

MERCADO DE LA FARMACIA

ANÁLISIS 2022 Y EVOLUCION / PERSPECTIVAS PARA EL AÑO 2023

Análisis 2022 Volúmenes y Precios

El ejercicio 2022 presenta un incremento de 3,7 % del volumen de ventas del mercado farmacéutico, respecto del año anterior. (Mercado Total-Fuente IQVIA)

Este efecto está dado en forma conjunta por los productos de Venta Libre que crecieron un 0.3%, y los Productos Éticos 5.0 % (Fuente IQVIA)

Es un número razonable, aunque marca una desaceleración respecto de los indicadores que se produjeron en 2021

No obstante, es muy importante señalar que el volumen de ventas en unidades alcanzado durante 2022 es el más elevado desde 2013 a la fecha. Esta consideración es válida tanto para el mercado de Venta Rx como Venta Libre.

El análisis individual, nos muestra que las ventas de productos del Mercado Ético superaron el nivel del año 2016, en tanto que las del mercado de Venta Libre están por encima de las unidades vendidas en 2018, los mejores años de la serie desde 2013

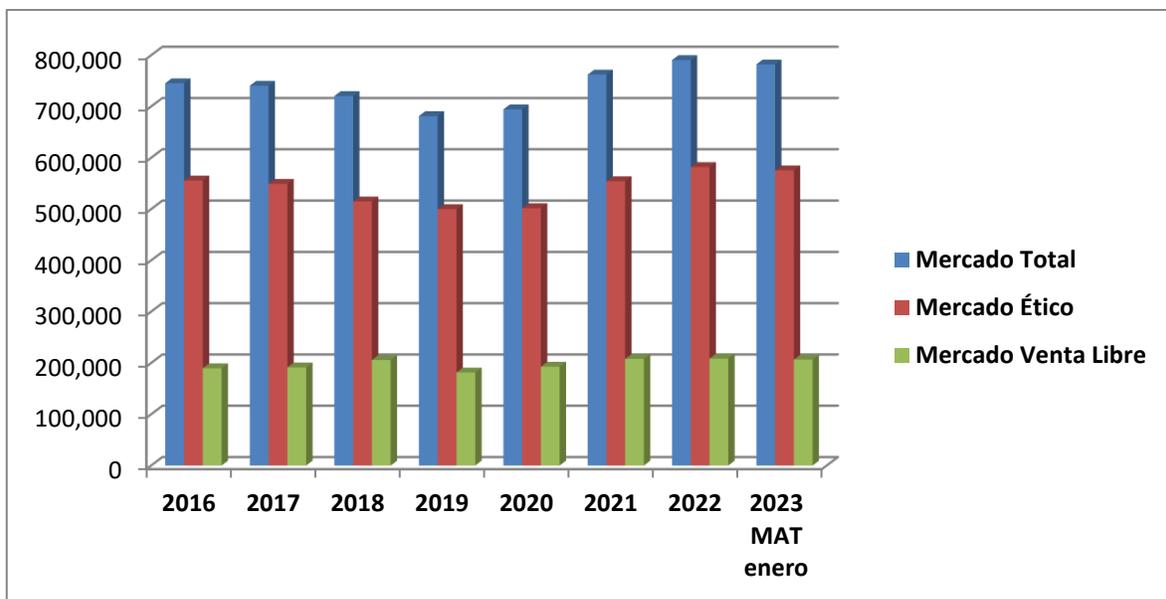
Esto indica que nos encontramos ante un mercado donde el volumen es el principal sostén de la actividad

Podemos decir que el mercado está en un constante crecimiento desde 2020 y que en 2022 aunque más moderado siguió con esta tendencia

El comienzo de 2023, con los resultados de enero, indica una fuerte desaceleración donde la venta en unidades cae el 15% respecto del mismo período del año anterior.

En tanto el MAT (12 meses acumulados) muestra un leve crecimiento de apenas 1%

En el gráfico de abajo vemos la evolución de las ventas en unidades desde 2016 A 2023



Fuente IQVIA

La disminución de volúmenes del mercado farmacéutico, cuando ocurre, es producto de una profunda crisis (2002), o de un período de no crecimiento de la economía como ocurre en los años 2016 a 2020.

