajamos para Hacienda). La baja inversión que se realiza en la farmacia como establecimiento hace que la partida de Amortizaciones, que reduce notablemente la tasa impositi-

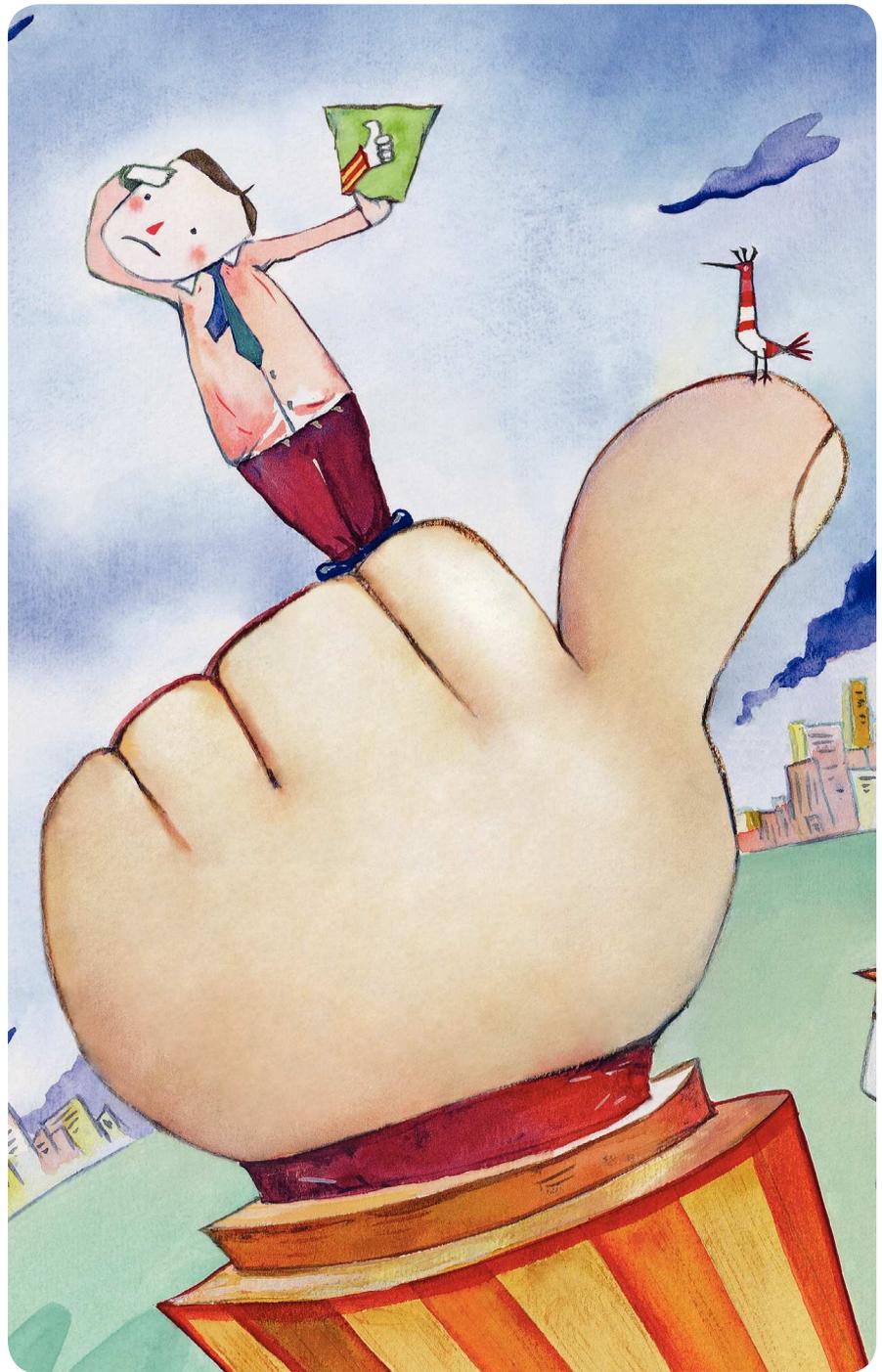


Tabla I. «Farmacia tipo»

• Facturación del último ejercicio	900.000 euros
• Mix de ventas	80/20 (especialidades/venta libre)
• Margen bruto	30%
• Gastos de personal	10%
• Resto de gastos de explotación	8% (este valor es muy variable según los casos)
• Tasa impositiva	35%
• No tiene ya apenas amortizaciones para desgravarse porque no invierte desde hace años en el propio negocio	
• Local	125 m ² totales

