

LA APLICACIÓN DE MÁRGENES ECONÓMICOS A LOS PRODUCTOS FARMACÉUTICOS Y SU IMPLICACIÓN CON EL RESULTADO DE LAS SOCIEDADES COOPERATIVAS

POR
JAVIER ITURRIOZ DEL CAMPO*

RESUMEN

Los mayoristas farmacéuticos actúan en un sector sujeto a importantes restricciones relacionadas con la fijación del precio de los productos distribuidos. En este trabajo se parte de una descripción de la importancia de las sociedades cooperativas dentro de la distribución farmacéutica. Posteriormente se analizan los márgenes legalmente establecidos tanto para las especialidades farmacéuticas como para otros productos. Basándose en estos márgenes, se calculan los diferentes resultados derivados de la actividad productiva y se analizan las posibilidades de reducción de los mismos de cara a obtener la mayor retribución posible de sus socios.

Palabras clave: Distribución farmacéutica, mayorista, margen farmacéutico.

ABSTRACT

The pharmaceutical wholesalers act in a sector subject to important restrictions related to the fixing of the price of the distributed products. In this paper we describe the importance of the cooperative societies inside the pharmaceutical distribution. Later the margins are analyzed legally established both for the pharmaceutical specialities and for other products. Based on these margins, the different results derived from the productive activity are calculated and the possibilities of their reduction in order to obtain the major possible Remuneration of their members.

* Profesor del Departamento de Empresa de la Universidad San Pablo-CEU de Madrid e investigador de la Escuela de Estudios Cooperativos de la Universidad Complutense de Madrid.

Key Words: Pharmaceutical distribution, wholesaler, pharmaceutical margin.

1. LA DISTRIBUCIÓN FARMACÉUTICA

La distribución farmacéutica consiste en todas las tareas y operaciones necesarias para llevar los diferentes productos farmacéuticos desde los laboratorios farmacéuticos hasta las oficinas de farmacia y restantes servicios encargados de realizar las prestaciones farmacéuticas¹. Para el análisis de esta distribución se diferencia entre los canales y los diferentes mayoristas.

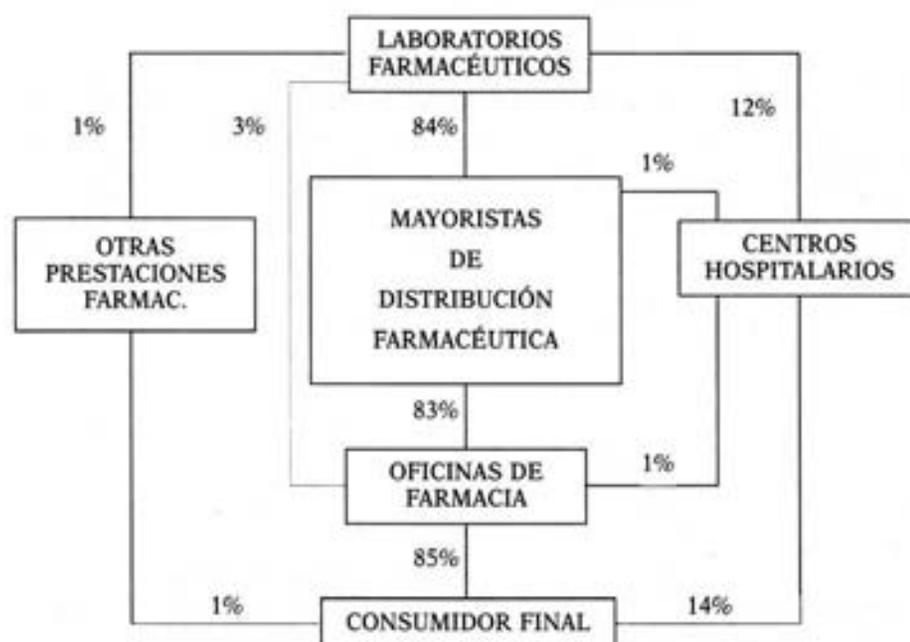
1.1. Los canales de distribución farmacéutica

Los canales que siguen los productos desde el fabricante hasta el consumidor en el caso de la distribución farmacéutica están recogidos en el Cuadro 1. En el mismo se observa que el 84 por ciento de los productos se distribuye mediante el ciclo largo en el que los mayoristas, y por tanto las cooperativas de distribución farmacéutica, juegan un papel fundamental.

Desde el punto de vista de los minoristas hay que destacar que, del total de los productos farmacéuticos que llegan hasta el consumidor final, el 85 por ciento es adquirido en oficinas de farmacia abiertas al público que tienen como proveedores mayoritarios a los almacenes farmacéuticos.

¹ MINISTERIO DE TRABAJO. *Investigación sobre la asistencia farmacéutica en España*. Madrid: Ministerio de Trabajo, 1977, p. 42-44.

CUADRO I
 CANALES DE DISTRIBUCIÓN FARMACÉUTICA



FUENTE: IMS.

1.2. Los almacenes mayoristas en la distribución farmacéutica

Los mayoristas farmacéuticos actúan de mediadores entre la industria y las oficinas de farmacia, encuadrándose dentro del subsector de distribución. Teniendo en cuenta la integración vertical entre los minoristas (las oficinas de farmacia) y los mayoristas, es posible hacer una diferenciación entre aquellos mayoristas cuyo capital es propiedad de los farmacéuticos y aquellos cuyo capital se encuentra en otras manos².

- Almacenes con capital no farmacéutico. Suelen constituirse como sociedades anónimas, siendo su capital propiedad de no farmacéuticos.

² ACOFARMA. Cooperativas frente a los almacenes, ACOFAR. N. 239, junio de 1986, p. 28 y 29.

- Almacenes con capital farmacéutico. Su característica es que el capital se encuentra en poder de farmacéuticos. Hay que diferenciar entre los centros farmacéuticos (generalmente sociedades anónimas) y las cooperativas farmacéuticas.