Es importante señalar que gran parte del efecto favorable de 2021/2022 se debe a la tracción que ejercen las ventas del Convenio Pami.

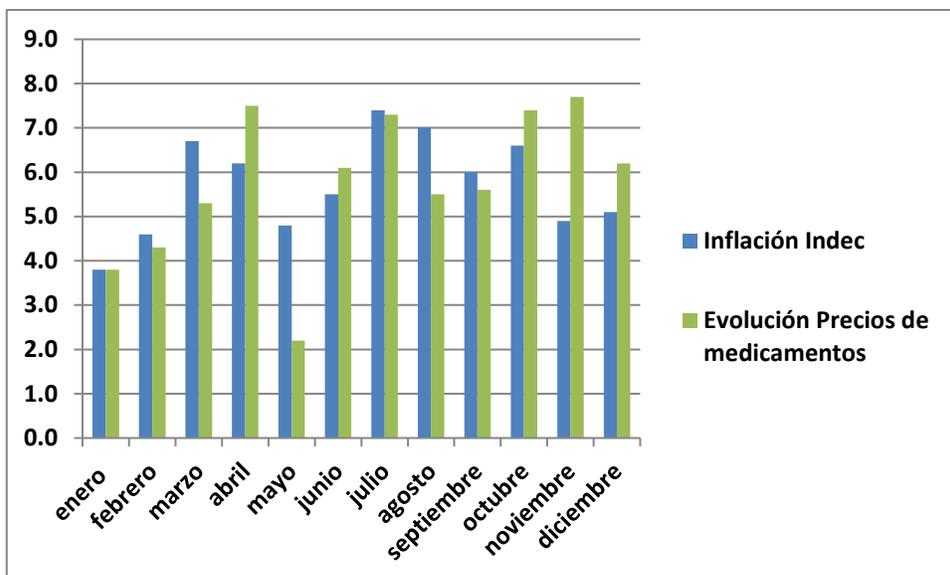
Un factor a considerar es la relación de los incrementos de precios de los productos farmacéuticos y su evolución respecto a la inflación general.

Durante el año pasado los Precios de Venta al Público (PVP), crecieron respecto del año anterior un 91,1 %, mientras que la Inflación General, que publica el INDEC fue de 94.7 %

Es de señalar que durante el curso del año los ajustes de precios de los medicamentos estuvieron en niveles levemente inferiores con la inflación general,