Tabla II. Crecimiento de las ventas tras la reforma de la oficina de farmacia

Período	Máx.	Mín.	Media	Crecimiento medio acum.
Año 1	100%	15%	30%	30%
Año 2	50%	12%	25%	163%
Año 3	30%	10%	20%	195%
Año 4	25%	8%	17%	228%
Año 5	20%	8%	11%	253%

Tabla III. Escenario 1 (seguir como hasta ahora)

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Crecimiento en ventas		6,00%	6,00%	6,00%	6,00%	6,00%
Facturación obtenida	900.000	954.000	1.011.240	1.071.914	1.136.229	1.204.403
Margen bruto		30%	30%	31%	31%	31%
Gastos de personal		10%	10%	10%	10%	10%
Gastos de explotación		8%	8%	8%	8%	8%
Tipo impositivo		35%	35%	35%	35%	35%
Factor de traspaso		2,0	2,0	2,0	2,0	2,0
Amortización anual		0	0	0	0	0
Intereses a descontar		0	0	0	0	0

Tabla IV. Escenario 2 (invertir en la farmacia)

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Crecimiento en ventas		15,00%	12,00%	10,00%	8,00%	8,00%
Facturación obtenida	900.000	1.035.000	1.159.200	1.275.120	1.377.130	1.487.300
Margen bruto		31%	31%	32%	32%	32%
Gastos de personal		10%	10%	10%	10%	10%
Gastos de explotación		8%	8%	8%	8%	8%
Tipo impositivo		35%	35%	35%	36%	36%
Factor de traspaso		2,0	2,0	2,0	2,0	2,0
Inversión en reforma	200.000					
Amortización anual		20%	20%	20%	20%	20%
Pago anual del préstamo		20.365	20.365	20.365	20.365	20.365
Intereses pagados/año		7.713	7.065	6.385	5.670	4.918

va, sea muy baja o incluso inexistente. Las medidas promovidas por el Gobierno para minorar los efectos de la crisis (que, desde nuestro punto de vista, en la farmacia son relativamente

leves), permiten aplicar a las inversiones que se realicen en 2009 y 2010 la «libre amortización de la inversión», algo, como veremos, mucho más valioso de lo que parece.

– La seguridad que aporta nuestro negocio, con crecimientos moderados pero constantes, anticíclico y de primera necesidad, hace que la transmisión de una farmacia sea un negocio para muchas empresas. Es parte de nuestro patrimonio y la solemos valorar (aunque ya no es el único dato) por un factor sobre las ventas. Este valor es muy variable, en función de las zonas, los tipos de farmacia, su ubicación, etc. *Grosso modo* un factor del doble de las ventas puede ser por todos admitido como media. Teniendo en cuenta este factor, cualquier incremento de la cifra de ventas tiene un doble valor: el mayor beneficio sobre una mayor venta y el incremento al mismo tiempo de nuestro patrimonio, reflejado en la valoración de nuestra oficina de farmacia.

Crisis u oportunidad

A partir de las premisas anteriores, demostraremos que el farmacéutico tiene una de las mejores oportunidades posibles en su propio establecimiento. Para hacerlo, trabajaremos con un ejemplo al que llamaremos «farmacia tipo», regentada por un «titular tipo», y en la que pueden verse reflejados muchos compañeros, ya que hablaremos de porcentajes de gastos más que de cifras cuantitativas absolutas. Las características básicas de nuestra «farmacia tipo» son las que se han recogido en la tabla I.

El «titular tipo» de la «farmacia tipo» está pensando, como muchos otros compañeros, qué puede hacer para frenar la caída de rentabilidad que año tras año está sufriendo su negocio, y evalúa de qué herramientas dispone para hacer crecer su farmacia y garantizar la continuidad de su fuente de ingresos principal.

El Sr. Tipo ha consultado a muchos compañeros que ya han abordado la modernización de sus establecimientos y éstos le han facilitado unas cifras de crecimiento¹ de sus ventas totales tras afrontar procesos de reformas integrales, en los que no sólo han adecuado su local a las necesidades y exigencias actuales, sino que también han implementado herramientas de gestión, de marketing o incluso de robotización de las farmacias que, con oscilaciones notables, se asocian en general a crecimientos importantes.