La evolución del número de mayoristas ha sufrido escasas variaciones en los últimos años (Cuadro 2), pasando de 101 a 95. Se puede observar que mientras el número de cooperativas se ha mantenido constante (31), las modificaciones vienen derivadas de la adquisición de centros farmacéuticos por parte de capital no farmacéutico. En cuanto a la situación actual, de los 95 mayoristas 46 (un 48,4 por ciento) son empresas de capital no farmacéutico, 31 (un 32,5 por ciento) son cooperativas, mientras que 18 (un 19 por ciento) son centros farmacéuticos. Sin embargo, si se suman los centros y las cooperativas se observa que la mayoría de los distribuidores (un 51,6 por ciento) son de propiedad farmacéutica.

CUADRO 2
NÚMERO DE MAYORISTAS Y ALMACENES
DE DISTRIBUCIÓN FARMACÉUTICA

TIPO DE MAYORISTA	NÚMERO DE MAYORISTAS				
	1993	1995	1998	1999	% 1999
CAPITAL NO FARMACÉUTICO	45	50	48	46	48,4
CENTROS FARMACÉUTICOS	25	20	20	18	19,0
COOP. FARMACÉUTICAS	31	31	31	31	32,6
TOTAL	101	101	99	95	100

FUENTE: FEDIFAR.

Al analizar la cuota de mercado de los distribuidores mayoristas (Cuadro 3), puede apreciarse que se trata de un mercado muy dividido en el que únicamente 10 de los 95 mayoristas tienen una cuota igual o superior al 2 por ciento. Si se tienen en cuenta los tipos de mayoristas, de las 20 primeras empresas solamente cinco no son cooperativas (dos centros farmacéuticos y tres sociedades de capital no farmacéutico). El análisis de estos datos es más que suficiente para dejar clara la importancia de las sociedades cooperativas de distribución farmacéutica en un sector en el que las cooperativas tienen aproximadamente el 70 por ciento del mercado, dejando un 20 por ciento a los centros farmacéuticos y tan sólo un 10 por ciento en manos de empresas de capital no farmacéutico.

CUADRO 3
CUOTAS DE MERCADO DE LOS MAYORISTAS
FARMACÉUTICOS (%)

N	MAYORISTA	TIPO	1997	1998	1999	2000
1	COFARES	SC	16,1	16,7	16,6	16,8
2	HEFAME	SC	9,2	9,5	11,3	11,8
3	SAFA	NF	8,3	8,4	9,0	9,0
4	FEDERACIÓN FARMACÉUTICA	SC	8,4	7,9	7,4	6,9
5	CECOFAR	SC	6,3	6,6	6,3	6,3
6	GRUPO FARMACEN	NF	3,1	3,1	2,6	2,6
7	C.F.VALENCIANO	CF	2,4	2,4	2,3	2,2
8	COFANO	SC	2,4	2,2	2,1	2,1
9	COFARÁN	SC	2,3	2,2	2,1	2,1
10	COFARCA	SC	2,1	2,0	2,0	2,0
11	COFAS	SC	2,1	2,0	1,9	1,9
12	HEFAGRA	SC	1,8	1,8	1,7	1,7
13	COFAGA	SC	1,9	1,8	1,7	1,6
14	COFARTE	SC	1,6	1,6	1,6	1,6
15	ARAGOFAR	SC	1,6	1,5	1,4	1,4
16	XEFAR	SC	1,2	1,1	1,1	1,2
17	CEFANA	CF	1,2	1,2	1,1	1,1
18	CERF CATALUÑA	(*)	1,3	1,3	1,2	1,1
19	COFACIR	SC	1,2	1,1	1,1	1,0
20	JAFARCO	SC	1,0	1,0	1,0	1,0
	OTRAS		24,5	24,6	24,7	24,6
	TOTAL		100	100	100	100

SC: Sociedades cooperativas; CF: Centros farmacéuticos; NF: Mayoristas con capital no farmacéutico;

(*) En su capital participa una cooperativa de capital no español.

Elaboración propia.

2. EL PROCESO PRODUCTIVO EN LAS COOPERATIVAS DE DISTRIBUCIÓN FARMACÉUTICA

Tal y como se ha manifestado, el proceso productivo de los mayoristas de distribución farmacéutica se centra en la adquisición y venta de productos farmacéuticos. La facultad para la mediación es reconocida por la Ley del Medicamento³, siendo definida su actividad en el Real Decreto 2259/1994 como la que «consiste en obtener, conservar, suminis-

³ ESPAÑA. LEY 25/1990, de 20 de diciembre, del Medicamento. BOE N. 153, de 22 de diciembre, art. 77.

trar o exportar medicamentos de uso humano y sustancias medicinales susceptibles de formar parte del medicamento elaborado por un laboratorio farmacéutico, así como los demás productos farmacéuticos que puedan ser objeto de venta en oficinas y servicios de farmacia»⁴.

CUADRO 4
EL PROCESO PRODUCTIVO EN LAS COOPERATIVAS
DE DISTRIBUCIÓN FARMACÉUTICA



En el caso de las cooperativas (Cuadro 4) es importante diferenciar entre la actividad productiva (compra, almacenamiento y venta de productos farmacéuticos) y la actividad cooperativizada o actividad realizada con sus socios, que sólo incluye la última de las tres fases mencionadas (venta de los productos farmacéuticos a las oficinas de farmacia).

3. LOS PRODUCTOS DISTRIBUIDOS POR LAS SOCIEDADES COOPERATIVAS DE DISTRIBUCIÓN FARMACÉUTICA

Las cooperativas farmacéuticas, al igual que los restantes mayoristas farmacéuticos, distribuyen diferentes productos, entre los que los medicamentos son la mercancía principal.

3.1. Los medicamentos

La Ley del Medicamento los define como «toda sustancia medicinal y sus asociaciones o combinaciones destinadas a su utilización en

⁴ ESPAÑA. REAL DECRETO 2.259/1994, de 25 de noviembre, sobre especialidades farmacéuticas. BOE N. 12, de 14 de enero, art. 1.

las personas o en los animales que se presente dotada de propiedades para prevenir, diagnosticar, tratar, aliviar o curar enfermedades o dolencias o para afectar a funciones corporales o al estado mental. También se consideran medicamentos las sustancias medicinales o sus combinaciones que pueden ser administradas a personas o animales con cualquiera de estos fines aunque se ofrezcan sin explícita referencia a ellos»⁵.

