

Farmacias en centros comerciales: contratos complicados pero rentables

A pesar de las obligaciones que comporta un alquiler de este tipo, la facturación es mayor en estas oficinas a lo que se suma que el horario suele ser ampliado

ANA CALLEJO MORA

ana.callejo@unidadeditorial.es

"El cambio en las costumbres de la sociedad actual ha provocado que las familias recurran a los centros comerciales para hacer sus compras cotidianas, principalmente los fines de semana. Este hecho ha desembocado en un auge de la instalación de farmacias en estos complejos. El interés ha crecido mucho, sobre todo en el último año, y por toda Andalucía", contextualiza para CF Nicolás Toro, socio-abogado de TSL Consultores. Su despacho ha tramitado el contrato de arrendamiento de una farmacia en un centro comercial de Torremolinos (Málaga), que abrió sus puertas al público la semana pasada. Dicha botica proviene de una pequeña calle del centro de esta localidad. En este momento, están negociando con otros tres centros comerciales para el traslado de tres farmacias.

"Lo primero que hacemos es un estudio de viabilidad. Es básico para la gestión de la financiación del proyecto con los bancos. Por ello, tiene que ser lo más exacto posible. En este análisis es fundamental calcular adecuadamente la facturación prevista y los gastos de la explotación —entre los más importantes, aparte de las compras de productos, son el arrendamiento y los gastos de personal—", detalla Toro.

Cuando les llega una solicitud de este tipo, en TSL Consultores contrastan información como el número de visitantes de ese centro comercial, la ubicación y las farmacias más cercanas con el precio del alquiler que proponen al dueño de la botica, para ver los datos económicos más aproximados. Así determinan su viabilidad.

El abogado destaca que los contratos de arrendamiento de farmacias en centros comerciales son unos de los más complejos que se pueden encontrar. "Suelen ser bastante farragosos, en ocasiones de más de 30 folios. Los titulares de

CON MÁS PRODUCTOS DE VENTA LIBRE



Fuente: Nicolás Toro, socio-abogado de TSL Consultores.

Características de las farmacias instaladas en centros comerciales

- Tienen un mayor porcentaje de productos de venta libre.
- Su horario de apertura es de 12 horas, como mínimo.
- Cuentan con una facturación mayor que las farmacias ubicadas fuera de los centros comerciales.
- Es aconsejable que el contrato de alquiler sea de larga duración.
- En cada centro comercial sólo puede haber una farmacia.

estas farmacias tienen muchas obligaciones para con el centro comercial, porque hay que tener en cuenta que entran a formar parte de una especie de comunidad de propietarios. Existen unos estatutos con una serie de normas que se deben cumplir".

HORARIOS DE APERTURA

Asimismo, a la hora de negociar el contrato de alquiler es necesario tener en consideración determinadas circunstancias. Una de ellas es "el horario de apertura de la farmacia, ya que

La señalización o la recepción de los medicamentos son aspectos relevantes a tener en cuenta

ésta puede que haga guardias. En ese caso, el centro comercial le tiene que garantizar la apertura durante la noche, con sus consiguientes sistemas y vigilantes de seguridad".

En cuanto al horario de apertura, el centro comercial obliga a todos sus inquilinos a abrir un número determinado de horas, que normalmente suele ser de 9:30 o 10:00 a 22:00 horas. Por lo tanto, estas farmacias son de 12 horas, como mínimo, no pudiendo



Nicolás Toro, de TSL.

cerrar a mediodía. Normalmente, indica el experto en este tipo de contratos, "lo que hacemos es solicitar a la autoridad sanitaria el horario de apertura del centro comercial, con un número determinado de festivos incluidos. Cada autonomía tiene su propia regulación al respecto".

SEÑALIZACIÓN

Otra cuestión pactable es el tema de la señalización de la farmacia, ya sea en el directorio del centro comercial y/o fuera de este edificio. También hay que negociar independientemente la entrada de los medicamentos por la puerta principal de la farmacia, puesto que el resto de tiendas introducen el género por los accesos traseros.

