

¿Beneficio cero?

Según los expertos, las pérdidas por farmacia como consecuencia de la aplicación de la rebaja del precio de los medicamentos y del margen de la distribución se cifran en torno a los 3.000 euros. Si a este enorme lastre económico añadimos la aportación mensual que realizamos debido a la aplicación del Real Decreto 5/2000 y al descuento en la dispensación de los absorbentes de incontinencia, nos encontramos ante unas cifras que pronto pasarán a ser insostenibles para algunas oficinas de farmacia.

Llevamos ya mucho tiempo soportando el peso de todas y cada una de las medidas arbitrarias que se han implantado para la reducción del gasto público en medicamentos. De hecho, somos el único colectivo constituido por personas físicas que, como tales, han debido aguantar este chaparrón rascándose, literalmente, sus propios bolsillos. Porque, si bien es cierto que la industria se ha visto afectada, las medidas no han repercutido en el sueldo de directivos ni empleados. Lo mismo puede decirse de los sueldos en el ámbito de la distribución mayorista, aunque este sector haya visto retocados sus márgenes a la baja. En ambos casos los beneficios de estas empresas se han visto reducidos aunque, por otro lado, como inversores tienen la posibilidad de reorientar sus estrategias.

Pero, ¿qué pasará cuando nosotros lleguemos a beneficio 0, al punto muerto por debajo del cual nuestras oficinas de farmacia dejen de obtener los beneficios que hoy por hoy les permiten subsistir como empresas? ¿Qué sucederá cuando alcancemos ese punto sin retorno en el que la farmacia, como empresa, no podrá volver a ser exprimida? Será entonces cuando algunas de ellas se verán obligadas a cerrar sus puertas y tal vez el modelo se funcione. Nuestra actual red de oficinas de farmacia, con presencia de establecimientos en los puntos más recónditos del territorio español, peligrará de verdad y perderemos el argumento clave que tradicionalmente hemos esgrimido ante la Administración para defender nuestro modelo, a saber, la ubicuidad de las farmacias, su amplia disponibilidad y la equidad de su servicio al ciudadano. Será entonces cuando otros operadores menos comprometidos con la salud y el bienestar de la población aprovechen la ocasión para ofrecer sus servicios de distribución y venta de medicamentos.

¿Pero cómo reaccionar ante semejante panorama? Hoy por hoy, parece que una correcta gestión de compras y *stocks*, y un incremento de las ventas a través de los servicios constituyen las únicas armas que, a título individual, podemos blandir para evitar que este hipotético escenario llegue a hacerse realidad.



MERCEDES PRATS
Directora