Los medicamentos sólo pueden venderse al público a través de oficinas de farmacia. De los diferentes medicamentos las fórmulas magistrales y oficinales son realizadas en las propias oficinas de farmacia, mientras que el no tratamiento industrial de los medicamentos prefabricados hacen que la actividad distribuidora de las cooperativas de distribución farmacéutica se centre en las especialidades farmacéuticas.

Las especialidades farmacéuticas consisten en medicamentos envasados que se amparan en un nombre comercial⁶. Dentro de las especialidades farmacéuticas se puede diferenciar entre:

- *Especialidades farmacéuticas publicitarias*⁷: Son aquellas especialidades farmacéuticas destinadas al alivio o tratamiento de síndromes menores, autorizadas como tales; teniendo en cuenta aspectos como su composición, su dosificación y su posología⁸. Están compuestas por principios activos, o asociaciones de éstos, autorizados y limitados por las dosis y formas farmacéuticas. Se dispensan exclusivamente en farmacia aunque sin necesidad de receta médica. Su publicidad puede realizarse tanto a los profesionales sanitarios facultados para prescribir y dispensar, como al público⁹.
- *Especialidades farmacéuticas no publicitarias*: Son las especialidades farmacéuticas que no cumplen las características mencionadas. Sólo pueden dispensarse con receta médica y la publicidad está limitada a los profesionales sanitarios citados.
- *Especialidades farmacéuticas genéricas*: Se trata de especialidades farmacéuticas bioequivalentes con otras de mayor precio, cuya

⁵ ESPAÑA. LEY 25/1990..., *opus cit.*, art. 8.1.

⁶ F. VITORES PURAS. Cincuenta años de la Cooperación Farmacéutica. *Federación Farmacéutica*, Sección Científica, 1979 p. 7.

⁷ También se conocen como OTC, «Over the Counter».

⁸ Las características de este tipo de especialidades pueden encontrarse en: ESPAÑA. REAL DECRETO 2.730/1981, de 19 de octubre, sobre el registro de especialidades farmacéuticas publicitarias. *B.O.E.* N. 282, de 25 de noviembre, art. 1.

⁹ La regulación de la publicidad de medicamentos está recogida en: ESPAÑA. REAL DECRETO 1.416/1994, de 25 de junio, por el que se regula la publicidad de los medicamentos de uso humano. *BOE* N. 180, de 27 de julio.

patente está agotada. Se denominan con el nombre de su principio activo. Han alcanzado un gran protagonismo a raíz de la utilización de los precios de referencia o precios máximos financiados por la Administración Pública para un medicamento ¹⁰.

3.2. Otros productos

Las oficinas de farmacia pueden dispensar otros productos diferentes a los medicamentos, algunos de forma no exclusiva. Entre los mismos pueden destacarse:

- Las sustancias medicinales utilizadas como materias primas para la elaboración de fórmulas magistrales y oficiales.
- Los productos de parafarmacia, entre los que aparecen los artículos para niños, los ortopédicos, el material de cura, los dentífricos, dermofarmacia, productos de dietética y herboristería, etc.
- Los efectos y accesorios farmacéuticos (gasas, algodones, etc.).

Todos estos productos junto a las especialidades farmacéuticas, forman el flujo productivo fundamental de las cooperativas farmacéuticas.

4. EL PRECIO DE LOS PRODUCTOS DISTRIBUIDOS¹¹

El proceso productivo de los mayoristas de distribución farmacéutica se centra en la adquisición y venta de productos farmacéuticos¹². Seguidamente se analizan estos precios diferenciando entre el de las especialidades farmacéuticas (no publicitarias, publicitarias y genéricas) y otros productos.

4.1. El precio de las especialidades farmacéuticas no publicitarias

El precio de las especialidades farmacéuticas financiadas por la Administración es fijado por la misma, siguiendo las pautas marca-

¹⁰ Estos precios se rigen por: ESPAÑA. REAL DECRETO 1.035/1999, de 18 de junio, por el que se regula el sistema de precios de referencia, BOE N. 154, de 26 de junio.

¹¹ Esta parte está basada de una ponencia presentada al XVI Congreso Nacional y XII Congreso Hispanofrancés de la Asociación Europea de Dirección y Economía de la Empresa.

¹² ESPAÑA. LEY 25/1990..., *opus cit.*, art. 77.

das por el Ministerio de Sanidad y Consumo. Para ello se determina el precio industrial máximo para cada especialidad farmacéutica en el momento de inscribir éstas en el Registro de Especialidades Farmacéuticas de la Dirección General de Farmacia y Productos Farmacéuticos. El mismo Ministerio es, a su vez, quien establece el Precio de Venta al Público (P.V.P.), añadiendo al precio industrial los conceptos correspondientes a la distribución y comercialización¹³. Por su parte, en las pocas especialidades sin financiación pública los laboratorios fijan libremente el precio industrial.

A) DETERMINACIÓN DEL PRECIO INDUSTRIAL O PRECIO DE VENTA DE LABORATORIO¹⁴

En España tradicionalmente se ha utilizado el método denominado «escandallo normalizado»¹⁵. Este sistema parte de una valoración de la materia prima empleada para calcular el valor final mediante una fórmula multiplicativa. A partir del Real Decreto 271/1990¹⁶, el precio industrial de las especialidades farmacéuticas se determina sumando al precio de coste de cada una de ellas el porcentaje de beneficio empresarial:

- El precio de coste incluye los conceptos derivados de aprovisionamiento y transformación (coste completo), así como los gastos imputables al producto en promoción y en investigación y desarrollo.
- El porcentaje de beneficio empresarial se fija, dentro de una banda establecida anualmente, mediante un informe técnico sobre la situación económico-financiera de la empresa, de la industria globalmente considerada, y de las previsiones coyunturales.

¹³ Un estudio de la legislación española que afecta al precio de los productos farmacéuticos y su vinculación con la normativa europea se encuentra en: FARMAIN-DUSTRIA. *La Legislación farmacéutica española y el derecho comunitario*. Madrid: Farmaindustria, 1987, p. 75-86.

¹⁴ Estos precios autorizados tienen la consideración de máximos, pudiendo revisarse a instancia del laboratorio o mediante la actuación de oficio del Ministerio de Sanidad y Consumo.

¹⁵ E. MANZANO MORENO, E. GRANDA VEGA. Participación de los sistemas de financiación pública en el mercado de medicamentos. En: VARIOS. *Principios del marketing farmacéutico*. Madrid: IDEPSA, 1989, p. 256-258.