En el gráfico siguiente podemos ver la evolución mensual de ambas variables

**Comparativo evolución Mensual IPC/ Precios de los medicamentos
Enero /Diciembre 2022**

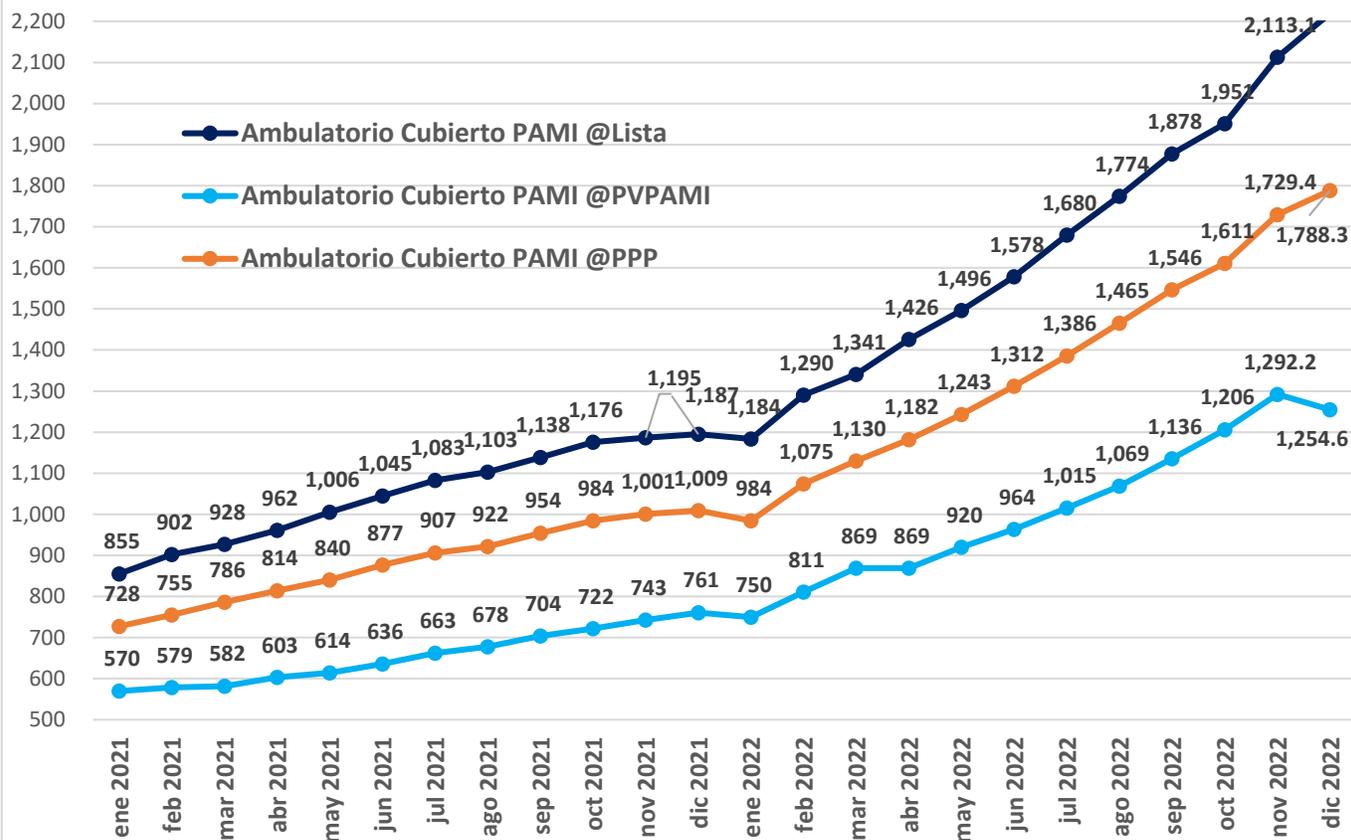


Este concepto aplica, para el Precio de Venta al Público (PVP), que es el valor general publicado por los laboratorios, y que se utiliza para todas las transacciones, excepto para la venta de los productos a través del Convenio PAMI.

Considerando que los productos del Convenio PAMI, tuvieron un ajuste general durante el año de aproximadamente un 20 % por debajo del ajuste de los PVP, el efecto en el cálculo del Incremento general del Precio de facturación real de las farmacias es bastante inferior al que muestra el crecimiento del PVP

Esto significa que la brecha de precios existente entre el PVP general y PVP PAMI se incrementó siendo en la actualidad de aproximadamente un 44% en el promedio general de los productos

Si realizamos un análisis de las principales moléculas que se dispensan por PAMI, este efecto general se ve más afectado, ya que el incremento de PVP fue del 85,7 %, el del PVP de PAMI un 64,9% y el Índice Combinado, es decir el PP de facturación real de las principales moléculas que se dispensan por PAMI fue de 77, 5 %. Por lo tanto, este índice combinado representa el valor real de facturación de las farmacias de estas moléculas. (Fuente IQVIA)



Los datos de este gráfico están expresados en Precios de farmacia sin IVA, es decir un 66% del PVP

En este gráfico podemos observar que el Precio Promedio Ponderado o sea el real de facturación se encuentra en valores significativamente más bajos que los PVP.

Dado el entorno político- económico general parece improbable que lo perdido en PVP Pami se pueda recuperar en el futuro.

