

El Boletín de

**ASEFARMA**

Asesoría - Consultoría - Compraventa



ASEFARMA

timer

sumario

EDITORIAL..... PÁG. 2

FISCAL..... PÁG. 4

- El comprador de farmacia, ¿debe pagar el impuesto de Actos Jurídicos Documentados?

LABORAL..... PÁG. 6

- La obligatoriedad del registro de horarios para todos los trabajadores de la farmacia.

CONSULTORÍA..... PÁG.8

- El nuevo camino del cliente a la farmacia.

JURÍDICO.....PÁG. 10

- La dispensación de medicamentos en la oficina de farmacia.

COMPRAVENTA.....PÁG. 12

- Compraventa de farmacias: tendencias para el cierre de año 2016.

FINANCIERO..... PÁG. 14

- En busca de la tranquilidad.





Carlos García-Mauriño Sánchez
Socio fundador de Asefarma

“El proceso de digitalización de Asefarma pronto se traducirá en nuevos servicios y facilidades para nuestros clientes”

Editorial

Digitalización, un proceso imparable

El regreso de las vacaciones es siempre un momento propicio para emprender nuevos proyectos, pues volvemos con las pilas cargadas y con toda la energía necesaria.

En Asefarma así lo haremos y por ello daremos comienzo a nuestro proceso de digitalización de la empresa, que pronto se traducirá en nuevos servicios y facilidades para todos nuestros clientes.

Digitalización... vaya 'palabro', ¿no? Hemos oído hablar mucho de ello, que es un proceso imparable en nuestra sociedad y que va a revolucionarlo todo.

Pero, ¿en qué consiste? Pues sencillamente en un cambio radical en los procesos de trabajo, mediante los cuales el papel desaparece y se sustituye por bases de datos, que se nutren de manera automatizada mediante procesos de *big data*. Esa base de datos, tratada de manera adecuada, permite el acceso tanto al cliente como a la empresa de servicios a una gran cantidad de información esencial para disponer de una visión global y sectorial del negocio que permita la toma de decisiones estratégicas y tácticas de manera muy eficiente. En la práctica, vendrá a suponer la eliminación de las facturas y albaranes en papel, que se mandarían por los proveedores en formato electrónico, de lectura automática por los programas de gestión, junto con el volcado de los movimientos bancarios directamente desde el banco, y lo mismo con el resto de los gastos: -nóminas, seguros sociales, alquileres, etc -. Aparte de la facilidad de consulta que supondrá, el tratamiento *big data* de todo eso facilitará cuadros de mando que nos ayudarán enormemente en la toma de decisiones.

La farmacia no puede quedar al margen de la digitalización porque entendemos que es una gran mejora para ella, y desde Asefarma emprenderemos ese camino juntos. Al final nuestro objetivo es el mismo de siempre, ayudar a mejorar la rentabilidad de la farmacia, pero la obtención del mismo, con la digitalización, será más sencillo.

Sin ánimo de extenderme más, os invito a continuar leyendo los artículos que os hemos preparado para este número del boletín, siempre desde la filosofía de ser sencillos, directos, claros y útiles.

Un abrazo,

Carlos García-Mauriño
Socio fundador de Asefarma



Para cada farmacia la mejor receta.

¡Invierte ahora en tecnología alemana! Con los robots CONSIG.



Consis B0 - el robot ocupa sólo 2 m² de superficie



Consis E - el robot con cargador automático



¡Aprovecha la ventaja fiscal!

Ejemplo de inversión:
50.000,00 €

Ahorro fiscal total
23.302,51 €*

Cuota mensual leasing con intereses:
704,09 €*

Le realizamos su cálculo individual. Contáctenos sin coste y sin compromiso:
☎ **900 974 918** (Número de teléfono gratuito) o escríbenos a **info.es@willach.com**

* Supuestos financieros: Leasing a 7 años con interés 5% TAE, coste total de 59.143,50 €, rendimiento bruto de la farmacia antes de impuestos 50.000 €, IRPF medio 28,36% de rendimiento antes de imputar el gasto. El ahorro fiscal supone un 46,61% del importe de la inversión. Cálculo realizado por Asefarma.

El comprador de una farmacia, ¿debe pagar el impuesto sobre Actos Jurídicos Documentados?

Desde mediados de 2016, la Consejería de Hacienda de la C. de Madrid solicita a los compradores de farmacia el abono del impuesto sobre Actos Jurídicos Documentados. **Alejandro Briales**, Economista y asesor fiscal, Director General de Asefarma, les aclara en este artículo cuál es nuestra postura al respecto.