¹⁶ ESPAÑA. REAL DECRETO 271/1990, de 23 de febrero, sobre reorganización de la intervención de precios de las especialidades farmacéuticas de uso humano. *BOE* N. 53, de 2 de marzo. Este Real Decreto se complementa con: ESPAÑA. ORDEN de 17 de diciembre de 1990, por el que el Ministerio de Sanidad y Consumo establece determinados parámetros para la aplicación del Real Decreto 271/1990, *BOE* N. 195, de 18 de diciembre, y ESPAÑA. CIRCULAR 4/1991, de instrucciones para la aplicación del Real Decreto 271/1991. *BOE* N. 153, de 27 de junio.

B) LOS MÁRGENES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

A partir del Real Decreto 5/2000 sobre medidas para racionalizar el gasto farmacéutico público¹⁷, la aplicación de los márgenes de distribución y comercialización depende de que el precio industrial supere o no los 78,34 euros (13.035 pesetas).

Los márgenes de distribución y comercialización cuando el precio industrial no supera los 78,34 euros.

En este caso, el precio de venta al público (sin IVA) se establece añadiendo al precio industrial los porcentajes correspondientes a la distribución y a la comercialización, debiendo ser consignado en los ejemplares de las diferentes especialidades farmacéuticas. Así el precio de venta (PV), tanto para los mayoristas como para las oficinas de farmacia, se obtiene añadiendo al precio de compra (PC) el porcentaje de beneficio fijado (w) para cada caso sobre el propio precio de venta (wPV).

$$PV = PC + wPV$$

Despejando el precio de venta se obtiene:

$$PV = PC / (1 - w)$$

Los diferentes porcentajes sobre el beneficio aplicables a los mayoristas y a las oficinas de farmacia son:

- *A los almacenes mayoristas:* El margen de los almacenes ha sido tradicionalmente del 12 por ciento del precio de venta a la oficina de farmacia. Sin embargo, recientemente ha sufrido dos rebajas consecutivas. La primera lo fijó en el 11 por ciento¹⁸, y posteriormente ha sido establecido en el 9,6 por ciento del precio de venta al farmacéutico¹⁹. De esta forma el precio de venta del mayorista (PVM) se obtiene teniendo en cuenta el precio de compra del mismo (PCM) y el mencionado margen:

$$PVM = PCM / (1 - 0,096)$$

¹⁷ ESPAÑA. REAL DECRETO 5/2000, de 23 de junio, de Medidas urgentes de contención del gasto farmacéutico público de racionalización del uso de los medicamentos. *B.O.E.* N. 151, de 24 de junio.

¹⁸ ESPAÑA. REAL DECRETO 164/1997, de 7 de febrero, por el que se establecen los márgenes correspondientes a los almacenes mayoristas por la distribución de especialidades farmacéuticas de uso humano. *BOE* N. 34, de 8 de febrero, art. 1.

¹⁹ ESPAÑA. REAL DECRETO-LEY 6/1999, de 16 de abril, de Medidas urgentes de liberalización e incremento de la Competencia. *BOE* N. 92, de 17 de abril, art. 9.

- *A las oficinas de farmacia:* El margen de comercialización que corresponde a las oficinas de farmacia ha tenido una evolución similar a la señalada para los almacenes mayoristas, aunque han sufrido un único recorte. Así, el margen del 30 por ciento sobre el precio de venta al público sin IVA, se ha reducido al 27,9 por ciento²⁰. De la misma forma, teniendo en cuenta el precio de compra de las oficinas de farmacia (PCF) y el citado margen, su precio de venta (PVF) se obtiene de la expresión: $PVF = PCF / (1 - 0,279)$

Hay que señalar que el 9,6 por ciento del margen de beneficio de los mayoristas sobre el PVF se convierte en un 6,9 por ciento del PVP sin contar el I.V.A. (Cuadro 5).

CUADRO 5

MÁRGENES COMERCIALES EN LA DISTRIBUCIÓN
FARMACÉUTICA CON PRECIO INDUSTRIAL NO SUPERIOR
A 78,34 EUROS SIN IVA

		PRECIO	MARGEN	MARGEN PVP
ALMACEN	COMPRA	10	9,6 %	6,9 %
	VENDE	10,06		
FARMACIA	COMPRA	15,34	27,9 %	
	PVP-IVA			

Los márgenes de distribución y comercialización cuando el precio industrial supera los 78,34 euros.

En caso de que el precio industrial supere los 78,34 euros, se establecen unos márgenes fijos tanto para los mayoristas como para las oficinas de farmacia. Así, el precio de venta del laboratorio se obtiene añadiendo al precio industrial los siguientes márgenes:

- Margen de los mayoristas: 8,32 euros (1.384 pesetas).
- Margen de las oficinas de farmacia: 33,54 euros (5.580 pesetas).

De esta forma los precios de venta de los mayoristas (PVM) y de las oficinas de farmacia (PVF) son:

²⁰ ESPAÑA. REAL DECRETO 165/1997, de 7 de febrero, por el que se establecen los márgenes correspondientes a la dispensación al público de especialidades farmacéuticas de uso humano. BOE N. 34, de 8 de febrero, art. 1.

$$\begin{aligned} \text{PVM} &= \text{PCM} + 8,32 \\ \text{PVF} &= \text{PCF} + 33,54 \text{ o lo que es lo mismo } \text{PVF} = \text{PVM} + 41,86 \end{aligned}$$

Aplicando los citados márgenes fijos sobre el precio de 78,34 euros (13.036 pesetas) se pueden calcular los márgenes porcentuales fijados en el Cuadro 6.

CUADRO 6
MÁRGENES COMERCIALES EN LA DISTRIBUCIÓN
FARMACÉUTICA CON PRECIO INDUSTRIAL IGUAL
A 78,34 EUROS, SIN IVA

		PRECIO	MARGEN	MARGEN PVP
ALMACEN	COMPRA	78,34	9,6 %	6,9 %
	VENDE	178,34+8,32		
FARMACIA	COMPRA	178,34+8,32 +33,54	27,9 %	
	PVP-IVA			

Como puede observarse los márgenes porcentuales obtenidos para un precio industrial de 78,34 euros son los mismos que se aplican para las especialidades farmacéuticas que no superen dicho precio. Sin embargo, a medida que aumente el precio industrial, el margen porcentual que corresponde a los mayoristas y a las oficinas de farmacia es cada vez más pequeño, ya que siempre se aplica una cantidad fija de beneficio sobre el precio de compra.