Tabla V. Datos sobre la inversión en la reforma

Inversión prevista	200.000	Cuota mensual	1.697 euros
% que se va a financiar	80%	Importe del préstamo	160.000 euros
Interés del préstamo	5%		
Años de duración/préstamo	10		
N.º pagos/año	12		

Tabla VI. Cuenta de explotación del escenario 1 (seguir como hasta ahora)

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Facturación	954.000	1.011.240	1.071.914	1.136.229	1.204.403
Margen bruto	286.200	303.372	332.293	352.231	373.365
Gastos de personal	95.400	101.124	107.191	113.623	120.440
Gastos de explotación	76.320	80.899	85.753	90.898	96.352
Margen neto	114.480	121.349	139.349	147.710	156.572
	12%	12%	13%	13%	13%
Amortización a descontar	0	0	0	0	0
Intereses a descontar	0	0	0	0	0
Impuestos	40.068	42.472	48.772	51.698	54.800
Beneficio neto después de impuestos	74.412	78.877	90.577	96.011	101.772
	7,8%	7,8%	8,5%	8,5%	8,5%
Beneficio neto acumulado	74.412	153.289	243.865	339.877	441.649
Valor de traspaso	1.908.000	2.022.480	2.143.829	2.272.459	2.408.806

Tabla VII. Cuenta de explotación del escenario 2 (invertir en la farmacia)

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Facturación	1.035.000	1.159.200	1.275.120	1.377.130	1.487.300
Margen bruto	320.850	359.352	408.038	440.681	475.936
Gastos de personal	103.500	115.920	127.512	137.713	148.730
Gastos de explotación	82.800	92.736	102.010	110.170	118.984
	13%	13%	14%	14%	14%
Amortización a descontar	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000
Intereses a descontar	7.713	7.065	6.385	5.670	4.918
Impuestos	30.397	36.271	46.246	52.966	58.789
Beneficio neto después de impuestos	104.157	114.425	132.271	139.832	149.433
	10,1%	9,9%	10,4%	10,2%	10,0%
Beneficio neto acumulado	104.157	218.528	350.853	490.685	640.117
Ahorro de impuestos	16.699	16.473	16.235	16.441	16.170
Ahorro de impuestos acumulado	16.699	33.172	49.407	65.848	82.019
Valor de traspaso	2.070.000	2.318.400	2.550.240	2.754.259	2.974.600

Los datos examinados corresponden a los cinco primeros ejercicios a partir de la reforma. Hay quien el primer año ha duplicado las ventas totales (100% de crecimiento), y quien las ha visto crecer un 15%. La media podría situarse en un 30% (tabla II).

El Sr. Tipo es bastante conservador y prefiere aplicar para sus cálculos el valor mínimo que ha obtenido para los cinco primeros ejercicios en las consultas a sus compañeros más decididos. Así, el Sr. Tipo decide plantearse dos escenarios que se describen a continuación y se reflejan en las tablas III y IV.

Escenario 1: seguir como hasta ahora

La farmacia del Sr. Tipo seguramente seguirá creciendo al ritmo del sector, en torno al 6%, y si no hace nada se evita todo el trabajo y la inversión de una reforma, además de tener que aprender algo de gestión, marketing, merchandising, animación, etc.

Escenario 2: invertir en la farmacia

La cifra total de la inversión es de 200.000 euros, de los cuales solicita un 80% de financiación y el 20% restante lo aporta como fondos propios (tabla V). Se asesora para conseguir un aprovechamiento óptimo de su espacio comercial, consiguiendo así que sus metros lineales de exposición se dupliquen y ubicando en ellos los productos de forma óptima. Además, inicia un sistema de fidelización y alguna acción para dinamizar sus ventas.

Lógicamente, en los cinco primeros años sabe que, como mínimo, obtendrá unos crecimientos como los del peor de los valores registrados por los compañeros a los que ha consultado.

En las tablas III y IV el Sr. Tipo ha reflejado algunos datos interesantes:

– El margen bruto mejora cuanto mayor es la capacidad de compra de la farmacia (sistema de bonificación en escala) y cuanto mayor es el porcentaje de venta libre, que tiene mejor margen que las especialidades. Obviamente el crecimiento se debe principalmente

al incremento de la venta libre. Todos esos productos que ahora vende más han salido principalmente de desviar parte del gasto de sus clientes desde otros canales hacia su renovada oficina de farmacia.

- Aprovecha el decreto excepcional de libre amortización para hacer un planteamiento fiscal a su medida tras ser bien asesorado.
- Tiene un gasto extra que son los intereses del préstamo de 160.000 euros que ha solicitado, pero que evidentemente se desgrava para disminuir su base impositiva.