Desde mediados de este ejercicio 2016, la Consejería de Hacienda de la Comunidad de Madrid **está solicitando a los compradores de Oficinas de Farmacia que abonen el impuesto sobre Actos Jurídicos Documentados (AJD)** motivándolo de la siguiente manera:

"Las transmisiones de Oficinas de Farmacia formalizadas en escritura pública, quedan sujetas a la modalidad de Actos Jurídicos Documentados, y ello en base a que se cumplen los requisitos exigidos por el artículo 31.2 del Real Decreto Legislativo 1/1993, de 24 de septiembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley del Impuesto sobre transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados. Estos requisitos son los siguientes:

- Tratarse de primera copia de una escritura notarial.
- Tener por objeto una cantidad o cosa valuable: precio.
- **Contener un acto o contrato inscribible en el Registro de Bienes Muebles.**

- No estar sujeto dicho acto al Impuesto sobre Sucesiones y Donaciones ni a las modalidades de Transmisiones Patrimoniales Onerosas u Operaciones Societarias.

En definitiva, la Comunidad de Madrid está haciendo tributar a los compradores de Oficina de Farmacia al 0,75 % del valor de la misma.

"En Asefarma entendemos que no es correcto este gravamen para la farmacia"

Desde Asefarma entendemos que **NO es correcto este gravamen** y estamos recurriendo todos y cada uno de los requerimientos de la Comunidad que nos están llegando, al igual que recurrimos años atrás los requerimientos ante la Comunidad Valenciana con resultado satisfactorio.

Asefarma defiende que a efectos de AJD sólo tendrán la consideración de actos registrables aquellos respecto de los cuales el Registro despliegue todos sus efectos jurídicos derivados de la publicidad material que le es propia. En otras palabras, no basta con el mero acceso al mismo, requiriéndose además que la posible inscripción provoque una concreta finalidad, como es desplegar los efectos de la publicidad registral. A lo anterior añadimos que es doctrina consolidada del Tribunal Supremo que la finalidad propia del Impuesto de AJD no es otra cosa que gravar **la especial garantía que el ordenamiento jurídico concede a determinados actos en razón de la forma notarial adoptada, ligada especialmente a la posibilidad de acceso a los registros públicos, con los efectos que de ello derivan.**

"En la actualidad, la inscripción de una oficina de farmacia en el Registro de Bienes Muebles carece de efectos sustantivos y no aporta ni añade nada"

En definitiva, no todo acto susceptible de inscripción devenga AJD, cuando dicha inscripción carece de efectos sustantivos.

En la actualidad, y respecto a una oficina de farmacia, la inscripción en dicho Registro, carece de efectos sustantivos, de efectos frente a terceros y, en consecuencia, no aporta ni añade nada y no constituye un plus, ya que, en tanto no se produzca su desarrollo reglamentario, tal Registro, por lo que se refiere a dichas oficinas, tiene un puro carácter de Registro administrativo y no de Registro jurídico. **Todos los efectos propios de la transmisión resultan de la escritura y del cambio de titularidad en el Colegio**

Oficial de Farmacéuticos competente sin que, insistimos, la inscripción añadida ni un ápice de efectos.

Del mismo modo, entendemos que un principio fundamental de los registros jurídicos, como es el de tracto sucesivo, no sería aplicable, de modo que sería perfectamente posible hipotecar, como hipoteca de establecimiento mercantil, la oficina de farmacia, sin necesidad de que previamente la titularidad de dicha oficina estuviera inscrita a favor del hipotecante. Desde Asefarma hemos recurrido este intento de tributación por parte de las Haciendas Autonómicas con resultado positivo como en el supuesto de la Comunidad Valenciana resolviendo de la siguiente manera en resolución al Recurso de Reposición interpuesto por este mismo motivo en el ejercicio 2012, reiterando que *"si bien la escritura tiene por objeto cosa valuable económicamente, dicha operación no es inscribible en el Registro de Bienes Muebles, al menos de manera preceptiva, constitutiva o con efecto frente a terceros, puesto que la creación de dicho registro de titularidades y gravámenes por Disposición Adicional Única del Real Decreto 1828/1999, de 3 de diciembre, Reglamento de Régimen de Condiciones Generales de Contratación, no fue seguido de un desarrollo reglamentario que amparara y regulara la inscripción de establecimientos empresariales o mercantiles, de oficinas de farmacias, debiendo acudir, en este caso, a las previsiones del artículo 68 de la Ley de Hipoteca Mobiliaria de 16/12/1954, que tan sólo regula la inscripción de los gravámenes sobre bienes muebles y, no el de meras titularidades, extremo que no impide pero que carece de efectos frente a terceros, no siendo perceptiva"*.