Al considerar el efecto del Impuesto sobre el Valor Añadido hay que tener en cuenta que la normalización europea de este impuesto, llevó a la modificación de los tipos impositivos en 1992²¹ y a diferentes ajustes mediante distintas leyes²², estableciendo el tipo del 4 por ciento a los medicamentos para el uso humano, así como a las sus-

²¹ ESPAÑA. LEY 37/1992 de 28 de diciembre, del Impuesto sobre el Valor Añadido. BOE N. 312, de 29 de diciembre, arts. 90, 91. Uno. 5.º, Dos. 8.º

²² El articulado de la Ley 37/1992 relacionado con el tipo aplicable a los medicamentos de uso humano es modificado por: ESPAÑA. LEY 9/1998, de 21 de abril, por la que se modifica la Ley 37/1998. BOE N. 96, de 22 de abril; mientras que el relativo a los medicamentos de uso veterinario es modificado en: ESPAÑA. LEY 65/1997, de 30 de diciembre, por la que se aprueban los Presupuestos Generales del Estado para 1998. BOE N. 313, de 31 de diciembre.

tancias medicinales, fórmulas magistrales, y las sustancias medicinales y productos intermedios que pueden ser utilizados en su obtención.

Así, el precio de venta al público de las especialidades farmacéuticas no publicitarias (PVP) es: $PVP = PVF + 0,04 PVF$

Aplicando la expresión anterior al ejemplo del Cuadro 1, el precio de venta al público es de 15,95 euros, lo que supone un incremento de 0,61 euros: $PVP = 15,34 + 0,04 * 15,34 = 15,95$

Estos 0,61 euros, soportados por el consumidor, son ingresados en el Tesoro Público por las diferentes entidades que participan en el proceso de producción y distribución del medicamento.

4.2. El precio de las especialidades farmacéuticas publicitarias

En las especialidades farmacéuticas publicitarias el precio de venta de laboratorio es fijado por los propios laboratorios, no siendo financiados por la Administración Pública. La aplicación de los márgenes de distribución (tanto de los mayoristas como de las oficinas de farmacia) y de los impuestos es similar a la ya analizada. A partir del mencionado Real Decreto Ley 2/2000²³ el precio de venta al público (IVA incluido) se considera máximo, lo que permite a las oficinas de farmacia realizar descuentos de hasta un 10 por ciento del mismo.

4.3. El precio de las especialidades farmacéuticas genéricas

El precio de venta al mayorista es fijado por la Administración, siendo necesario añadir los mismos márgenes apuntados para los mayoristas y un 33 por ciento para las oficinas de farmacia.

Las principales características de los productos distribuidos por las cooperativas farmacéuticas han sido recogidas en el Cuadro 7. En las especialidades farmacéuticas se observa que mientras en las oficinas de farmacia hay tres márgenes diferentes, para los mayoristas sólo existen dos (según el precio industrial supere o no los 78,34 euros). A estos dos márgenes hay que unir el libre aplicable a otros productos que no son medicamentos.

²³ ESPAÑA. REAL DECRETO LEY 5/2000..., *opus cit.*, art. 23.

CUADRO 7
PRODUCTOS DISTRIBUIDOS POR LAS COOPERATIVAS
FARMACÉUTICAS

PRODUCTO	LUGAR DE VENTA	PUBLICIDAD	CONTR. PVL	FINANC. PÚBLICA	MARGEN (%)			
					MAYOR	FARMA.	MAYOR	FARMA.
ESPEC. FARM.	FARMACIA	RESTRINGIDA	SÍ (*)	SÍ	9,6PVM	27,9PVF	8,32	33,54
ESPEC. FARM. PUBLICITARIAS	FARMACIA	LIBRE	NO	NO	9,6PVM	27,9PVF	8,32	33,54
OTROS PRODUCTOS	FARMACIA Y OTROS	LIBRE	NO	NO(**)	9,6PVM	33PVF	8,32	33,54
					LIBRE	LIBRE		

(*) En las no financiadas por la Administración el precio de venta del laboratorio es fijado libremente por el mismo, aunque se aplican los márgenes de los distribuidores establecidos por la Administración.

(**) Algunos efectos y accesorios son financiados por la Administración pública.

5. EL RESULTADO EN LAS SOCIEDADES COOPERATIVAS

En las sociedades cooperativas se pueden diferenciar tres tipos de resultados derivados de las operaciones de las que procedan los mismos²⁴:

- *Resultados cooperativos (RC)*: Derivados de la actividad cooperativizada realizada con los socios.
- *Resultados extracooperativos (RE)*: Son los obtenidos de estas mismas operaciones cuando se realizan con terceros.
- *Resultados extraordinarios (REX)*: Incluyen los derivados de cualquier operación diferente a la cooperativizada.

5.1. El Resultado cooperativo (RC)

En este resultado se incluyen las operaciones cooperativizadas realizadas con los socios. Dentro del mismo, se puede diferenciar entre ingresos y gastos:

A) INGRESOS:

- Los obtenidos mediante la distribución farmacéutica y demás servicios relacionados con la misma siempre que sean realizados con las oficinas de farmacia socias. Dado que la actividad fundamental de estas cooperativas es la venta de productos farmacéuticos y que los mayoristas aplican tres tipos de márgenes diferentes en función de los productos distribuidos, el importe total se puede expresar como:

$$\sum_{i=1}^{i=n} (X1i * PVM1i) + \sum_{i=1}^{i=n} (X2i * PVM2i) + \sum_{i=1}^{i=n} (X3i * PVM3i)$$

Siendo:

- X1i: La cantidad de la especialidad farmacéutica i-ésima, con PCM inferior a 78,34 euros vendida a sus socios.

²⁴ También hay que mencionar la posibilidad de realizar una contabilización conjunta de los RC y de los RE. Esta posibilidad se establece por la dificultad, en algunos casos, de diferenciar entre las operaciones cooperativizadas realizadas con los socios y las realizadas con terceros. Su aplicación lleva implícita, además de la pérdida de la protección fiscal, un sistema de distribución de resultados diferente.