Los resultados reflejados en una cuenta de explotación resumida para los dos escenarios se pueden observar en las tablas VI y VII. Del análisis de estas dos cuentas de explotación obtenemos conclusiones muy interesantes:

- Al cabo de cinco años ha ahorrado en impuestos ya acumulados unos 82.019 euros. Esto supone que Hacienda ha ayudado con el 41% de la inversión de 200.000 euros, vía menor pago de impuestos.
- El margen neto después de impuestos (que es el dinero que queda al final) es de dos puntos porcentuales mayor que en el escenario primero, 7,8% frente a 10,1% el primer año, es decir: su negocio es un 20% más rentable que antes.
- El valor patrimonial de la farmacia ha crecido notablemente al haber invertido en su mejora. Ahora la farmacia vale más.

Llevamos los datos relevantes de resultados de ambos escenarios a la tabla VIII, que ofrece una comparativa de los datos año a año y de los datos acumulados. De los resultados comparativos de dicha tabla obtenemos unos análisis que demuestran claramente que invertir en nuestra oficina de farmacia es una gran oportunidad.

La medida de una buena inversión es lo que técnicamente se conoce como el «retorno de inversión». Es decir, si invertimos 200.000 euros, qué porcentaje de beneficio extra generado por la inversión nos retorna. El primer año, considerando sólo el mayor beneficio por el incremento de ventas más el ahorro fiscal, el Sr. Tipo obtendría un 15% de

Tabla VIII. Valores comparativos de la farmacia tipo sin reforma y con reforma

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Beneficio neto sin reforma	74.412	78.877	90.577	96.011	101.772
Beneficio neto con reforma	104.157	114.425	132.271	139.832	149.433
% variación	40%	45%	46%	46%	47%
Dif. neta (euros)	29.745	35.549	41.694	43.821	47.660
Rentabilidad sobre inversión de 200.000 euros	15%	18%	21%	22%	24%
Beneficio neto sin reforma acum.	74.412	153.289	243.865	339.877	441.649
Beneficio neto con reforma acum.	104.157	218.582	350.853	490.685	640.117
% variación	40%	43%	44%	44%	45%
Diferencia neta (euros)	29.745	65.293	106.987	150.808	198.468
Rentabilidad sobre inversión 200.000 euros	15%	33%	53%	75%	99%
Valor traspaso sin reformas	1.908.000	2.022.480	2.143.829	2.272.459	2.408.806
Valor traspaso con reformas	2.070.000	2.318.400	2.550.240	2.754.259	2.974.600
% variación	8%	15%	19%	21%	23%
Dif. neta (euros)	162.000	295.920	406.411	481.801	565.794
Beneficio neto + diferencia traspaso	191.745	331.469	448.105	525.621	613.454
Rentabilidad sobre inversión de 200.000 euros	96%	166%	224%	263%	307%

retorno de inversión (29.745 euros de diferencia entre los dos escenarios).

Si contamos, además, el incremento del patrimonio, ese retorno de inversión se va al 96% (191.745 euros), es decir, que casi recuperaría el 100% de la inversión en el primer ejercicio.

Si vamos a las cifras acumuladas durante los cinco años de este análisis, nos encontramos con retornos de inversión del 29 y del 307%, según si consideramos un valor o los dos.

¿Compráramos acciones de una gran empresa por valor de 200.000 euros, si nos aseguraran que nos van a rendir más de un 20% de media al año, es decir, que doblaríamos el capital invertido al cabo de cinco años e incluso lo triplicaríamos si tuviéramos en cuenta nuestro patrimonio?

Este autor, desde luego tal como están hoy las cosas, invertiría en ese proyecto. Con la incertidumbre actual que viven muchos otros sectores (no tanto el nuestro), con las grandes dudas que supone invertir en bolsa, inmuebles (a pesar de las teóricas gangas) u otro tipo de valores, nuestra opinión es que donde mejor podemos invertir nuestro dinero (el nuestro y el del banco) es en nuestro propio negocio.

La situación anticíclica de la farmacia y el decreto de libre amortización presentan un escenario ideal, una gran oportunidad para quienes estando al frente de una farmacia sepan verla y aprovecharla.

Lo peor de todo esto es que algunos de los vecinos/compañeros del Sr. Tipo lo vean y él no lo sepa apreciar, ya que en ese caso los resultados de crecimiento de ventas tras una buena inversión para quien se arriesgue serán mucho mayores, a costa, no de otros canales, sino también del compañero/vecino.

El Sr. Tipo y su farmacia Tipo representan una media un poco alta del sector, pero cada uno puede plantear ambos escenarios con sus propios datos.

Todos los escenarios posibles, para casi cualquiera de las 21.000 farmacias en España, arrojarán una misma conclusión: «Invertir en nuestras farmacias es una gran oportunidad». □

Notas

1. Los datos de crecimiento en ventas que usa el Sr. Tipo están obtenidos de una amplia consulta no formal a unas 50 farmacias que han realizado reformas y ampliaciones.