Desde Asefarma les animamos a que recurran estas liquidaciones puesto que existen argumentos, resoluciones y sentencias que apoyan claramente nuestra postura.

Para cualquier consulta o gestión puede mandar un e-mail a: fiscal@asefarma.com

La obligatoriedad del registro de horarios de todos los trabajadores de la farmacia

Eva M^a Illera, Diplomada en Gestión y Administración y Master en Derecho Laboral, responsable del departamento Laboral de Asefarma, aclara en este artículo cómo ha cambiado la normativa en torno al control de horarios de todos los trabajadores de la oficina de farmacia.



Hasta hace poco tiempo, existía la obligatoriedad para todas las empresas, de realizar un control sobre las horas realizadas por aquellos trabajadores contratados a tiempo parcial.

A partir de ahora, debido a un cambio interpretativo del artículo 35.5 del Estatuto de los Trabajadores –referido al control del cómputo de horas extraordinarias– tanto la jurisprudencia como la inspección de trabajo han concluido que aunque el precepto se refiere al cómputo de horas extraordinarias, dicha obligación sólo puede cumplirse llevando un registro de jornada diaria de cada trabajador, puesto que sólo determinando cuál es la jornada efectivamente realizada, se puede determinar qué horas tienen la condición de ordinarias y cuáles son extraordinarias, por lo que cabe entender que la obligatoriedad es extensible a todos los trabajadores (contratados a tiempo parcial o completo).

Este giro interpretativo de la ley, está encaminado a combatir el fraude en la realización de las horas extras, y junto con el registro de la jornada diaria, debe entregarse el consiguiente resumen diario de la jornada a cada uno de los trabajadores, permitiendo así, tanto a los trabajadores como a las empresas, tener un conocimiento exacto del cómputo anual de trabajo.

Desde Asefarma, conscientes de la dificultad del titular para llevar un control individualizado de las horas diarias realizadas por sus empleados, estamos trabajando en la elaboración de una herramienta informática, que operará a modo de un “portal del empleado”, la cual permitirá no sólo llevar un de registro de horas, sino un control de los absentismos, vacaciones disfrutadas por cada trabajador, etc...

“El giro interpretativo de la ley está encaminado a combatir el fraude en la realización de horas extras...”



Con la convicción de la gran utilidad de esta herramienta de gestión de personal, en estos próximos meses, les iremos informando de forma más detallada sobre la forma de adquisición de este nuevo sistema, mientras tanto, se ha ido facilitando a nuestros clientes hojas de cálculo con el fin de dar cumplimiento a la legislación laboral y evitar posibles sanciones en caso de inspecciones de trabajo.



Artículo 35.5 Horas extraordinarias

5. A efectos del cómputo de horas extraordinarias, la jornada de cada trabajador se registrará día a día y se totalizará en el período fijado para el abono de las retribuciones, entregando copia del resumen al trabajador en el recibo correspondiente.



Tenga en cuenta que...:

PARA EVITAR SANCIONES Y REALIZAR UNA BUENA GESTIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS DE SU FARMACIA ES NECESARIO EL REGISTRO DE HORARIOS

"Con la nueva herramienta informática nuestro objetivo será optimizar la gestión de los Recursos Humanos de su farmacia"

Para cualquier consulta o gestión puede mandar un e-mail a: laboral@asefarma.com

LÍDERES EN **SISTEMAS DE SEGURIDAD**
VIDEOVIGILANCIA Y ANTIHURTO

SERVICIO SOSPECHA

Con la instalación de un pulsador o mando vía radio, podrá alertar con antelación a nuestro Security Operation Center 24h en caso de posible riesgo para usted o su farmacia

El nuevo camino del cliente a la farmacia

Fran Velasco, Consultor de Marketing en Asefarma nos explica cuáles son los pasos que da el cliente para llevar a cabo su proceso de compra y cómo éste ha cambiado en los últimos tiempos: el nuevo consumidor es más exigente, más informado, más digital, pero también más distraído.



En los últimos años, la llegada de las nuevas tecnologías a nuestro día a día ha cambiado de manera radical nuestro comportamiento como consumidores y la relación que tenemos con las marcas. Vivimos en un mundo hiperconectado, repleto de información que hace que nos enfrentemos como clientes de manera diferente al proceso de compra.