- PVM1i: El precio de venta unitario para los socios de la especialidad farmacéutica *i*-ésima con PCM inferior a 78,34 euros.
- X2i: La cantidad de la especialidad farmacéutica *i*-ésima, con PCM superior a 78,34 euros vendida a sus socios.
- PVM2i: El precio de venta unitario para los socios de la especialidad farmacéutica *i*-ésima con PCM superior a 78,34 euros.
- X3i: La cantidad de producto no medicamento *i*-ésimo vendida a sus socios.
- PVM3i: El precio de venta unitario para los socios del producto no medicamento *i*-ésimo.
- Los derivados de inversiones financieras (IF). Dentro de los mismos se incluyen:
 - Las inversiones en otras cooperativas.
 - Los obtenidos de inversiones financieras en sociedades no cooperativas siempre que éstas se dediquen a realizar actividades preparatorias, complementarias o subordinadas a la distribución farmacéutica.

B) GASTOS:

Los específicos necesarios para la obtención de los ingresos derivados de la actividad cooperativizada. Dentro de los mismos hay que destacar los producidos por la adquisición de los productos distribuidos (PCM) de cada uno de los productos, así como la parte imputable de los gastos generales.

$$\sum_{i=1}^{i=n} (X1i * PVM1i) + \sum_{i=1}^{i=n} (X2i * PVM2i) + \sum_{i=1}^{i=n} (X3i * PVM3i) + CG$$

Siendo:

- PCM1i: El precio de compra unitario, inferior a 78,34 euros, de la especialidad farmacéutica *i*-ésima.
- PCM2i: El precio de compra unitario, superior a 78,34 euros, de la especialidad farmacéutica *i*-ésima.
- PCM3i: El precio de compra unitario del producto no medicamento *i*-ésimo.
- CG: Parte de los gastos generales imputable a las operaciones cooperativizadas realizadas con los socios.

- La remuneración de las aportaciones financieras realizadas a la cooperativa (CF):

$$CF = (CS * Ics) + (OAS * Ics) + (OD * Iod)$$

En el que:

- CS: Se refiere al pago a los socios por sus aportaciones al capital social, mediante intereses (Ics).
- OAS: Hace mención a la retribución, también a los socios, por otras aportaciones financieras de éstos a la cooperativa, a través del correspondiente interés (Ioas).
- OD: Se refiere al pago a otros acreedores no socios, al tipo de interés establecido (Iod).

De esta forma el resultado cooperativo puede expresarse de forma analítica de la siguiente forma:

$$\begin{aligned} RC = & \sum_{i=1}^{i=nn} (Xli * PVMli) + \sum_{i=1}^{i=nn} (X2i * PVM2i) + \sum_{i=1}^{i=nn} (X3i * PVM3i) \\ +IF - & \sum_{i=1}^{i=nn} (Xli * PCMli) - \sum_{i=1}^{i=nn} (X2i * PCM2i) - \sum_{i=1}^{i=nn} (X3i * PCM3i) \\ & +IF - CG - ((CS * Ics) + (OAS * Ics) + (OD * Iod)) \quad [1] \end{aligned}$$

5.2. El Resultado extracooperativo (RE)

En este grupo se incluyen las operaciones cooperativizadas, señaladas en el apartado anterior, cuando se realizan con terceros no socios, es decir, con oficinas de farmacia que no sean socios de la cooperativa, así como otros ingresos financieros. En la imputación de gastos se consideran tanto los específicos necesarios para obtener los ingresos como los gastos generales imputables:

$$\begin{aligned} RE = & \sum_{i=1}^{i=nn} (Xl'i * (PVMl'i - PCMli)) + \sum_{i=1}^{i=nn} (X2'i * (PVM2'i - PCM2i)) \\ & + \sum_{i=1}^{i=nn} (X3'i * (PVM3'i - PCM3i)) + IF' - CG' \quad [2] \end{aligned}$$

Siendo:

- X1'i: La cantidad de la especialidad farmacéutica i-ésima, con PCM inferior a 78,34 euros vendida a no socios.
- PVM1'i: El precio de venta unitario para los no socios de la especialidad farmacéutica i-ésima con PCM inferior a 78,34 euros.
- X2'i: La cantidad de la especialidad farmacéutica i-ésima, con PCM superior a 78,34 euros vendida a no socios.
- PVM2'i: El precio de venta unitario para los no socios de la especialidad farmacéutica i-ésima con PCM superior a 78,34 euros.
- X3'i: La cantidad de producto no medicamento i-ésimo vendida a no socios.
- PVM3'i: El precio de venta unitario para los no socios del producto no medicamento i-ésimo.
- IF': Los ingresos financieros diferentes a los definidos al analizar los RC.
- CG': La parte de los gastos generales imputables a la actividad cooperativa no realizada con los socios.

5.3. El Resultado extraordinario (REX)

Se incluye dentro de este concepto el resultado de las plusvalías o minusvalías en la enajenación de los elementos del activo inmovilizado (excepto los reinvertidos en el inmovilizado) o de los recursos conseguidos de otras fuentes ajenas a los fines específicos de la sociedad cooperativa. El citado resultado puede expresarse como la diferencia entre los ingresos extracooperativos (IEX) y los gastos extracooperativos (GEX):

$$\text{REX} = \text{IEX} - \text{GEX} [3]$$

6. LOS RESULTADOS DE LAS SOCIEDADES COOPERATIVAS DE DISTRIBUCIÓN FARMACÉUTICA EN FUNCIÓN DE LOS MÁRGENES DE BENEFICIO

Dado que tanto el RC como el RE son producto de la venta del mismo tipo de productos, ambos pueden expresarse en función de los márgenes aplicados por la cooperativa, que siempre deben tener en cuenta las limitaciones legales ya mencionadas. Por su parte, el REX es independiente de la distribución de estos productos, ya que se obtiene de operaciones extracooperativas.

6.1. El RE en función de los márgenes de distribución

El RE se obtiene mediante la venta de productos a terceros (PVM1', PVM2' y PVM3'), por lo que los citados precios de venta serán los máximos fijados legalmente.