Dependiendo de la comunidad autónoma, la farmacia debe tener salida direc-

ta a la calle, especifica el socio de TSL. En Andalucía, por ejemplo, no es obligatorio. Toro recuerda que en cada centro comercial sólo puede haber una oficina de farmacia y es muy importante que "no haya boticas en un radio de 250 metros".

Dicho esto, "las farmacias instaladas en centros comerciales tienen una mayor facturación, ya que la ubicación es lo que hace que el tránsito de clientes crezca. Precisamente, esta ventaja es lo que anima a los farmacéuticos a mudarse". Una particularidad de este tipo de establecimientos es su mayor porcentaje de productos de venta libre que de medicamentos con receta, lo que hace que el local deba tener 100 m² como mínimo para que tenga una amplia zona de exposición.

Por último, el abogado de TSL afirma que es aconsejable que el contrato de alquiler entre una farmacia y un centro comercial sea a largo plazo. "Es necesario negociar muy bien las facultades del traspaso o cesión del contrato para cuando el farmacéutico quiera jubilarse o, simplemente, vender la botica. En concreto, si este profesional piensa financiar la operación con una hipoteca mobiliaria es fundamental que se permita la cesión en el contrato".



Jesús Mena, durante la jornada celebrada por Asefarma.

Tomar conciencia del conflicto es el primer paso para resolverlo

Según un taller para farmacias sobre gestión de equipos

A. C. M. "Mi jefe me tiene amargado; este empleado está perjudicando el negocio; no hay forma de que se impliquen más en la farmacia; mis empleados no me entienden....

Estas frases, que hemos dicho o escuchado alguna vez, pueden reflejar una situación conflictiva que ocurre en el día a día y que perjudica tanto al rendimiento como al clima de trabajo dentro de la farmacia", explicó Jesús Mena, experto en Educación y Recursos Humanos, que impartió la semana pasada una jornada-taller sobre gestión del equipo y resolución de conflictos en la farmacia, organizada por Asefarma y celebrada en Madrid.

"Lamentablemente, no siempre son bien gestionados", dijo Mena. Por ello, en su ponencia dio a conocer qué es un conflicto, qué características presenta, tratando de reconocer si el farmacéutico trabaja en un entorno conflictivo e intentando analizar y detectar los distintos tipos y niveles de choque. "Los conflictos tienen la particularidad de que si no se tiene conciencia de su existencia, no existen. Clasificamos los tipos que pueden surgir en la farmacia en función del número de implicados, su rol profesional y la actualidad o temperatura del conflicto. Así, hablamos de fríos cuando se

percibe un ambiente general de decepción y desilusión, existe fatalismo social, hay poca esperanza de poder cambiar las cosas; y de conflictos calientes cuando las partes implicadas están totalmente convencidas de sus ideas y se mantiene una actitud expansiva, que busca ganar más seguidores a la causa".

NO HAY FÓRMULA ÚNICA

Pese a que Mena recordó que no hay dos conflictos iguales, por lo que encontrar una fórmula que los resuelva es una utopía, indicó que se puede aprender a afrontarlos, prevenirlos, gestionarlos. "Es imposible solucionarlos siguiendo una única fórmula. Algunos conflictos con miembros del equipo de la farmacia se solucionan sólo tomando conciencia de ellos: no pensé que os afectara tanto o no me había dado cuenta de que mi forma de organizar el trabajo os resultaba tan ineficiente". Otros, requieren la puesta en marcha de medidas organizativas; por ejemplo, descripción y análisis de tareas y funciones de cada empleado, planes de incentivos o mentoring (ofrecimiento de consejos) en el puesto de trabajo.

Según el experto, "algo común a todos los conflictos es que, en función del nivel de madurez del equipo, el líder ejerza su papel de diferentes formas. No es lo mismo afrontar un conflicto que surge en el equipo cuando éste lleva mucho tiempo trabajando junto que en uno que acaba de formarse".