Si en el "camino clásico" el punto de venta tenía un peso superior al 80% en la decisión (es decir, decidíamos casi por completo nuestra compra frente a los lineales), la aparición de las redes sociales hace que como clientes no necesitemos pisar las tiendas físicas para decidir nuestra compra. Y no pensemos que esto ocurre únicamente con un reloj o un perfume. Tenemos reciente el caso de Nissan, que es la primera empresa en vender un vehículo (un Nissan X-Trail TEKNA concretamente) a través de la red social Twitter. Como vemos, **el modelo está cambiando** y el caso de la Farmacia no es diferente, ya que como marca debe adaptarse

a los nuevos tiempos, enfocando su gestión teniendo al cliente/consumidor y sus nuevos hábitos como centro de sus estrategias. De lo contrario, quedará fuera de su "lista de deseos".

"En el nuevo entorno, cobran protagonismo las herramientas digitales..."

Nos encontramos con un nuevo tipo de consumidor más digital, informado, exigente y muy distraído: diariamente "sufrimos" cada uno de nosotros más de 5000 impactos de comunicación de las marcas que nos rodean, lo que hace que vivamos en lo que se conoce como la "Economía de la atención", donde la lucha diaria está en captar y retener la atención de los consumidores. Y este nuevo consumidor hace que se configure también de nuevo el proceso de compra, haciéndolo diferente a como lo conocíamos hasta ahora.

El proceso de compra clásico, en el que lo

"El cliente viene a la farmacia muy informado, casi convencido de casa..."

que denominábamos "Primer Momento de la Verdad" ocurría (como comentábamos al principio) en el 80% de los casos frente al lineal, con los productos al alcance de nuestra mano. Pero este nuevo entorno con un alto protagonismo de las herramientas digitales ha hecho que este proceso cambie. En este nuevo camino hasta el producto, el cliente sigue los siguientes pasos:

1. El Momento Pre-Compra o Momento Cero de la Verdad: un momento nuevo hasta ahora en el proceso, completamente alejado del lineal de la farmacia. Se da principalmente en el entorno digital (Redes Sociales y Página Web) y lo importante no es vender un producto o destacar una promoción. Debe generarse un proceso de aprendizaje por parte del cliente, de conocimiento de la Marca de la farmacia y su promesa. Es decir, todo aquello que nos hace diferentes y más atractivos que nuestro entorno competitivo. Si no se consigue, no conseguiremos que siga el camino.

2. El Momento de la Compra o Primer Momento de la Verdad: como en el proceso clásico, se da frente al lineal, pero éste ya no tiene todo el peso en la decisión del cliente. El cliente viene muy informado y casi por completo convencido de casa. Hay que tener en cuenta que igual que conoce nuestra farmacia sin pisar el punto de venta, puede conocer a nuestra competencia de la misma manera. Aun así, el lineal tiene que ser muy "vendedor", para cerrar correctamente el proceso generando además una gran experiencia de compra.

3. El Momento de la Post-Compra o Segundo Momento de la Verdad: llega el momento del uso del producto. Y aquí encontramos una diferencia más respecto al proceso clásico de compra: ya no lo vivimos en solitario, ahora se comparte en las Redes Sociales con nuestros contactos, ya sea para bien o para mal, sirviendo de base para el

"Momento Cero de la Verdad" de otros clientes, el comienzo del camino de estos hacia la farmacia. Y la experiencia tiene que haber sido espectacular en el "Primer Momento de la Verdad", porque de lo contrario el cliente le contará a sus contactos que es mejor "tomar otro camino".

Teniendo en cuenta estos nuevos pasos hacia la farmacia, y para poner un punto de partida a nuestro cliente, la farmacia debe "dibujar" un mapa del nuevo recorrido, que permita saber cuáles son los puntos de contacto con la Marca en cada paso, evaluando cuáles son positivos (y por lo tanto hay que reforzar) y cuáles son negativos (y por lo tanto debemos mejorar). Conectar con nuestros clientes y fidelizarles está sólo a un paso.



Para cualquier consulta o gestión puede mandar un e-mail a: gestiondinamica@asefarma.com

La dispensación de medicamentos en la oficina de farmacia

Adela Bueno, Abogado y responsable del departamento Jurídico de Asefarma, expone la normativa que debe tener en cuenta el farmacéutico a la hora de llevar a cabo correctamente la labor de dispensación en su oficina de farmacia.