RENTABILIDAD

La facturación nominal tuvo un significativo crecimiento en su monto total de 67,3 %, como consecuencia del incremento del volumen en Productos Éticos y de Venta Libre y de los ajustes de precios producidos durante el año, **pero, considerando el ajuste de precios reales por debajo de la inflación, no mejoró en forma sensible la rentabilidad final de la farmacia**

Otro factor que influyó en la erosión de la rentabilidad de la farmacia fue la disminución de los descuentos adicionales en la compra de productos de oferta. (Transfer)

Estos factores, hicieron necesario una mayor inversión y la optimización extrema del Capital de Trabajo para seguir manteniendo la operación, y tratar de evolucionar.

El adicional de Capital de Trabajo, fue indispensable para financiar esa mayor actividad, y el incremento de costos de compra

Además de esta inversión con el objetivo de mantener el nivel de stock (necesidad primordial de supervivencia de la farmacia) y financiar el crecimiento de las cuentas a cobrar, hubo que asignar más recursos para gastos corrientes.

Los gastos generales de explotación (alquileres, servicios, impuestos), en muchos casos superaron ampliamente el índice de inflación general.

La búsqueda de rentabilidad adicional durante 2022 fue una necesidad permanente para compensar estos efectos y debe continuar siendo un tema primordial en los objetivos de la farmacia para 2023.

Las variables que afectaron la Ecuación Financiera de las farmacias siguen siendo, aunque con distintas variantes, casi las mismas que comentábamos a fines del año 2021

Los podríamos resumir en:

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

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.

No obstante, hay que ser cuidadosos con los niveles de stock, y la reposición debe hacerse en forma racional y atenta a la rotación de los productos,

En épocas de alta inflación y con ajustes de precios que no recuperan la inflación general, no es recomendable mantener stocks inmovilizados por mucho tiempo.

Este concepto genera un delicado equilibrio en el manejo del inventario, donde hay que estar muy atento para mantener la calidad de atención y no generar inmovilizaciones prolongadas de productos.

Además, erosiona la posibilidad de aplicación de recursos financieros a otras posibilidades más rentables

PERSPECTIVAS PARA EL AÑO EN CURSO.

Las perspectivas de las farmacias para 2023 estarán muy ligadas a lo que ocurra con la evolución del marco político- económico general y su efecto en el ajuste de precios y pagos de la Seguridad Social,

No debemos dejar de considerar que es un año electoral, elección presidencial, con altos niveles de inflación general y un elevado consumo de medicamentos financiados en parte por el Estado nacional (PAMI) y los estados provinciales (Obras Sociales de las provincias)

Convenio Pami

Es imprescindible para las farmacias que se recupere, aunque sea parcialmente el ajuste del PVP Pami, a valores cercanos al PVP general

En épocas de inflación muy elevada como la actual es una diferencia muy significativa no recuperar la inflación general.

También es importante que se mantenga el ritmo actual de cobranzas y Notas de Recupero en los términos actuales, ya que de demorarse estos circuitos generarían importantes perjuicios financieros a la farmacia y al sistema de distribución.

Volúmenes de ventas y precios

El volumen de ventas en unidades estimamos que se mantendrá en los mismos niveles de este año con posibilidades de algún leve crecimiento de 1 o 2%.

La desaceleración que se produjo en el primer mes del año es un llamado de atención, y de mantenerse esa tendencia, probablemente resulte difícil mantener los volúmenes de venta de 2022

En cuanto a los ajustes de precios dependerá de la actitud oficial en el control de la inflación.

Si se implementa una política de acuerdo de precios los medicamentos quedarán nuevamente por debajo de los niveles de inflación general.

La evolución de la economía y el consumo en general serán factores fundamentales que incidirán en el nivel de ventas de las farmacias

Por supuesto que también tendrá mucha incidencia en la rentabilidad 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.

En el curso de 2023 la rentabilidad y financiación de la farmacia serán, aún más que nunca, complejas y necesarias de alto grado de control.