- Para las especialidades farmacéuticas con PCM inferior a 78,34 euros, el margen del mayorista máximo es del 9,6 por ciento del PVM, o lo que es lo mismo:

$$PVM1'i - PCM1i = \frac{PCM1}{(1 - 0,096)} \quad PCM1 = 0,106 \text{ PCM1i}$$

- Para las especialidades farmacéuticas con precio superior a 78,34 euros, el margen del mayorista máximo es de 8,32 euros independientemente del PCM:

$$PVM2'i - PCM2i = (PCM2i + 8,32) - PCM2i = 8,32$$

En el caso de los productos que no sean medicamentos, el margen del mayorista (Mi) se fija libremente, por lo que puede expresarse como:

$$PVM3'i - PCM3i = (PCM3i + Mi) - (PCM3i) = Mi$$

De esta forma, sustituyendo en las expresiones [2] y [3], la suma de RE y REX puede expresarse en función de los márgenes de distribución de la siguiente manera:

$$RE + REX = \sum_{i=1}^{i=n} (X1'i * (0,106 * PCM1i)) + \sum_{i=1}^{i=n} (X2'i * (8,32)) + (X3'i * M3i) + IF' - CG' + IREX - GREX \quad [4]$$

6.2 El RC en función de los márgenes de distribución

A diferencia de lo que ocurre con el RE, el RC se obtienen mediante la distribución de productos a los socios de la cooperativa, que son a la vez clientes y propietarios de la misma. Esta circunstancia hace que sea habitual reducir el precio de venta de los diferentes productos con respecto a los establecidos para terceros no socios.

$$\begin{aligned} PVM1 &< PVM1' \\ PVM2 &< PVM2' \\ PVM3 &< PVM3' \end{aligned}$$

La reducción de los precios se concreta en una disminución de los márgenes aplicados al RC, que serán más pequeños que los legalmente establecidos como máximos. Así, los márgenes serán:

- Para las especialidades farmacéuticas con precio inferior a 78,34 euros, el margen del mayorista (M1) para los socios se obtiene reduciendo el 9,6 por ciento del PVM1 para terceros, o lo que es lo mismo, el 10,6 por ciento del PCM1:

$$(M1) PCM1 < 0,106 PCM1i$$

- Para las especialidades farmacéuticas con precio de compra superior a 78,34 euros, el margen del mayorista (M2) que se aplica a los socios se calcula reduciendo los 8,32 euros que se cobra a terceros no socios: $M2 < 8,32$
- Para los productos que no sean medicamentos el margen establecido para los socios (M3i) también será inferior al que se cobra a terceros, aunque en este caso no existe un tope establecido legalmente: $M3i < Mi$

Teniendo en cuenta los márgenes comerciales fijados para cada uno de los productos distribuidos, y sustituyendo en la expresión [1], el RC puede expresarse en función de los mismos:

$$RC = \sum_{i=1}^{i=n} (X1i * (M1) PCM1i) + \sum_{i=1}^{i=n} (X2'i * M2) + \sum_{i=1}^{i=n} (X3i * M3i) + IF - CG - ((CS * ICs) + (OAS * Ics) + (OD * Iod)) \quad [5]$$

7. DISTRIBUCIÓN DEL RESULTADO

Las sociedades cooperativas tienen dos sistemas para retribuir a los socios. El primero consiste en dotar los fondos obligatorios y el impuesto de sociedades para obtener el resultado disponible. Entre los destinos de este resultado se encuentra la distribución a los socios (retorno cooperativo). El reparto se hace en función de la participación de cada uno de ellos en la consecución del mismo, de forma que el socio que más ha colaborado recibe una cantidad superior²⁵.

²⁵ Sobre la naturaleza del retorno puede consultarse: J. L. DEL ARCO ÁLVAREZ. Régimen Económico de las Cooperativas españolas. *Revista de Estudios Cooperativos*, N. 20, 1970, p. 36.

Un segundo sistema consiste en la retribución anticipada vía precios o anticipos, sin necesidad de esperar a la finalización del ejercicio. Para ello la cooperativa realiza una reducción en el precio de los productos distribuidos con lo que se logra, de igual forma que en el caso anterior, que la distribución se realice en función de su participación en el proceso productivo. Así, el socio que más compra se aprovecha en mayor medida de los precios reducidos.

Desde el punto de vista del socio, le interesa recibir la mayor retribución lo antes posible, por lo que no hay ninguna duda de que la retribución de forma anticipada es más ventajosa. Además, llevar esta retribución a su extremo máximo, supone la reducción de la aportación de la sociedad cooperativa al Estado en forma de impuestos y evitar la dotación del irrepartible FRO²⁶. Para ello, la sociedad cooperativa tiene la posibilidad de repartir de forma anticipada (mediante la reducción de precios) todo el RC, de tal forma que éste sea cero. Así, hay que lograr que el RC (expresión [5]) sea nulo:

$$RC = \sum_{i=1}^{i=n} (X1i * (PCMIi * M1)) + \sum_{i=1}^{i=n} (X2i * (M2)) + \sum_{i=1}^{i=n} (X3i * (M3i)) \\ + IF - CG - ((CS * ICs) + (OAS * Ics) + (OD * Iod)) = 0$$

Esta política económica debe realizarse sin llegar a poner en peligro la solvencia de la empresa, por lo que hay que lograr que el resultado sea cero, después de hacer frente a los intereses financieros. Así, el objetivo es lograr que el RC sea igual al pago de intereses financieros con terceros (OD) y al pago a los socios por sus aportaciones financieras (CS y OAS), es decir:

$$RC = \sum_{i=1}^{i=n} (X1i * (PCMIi * M1)) + \sum_{i=1}^{i=n} (X2i * (M2)) + \sum_{i=1}^{i=n} (X3i * (M3i)) \\ + IF - CG = ((CS * ICs) + (OAS * Ics) + (OD * Iod)) \quad [6]$$

Para lograr esta igualdad (expresión [6]) la sociedad cooperativa de distribución farmacéutica puede actuar reduciendo el precio unitario de venta a los socios usuarios de los diferentes productos

²⁶ En este análisis se sigue a: C. GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ. Análisis de la rentabilidad económica y financiera de los socios de las cooperativas: La influencia de una rentabilidad en la otra y la aplicación del criterio (principio) de justicia —que no de solidaridad— en la distribución de la ganancia real. *Revista Europea de Economía de la Empresa*, Vol. 1, N. 2, 1992, p. 120 y 121.