La dispensación de medicamentos es la función propia y primordial de las oficinas de farmacia, tal y como establece en el caso de la Comunidad de Madrid el artículo 12 de la Ley 19/1998.

Sin embargo, esta función básica de las farmacias, no está exenta de problemática desde la perspectiva de la Inspección Sanitaria, toda vez que el farmacéutico debe prestar especial atención en cómo lleva a cabo el acto de la dispensación para no incumplir lo establecido al respecto tanto en el propio artículo 12, como en el Real Decreto 1718/2010 sobre Receta Médica y órdenes de dispensación.

Desde Asefarma nos gustaría hacerles un recordatorio de determinadas pautas que el farmacéutico debe tener presente a la hora de realizar el acto de la dispensación, en aras a evitar en el futuro un posible expediente sancionador, en caso de haber descuidado alguna de ellas.

"El farmacéutico debe prestar atención a cómo lleva a cabo las dispensaciones para no incumplir la normativa al respecto"

1.- Dispensación de recetas con deficiencias en la cumplimentación de la prescripción.

Podríamos decir que ésta es una de las principales causas que puede originar la apertura de un expediente sancionador. Es fundamental que las recetas que sean presentadas para la dispensación estén íntegramente cumplimentadas, sin que falte ninguno de los datos básicos obligatorios, imprescindibles para la validez de la receta médica, a tenor del artículo 3 del citado Real Decreto. La falta de estos datos implicaría, por sí misma, la invalidez de las recetas.

Además, la ausencia de algunos de estos datos como pueden ser la posología, la duración del tratamiento, la fecha de nacimiento del paciente y la fecha de prescripción, impiden a la Administración Sanitaria controlar en relación a determinados medicamentos, si se cumplen las posibles restricciones para la prescripción y dispensación descritas en sus fichas técnicas.

A tal efecto tanto el art. 12.12. de la Ley 19/1998 de Ordenación Farmacéutica de la Comunidad de Madrid, como el art. 15.4 del Real Decreto 1718/2010 sobre Receta Médica y órdenes de dispensación, dispone que el farmacéutico

deberá abstenerse de dispensar el medicamento hasta que no le sea presentada una receta debidamente cumplimentada y con todos los datos obligatorios.

De entre la normativa que marca las pautas para la correcta dispensación, destacamos el RD 1718/2010, el RD Legislativo 1/2015 (Ley del Medicamento) y las normativas autonómicas

2.- Dispensación de recetas de dudosa autenticidad.

En estos casos, en los que estando en principio debidamente cumplimentada la receta existiera algún indicio que nos hiciera dudar de su autenticidad o circunstancia que determinara la necesidad de contrastar su legitimidad, igualmente el art. 15.4 del Real Decreto 1718/2010 sobre Receta Médica y órdenes de dispensación dispone que "El farmacéutico, cuando surjan dudas razonables sobre la autenticidad o validez de la receta médica presentada, no dispensará los medicamentos solicitados por los pacientes o usuarios, salvo que pueda comprobar la legitimidad de la prescripción, en caso contrario, lo pondrá en conocimiento de la Administración sanitaria que resulte competente a efectos de determinar la existencia de posibles infracciones administrativas o penales".

En idéntico sentido se pronuncia el art. 12.12. de la Ley 19/1998 de Ordenación Farmacéutica de la Comunidad de Madrid, cuando establece que no se dispensará ningún medicamento cuando existieran dudas razonables sobre la autenticidad o validez de la receta, debiéndose contactar con el médico prescriptor antes de realizar la dispensación.

En definitiva, en todos estos supuestos en los que existan dudas razonables sobre la autenticidad de la receta o ésta no esté debidamente cumplimentada por faltar los datos básicos



**Tenga en cuenta que...:
ES FUNDAMENTAL QUE LAS
RECETAS QUE SEAN PRESENTADAS
PARA LA DISPENSACIÓN ESTÉN
ÍNTegramENTE CUMPLIMENTADAS,
SIN QUE FALTE NINGUNO DE LOS
DATOS BÁSICOS OBLIGATORIOS.**

"Si existieran dudas razonables sobre la autenticidad de la receta o si ésta no estuviera correctamente cumplimentada, lo recomendable es el bloqueo cautelar de la prescripción"

obligatorios, imprescindibles para la validez de la receta médica, a tenor del artículo 3 del citado Real Decreto, lo recomendable es que por parte del farmacéutico se proceda al bloqueo cautelar de la prescripción, hasta que se hayan realizado las gestiones oportunas con la finalidad de esclarecer las posibles dudas y poder ofrecer una dispensación rodeada de todas las garantías necesarias, toda vez que el farmacéutico es un profesional sanitario con responsabilidad sobre las dispensaciones realizadas en su oficina de farmacia.