Debemos reiterar lo que escribimos permanentemente, aunque con un concepto más estricto, ya que las condiciones son mucho más complejas, por la incertidumbre que nos plantea la situación general

Decíamos en años anteriores y mantenemos para la actualidad

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

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

Es necesario generar una Gestión Profesional de Negocio que permita desarrollar actitudes proactivas, 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 DIFERENCIAL**
- **OPTIMIZACIÓN DE COMPRAS Y MANTENIMIENTO DE INVENTARIO**
- **REVISIÓN PERMANENTE DE VARIABLES Y CAPACIDAD DE CAMBIO**
- **ATENCIÓN PERMANENTE DE LOS FACTORES MACRO DE LA ECONOMÍA**

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 para 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.

Nuevos conceptos en 2023

- **Un punto muy destacado a evaluar es si el sistema puede seguir soportando los plazos de pagos efectivamente acordados con las Obras Sociales y Prepagas. Si bien los pagos se están efectivizando razonablemente dentro de los plazos previstos, es necesario reconsiderar si con los altísimos niveles de inflación y la caída de rentabilidad de las farmacias se puede mantener esos términos de financiación**
- **Debemos estar atentos a la implementación de la receta electrónica y sus efectos en la atención de los pacientes. Es imprescindible adaptar rápidamente los sistemas de gestión y facturación a los nuevos requerimientos legales**
- **Es importante considerar los efectos de los cambios de administradores en los contratos de algunas Obras Sociales provinciales, ya que pueden generar variaciones en las prestaciones de medicamentos**
- **Seguimiento estricto de las compras de ofertas y Transfer de forma tal de evaluar permanentemente la rentabilidad adicional que se puede obtener en la compra**

“La situación compleja político social afecta todas las variables y en consecuencia no es ajena a la suerte de la rentabilidad de la farmacia

Como comentamos en párrafos anteriores, es muy importante establecer una estrategia de acción con relación a las diferencias entre ajustes de precios de los medicamentos y los índices de inflación general

Es una alternativa interesante para generar rentabilidad diferencial con la recomendación de productos de primera calidad que se compran con descuentos adicionales

Es otra oportunidad para reafirmar que la farmacia es “el último eslabón en la decisión de compra del medicamento “.

La incorporación y desarrollo de la venta de productos no -Farma a través del e- commerce es un tema que llegó para quedarse.

Es un negocio complejo y necesita de una alta eficiencia de gestión.

Es imprescindible la generación de un circuito de comunicación y logística eficiente, ya que la competencia es muy fuerte y la calidad de servicio es un diferencial decisivo en este tipo de comercialización.

La rentabilidad no es muy significativa y necesita un análisis permanente.

Es un tema interesante y de futuro, pero debe considerarse como una Unidad de negocio adicional a la farmacia y financiarse con recursos genuinos, es decir no distraendo Capital de trabajo corriente de la operación de la farmacia

Conclusión

- **Es un año para seguir muy de cerca la evolución del volumen de ventas de los productos farmacéuticos.**
- **Mantener los stocks en unidades, valores y con productos de alta rotación.**
- **Optimizar en forma permanente la Gestión de Compras.**
- **Definir la aplicación de recursos de la farmacia a operaciones rentables**
- **Analizar profundamente las categorías de ventas de Productos No Farma. Analizar rotación y rentabilidad en forma periódica**
- **Mantener la calidad de servicio y agregar valor a la relación permanente con el cliente- paciente**
- **Trabajar con un concepto de “mejora permanente “de la eficiencia. La escasa rentabilidad de la farmacia hace necesario que la actividad se desarrolle en un marco de absoluto rendimiento de cada recurso invertido**

Es imprescindible estar al tanto y analizar todas las alternativas externas que puedan variar las condiciones de la actividad, pero es mucho más trascendente, conocer todas las variables internas que afectan la rentabilidad y que pueden ser optimizadas con una Gestión eficiente y de permanente control.



EDUARDO
TCHOUHADJIAN
& ASOCIADOS

Dr. Eduardo Tchouhadjian- Consultor especializado en farmacias

Director Académico Posgrado de Marketing y Gestión Farma Universidad de Belgrano.
Director Académico Posgrado Rentabilidad y Gestión de la farmacia. Universidad de Belgrano
Profesor asociado de la materia Patentes Marcas y Comercio Farmacéutico. Universidad de Belgrano

www.eduardot.com.ar