(PVM1, PVM2 y PVM3) (oficinas de farmacia) de las cooperativas de distribución farmacéutica, o, lo que es lo mismo, disminuyendo los márgenes de distribución aplicados a los socios (M1, M2 y M3) recogidos en la expresión [5]. Con ello se produce una reducción en el primer miembro de la igualdad [6], cuyas consecuencias son:

- El socio recibe la prestación por su actividad cooperativizada (la reducción del precio) de forma anticipada, sin tener que esperar a la finalización del ejercicio para recibir el retorno cooperativo. De esta forma puede interpretarse que cada euro de retorno cooperativo correspondiente a un socio usuario es un euro menos que debería haber pagado por los productos recibidos para que el citado resultado fuese cero.
- La cantidad que reciben los socios es mayor, ya que se evita la dotación a los fondos obligatorios y el pago de los impuestos derivados del RC. Sin embargo, no se eliminan completamente, ya que a estos conceptos irá destinado (en caso de existir) parte del RE y del REX.

La reducción de los precios sólo puede realizarse en el RC, ya que si se aplica a los RE supondría una mayor retribución para terceros no socios. Por este motivo a los no socios se les aplican los márgenes máximos establecidos legalmente, que han sido recogidos en la expresión [4].

$$RE + REX = \sum_{i=1}^{i=n} (X1'i * (PCMli * 0,106)) + \sum_{i=1}^{i=n} (X2'i * (8,32)) + (X3'i * M3i) + IF' - CG' + IREX - GREX$$

Por último comentar que la doble condición de socios y clientes en los centros farmacéuticos, también les permite realizar la política de igualar a cero el resultado del ejercicio, aunque en este caso se dejaría sin retribución financiera a los socios. Sin embargo, tal y como se ha mencionado, no es aplicable a los mayoristas de capital no farmacéutico, ya que además de beneficiar a terceros no socios (las oficinas de farmacia clientes) dejaría sin retribución a los socios.

BIBLIOGRAFÍA

- ACOFARMA. Cooperativas frente a los almacenes. *ACOFAR*, N. 239, junio de 1986.
- ARCO ÁLVAREZ, J. L. del. Régimen Económico de las Cooperativas españolas. *Revista de Estudios Cooperativos*, N. 20, 1970.
- FARMAINDUSTRIA. *La Legislación farmacéutica española y el derecho comunitario*. Madrid: Farmaindustria. 1987.
- GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ, C. Análisis de la rentabilidad económica y financiera de los socios de las cooperativas: La influencia de una rentabilidad en la otra y la aplicación del criterio (principio) de justicia —que no de solidaridad— en la distribución de la ganancia real. *Revista Europea de Economía de la Empresa*, Vol. 1, N. 2, 1992.
- MANZANO MORENO, E.; GRANDA VEGA, E. Participación de los sistemas de financiación pública en el mercado de medicamentos. En: VARIOS. *Principios del marketing farmacéutico*. Madrid: IDEPSA, 1989.
- MINISTERIO DE TRABAJO. *Investigación sobre la asistencia farmacéutica en España*. Madrid: Ministerio de Trabajo, 1977.
- VITORES PURAS, F. Cincuenta años de la Cooperación Farmacéutica. *Federación Farmacéutica*. Sección Científica, 1979.

NORMATIVA LEGAL

- ESPAÑA. REAL DECRETO: 2.730/1981, de 19 de octubre, sobre el registro de especialidades farmacéuticas publicitarias. *BOE* N. 282, de 25 de noviembre.
- ESPAÑA. Real Decreto 271/1990, de 23 de febrero, sobre reorganización de la intervención de precios de las especialidades farmacéuticas de uso humano. *BOE* N. 53, de 2 de marzo.
- ESPAÑA. Orden de 17 de diciembre de 1990, por el que el Ministerio de Sanidad y Consumo establece determinados parámetros para la aplicación del Real Decreto 271/1990. *BOE* N. 195, de 18 de diciembre.
- ESPAÑA. LEY 25/1990, de 20 de diciembre, del Medicamento, *BOE* N. 153, de 22 de diciembre.
- ESPAÑA. Circular 4/1991, de instrucciones para la aplicación del Real Decreto 271/1991. *BOE* N. 153, de 27 de junio.
- ESPAÑA. LEY 37/1992, de 28 de diciembre, del Impuesto sobre el Valor Añadido. *B.O.E.* N. 312, de 29 de diciembre.
- ESPAÑA. REAL DECRETO: 1.416/1994, de 25 de junio, por el que se regula la publicidad de los medicamentos de uso humano. *BOE* N. 180, de 27 de julio.
- ESPAÑA. REAL DECRETO 2.259/1994, de 25 de noviembre, sobre especialidades farmacéuticas. *BOE* N. 12, de 14 de enero.
- ESPAÑA. REAL DECRETO 164/1997, de 7 de febrero, por el que se establecen los márgenes correspondientes a los almacenes mayoristas por la distribución de especialidades farmacéuticas de uso humano. *BOE* N. 34, de 8 de febrero.

- ESPAÑA. REAL DECRETO 165/1997, de 7 de febrero, por el que se establecen los márgenes correspondientes a la dispensación al público de especialidades farmacéuticas de uso humano. *BOE* N. 34, de 8 de febrero.
- ESPAÑA. LEY 65/1997, de 30 de diciembre, por la que se aprueban los Presupuestos Generales del Estado para 1998. *BOE* N. 313, de 31 de diciembre.
- ESPAÑA. LEY 9/1998, de 21 de abril, por la que se modifica la Ley 37/1998. *BOE* N. 96, de 22 de abril.
- ESPAÑA. REAL DECRETO-LEY 6/1999, de 16 de abril, de Medidas Urgentes de Liberalización e Incremento de la Competencia. *BOE* N. 92, de 17 de abril.
- ESPAÑA. REAL DECRETO 1.035/1999, de 18 de junio, por el que se regula el sistema de precios de referencia. *BOE* N. 154, de 26 de junio.
- ESPAÑA. REAL DECRETO 5/2000, de 23 de junio, de Medidas urgentes de contención del gasto farmacéutico público de racionalización del uso de los medicamentos. *BOE* N. 151, de 24 de junio.