Para cualquier consulta o gestión puede mandar un e-mail a: juridico@asefarma.com

Compraventa de farmacias: Tendencias para el cierre del año 2016

Miguel Soriano, Economista y Director Comercial de Asefarma en Levante, trata en esta ocasión de hacer un resumen de la situación del sector en estos momentos y de cuál será la tendencia de cara al cierre del ejercicio 2016.



Como hemos comentado en anteriores publicaciones en los dos últimos años hemos pasado de una coyuntura compleja a una situación de estabilidad. La principal preocupación de los farmacéuticos es cómo incide el momento actual a su patrimonio farmacéutico y, en definitiva, al precio de su farmacia.

Es habitual que el principal patrimonio de un farmacéutico sea su oficina de farmacia. En los últimos dos años se ha constatado cierta estabilización los precios de los traspasos, incluso en algunas comunidades autónomas se ha experimentado una tendencia al alza.

Como elementos estabilizadores estamos observando la evolución de las siguientes variables que confirman este sector como sector refugio tanto en tiempos de dificultades como en situaciones de estabilidad:

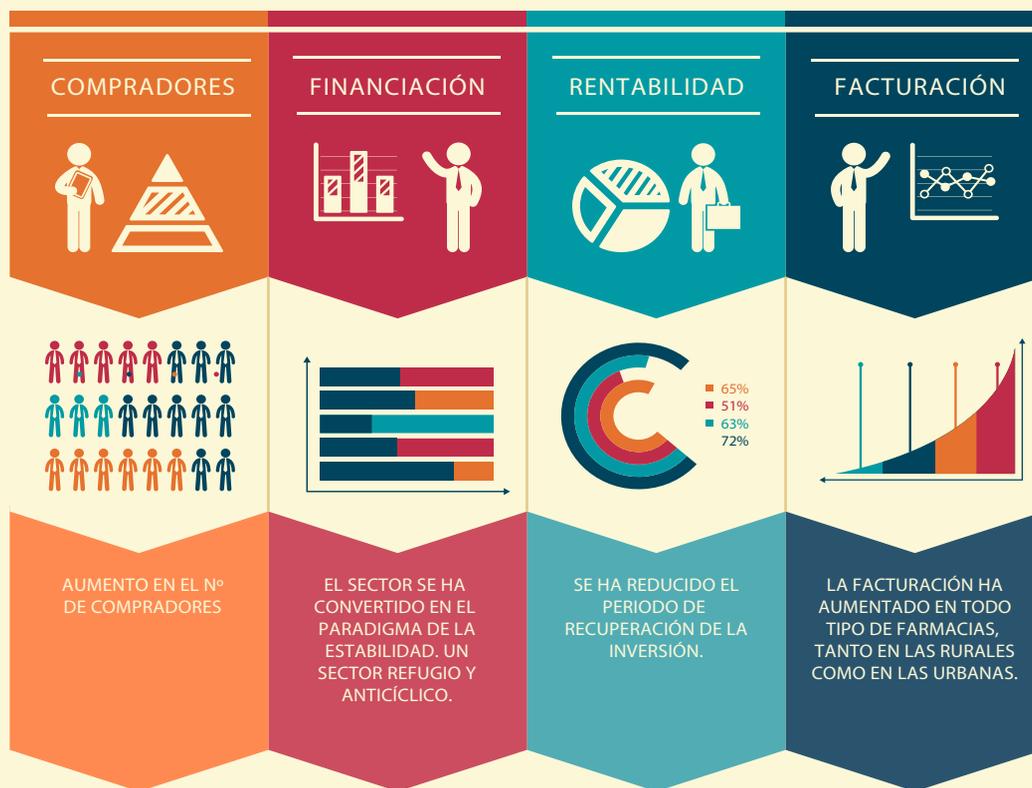
1. COMPRADORES
2. FINANCIACIÓN
3. RENTABILIDAD
4. FACTURACIÓN

El número de **COMPRADORES** interesados en invertir en farmacia ha aumentado considerablemente.

Así, los nuevos compradores provienen fundamentalmente de antiguos empleados de la industria y de farmacéuticos que han vendido su farmacia recientemente con Asefarma.

En el caso de la **FINANCIACIÓN**, el número de entidades financieras dispuestas a prestar dinero para la compra de farmacia se ha incrementando. Confirmando de nuevo este sector como "paradigma de la estabilidad, sector refugio y anticíclico" dentro de los departamentos de riesgo de las entidades financieras, ya sean cajas o bancos.

En cuanto a la **RENTABILIDAD**, observamos un menor periodo de recuperación de la inversión para el comprador y por lo tanto en una mayor viabilidad económica. La inversión en farmacia es ahora todavía más atractiva en términos estrictamente financieros.



FACTURACIÓN. Desde hace 18 meses se viene consolidando un hecho que abunda en la estabilidad del sector. Las farmacias de todo volumen de facturación están incrementando de forma sostenible la misma, tanto farmacias rurales como urbanas.

Desde Asefarma les ofrecemos soluciones personalizadas, en la actualidad las transformaciones del sector invitan modelos

de gestión dinámica que potencien su rentabilidad, en Asefarma les ayudamos a implementar estos modelos. Puede que en su situación estén pensando en dejar la gestión para vender su farmacia, en este caso les realizaremos una auditoría de forma gratuita para poderla ofrecer a los potenciales compradores con la máxima transparencia desde cualquier delegación en todo el territorio español.

Para cualquier consulta o gestión puede mandar un e-mail a: transmisiones@asefarma.com

Seguro Especial Farmacias - Farma Like

desde sólo 500€/año



Bienes refrigerados



Daños en recetas (papel/electrónicas)



Averías de robots, ordenadores



Daños en escaparate, cruz de farmacia



Robo

Contacta con nosotros en el 91 448 84 22
o a través del mail correduriadeseguros@asefarma.com

En busca de la tranquilidad

José Manuel Retamal, Asesor de Patrimonios en Asefarma y miembro de la European Financial Planning Association España, hace repaso a la situación del mercado tras el primer semestre de 2016.



Tras un inicio de año difícil, tal y como apuntábamos en el anterior boletín, estamos asistiendo a una mejora del sentimiento de los mercados al amparo, fundamentalmente, de los datos macroeconómicos tanto en China como en Estados Unidos y en menor medida de Europa. Esa mejoría del sentimiento se traduce en tranquilidad, búsqueda de estabilidad y rebaja de la exageradísima volatilidad a la que hemos asistido en este primer semestre del año.

Los resultados empresariales han sido mejor de lo esperado y aunque no sean para tirar cohetes, sí que han ejercido de soporte y creado una sensación de optimismo, (a ver lo que dura), pero no sólo debido a los notables datos de las dos grandes potencias económicas, Europa también ha mantenido el tipo, con resultados empresariales mejores de lo esperado y todo ello a pesar del Brexit, que nos pilló a todos con el pie cambiado. Ha resultado, por ahora, el león, menos fiero de lo que nos imaginábamos y la reacción ha sido mucho mejor de lo esperado, aunque no cabe duda de que la salida de los británicos traerá consecuencias, aunque todavía es pronto para conocerlas.

Esta mejora experimentada en el bloque desarrollado, también se ha visto reflejada,

muy notablemente, en el bloque emergente. El hecho de mantenerse al margen de los problemas de los mercados desarrollados y no sufrir los ataques de pánico de los inversores internacionales centrados en otros asuntos, les ha favorecido.

“Los resultados empresariales han sido mejor de lo esperado y han ejercido soporte y creado una sensación de optimismo”

Aun así, quedan incógnitas por despejar, cobran especial relevancia, al otro lado del atlántico, el sector energético, que no para de recortar debido a la inundación de petróleo barato y en el viejo continente, el sector bancario, que ha lastrado los resultados europeos. Dejando fuera este sector, los datos en Europa hubieran sido mucho mejores.

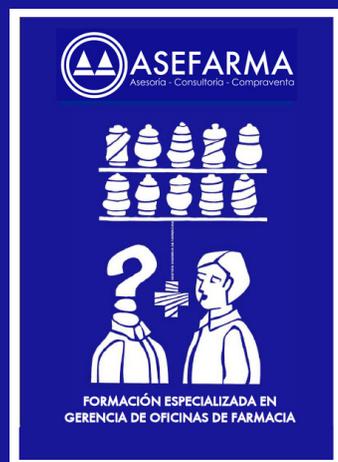
Respecto a las carteras, mantenemos un férreo control de la volatilidad, aumentando con mucha cautela el peso en renta variable de forma muy selectiva, esperando tener a la vuelta de vacaciones, un final de año más esperanzador que nos permita neutralizar la sangría de principios de año.

ÍNDICES BURSÁTILES

ÍNDICES BURSÁTILES	Último	Semanal	Mensual	2016
Índices Bursátiles				
S&P 500	2.183	0,43%	2,49%	5,80%
Dow Jones Industrial	18.544	0,60%	2,19%	5,42%
DJ Euro Stoxx 50 EUR	2.974	-0,57%	4,78%	-8,99%
FTSE 100	6.793	1,03%	3,08%	8,83%
CAC 40	4.411	-0,66%	5,25%	-4,88%
DAX	10.367	0,29%	7,66%	-3,50%
Ibex-35	8.539	-0,56%	4,32%	-10,53%
Nikkei	16.651	0,09%	10,22%	-12,52%
Topix	1.306	-1,23%	7,91%	-15,63%
Sensex 30	28.153	0,53%	3,78%	7,79%
Hang Seng	22.406	2,35%	8,96%	2,24%
MSCI World EUR	158	0,71%	4,68%	1,30%
VIX	11	-4,04%	-13,71%	-37,45%
Divisas				
EUR/USD	1,1083	-0,72%	0,29%	2,03%
EUR/JPY	113,2300	-0,94%	1,91%	-13,33%
USD/JPY	102,1600	-0,22%	1,61%	-15,02%
Materias primas				
BRENT	43,28	6,05%	-3,05%	21,06%
Oro	1.333,73	-1,44%	-2,39%	25,69%
GS Commodity Index	129,49	0,53%	-3,56%	-2,10%
S&P GS Agriculture	451,62	2,20%	-2,95%	0,34%

Fuente: Tressis

Para cualquier consulta o gestión puede mandar un e-mail a: jmretamal@asefarma.com



La Escuela de Gerencia de Asefarma alcanza su décima Edición

La próxima edición de la Formación Especializada en Gerencia de Oficinas de Farmacia tendrá lugar del 14 al 28 de noviembre en la sede central de Asefarma.

Grupos reducidos y plazas limitadas.

Contáctanos en el 91 448 84 22 o en formacion@asefarma.com.



Tenemos más de 300 farmacias a la venta. Entre y llámenos.

www.asefarma.com



Comunidad de Madrid

- Zona este de Madrid capital. Área muy poblada 8 horas y 650.000€ de facturación.
- Zona sur de Madrid capital. Farmacia de 8 horas.
- Madrid capital, zona centro. Con el 80% de venta libre.
- Zona sureste de Madrid capital. El local, para reformar es en propiedad. Facturación de 375.000€.
- Madrid capital, zona con alta densidad de población. Farmacia con amplio local en propiedad y 850.000€ de facturación.
- Madrid capital, en una zona muy demandada. 12 horas y local muy amplio con posibilidad de compra o alquiler.
- Ctra. de la Coruña. Zona en constante crecimiento. Amplio local en alquiler, con 70% de venta libre. Facturación de 1.350.000€.

Castilla-La Mancha

- Provincia de Toledo, con una facturación superior a los 700.000€.
- Provincia de Cuenca, con horario reducido y local en alquiler.

Galicia

- Farmacia en importante ciudad de la provincia de A Coruña. Local en propiedad y facturación de 900.000€.

Castilla y León

- Farmacia rural en la provincia de Ávila.
- Provincia de Valladolid, farmacia rural y local en alquiler.
- Farmacia con atractiva facturación y margen de mejora en la provincia de León, zona de Ponferrada.
- Farmacia en León capital y facturación media.

Asturias

- Farmacia urbana, con local en propiedad y 1.050.000€ de facturación. Alto porcentaje de venta libre.
- Farmacia rural, con facturación de 325.000€ y local en propiedad.
- Farmacia rural, con local en alquiler y facturación de 530.000€.

Cataluña

- Barcelona. Farmacia con potencial de crecimiento en venta libre. 85% de recetas. Facturación alrededor de los 800.000€.
- Provincia de Gerona. Buena farmacia con 610.000€ de PVP.

Comunidad Valenciana

- Valencia Capital, facturación 472.000€.
- Valencia Capital, 650.000€ fondo de comercio.
- Junto a Gandía, 1.150.000€ de facturación, local venta o alquiler.
- Castellón 1.200.000€ de facturación, local en arrendamiento.
- Castellón, 1.445.000€ de facturación.

Islas Canarias

- 754.000€ de facturación, local en venta.
- Gran Canaria, Ocasión, Facturación 2.059.000€.

