

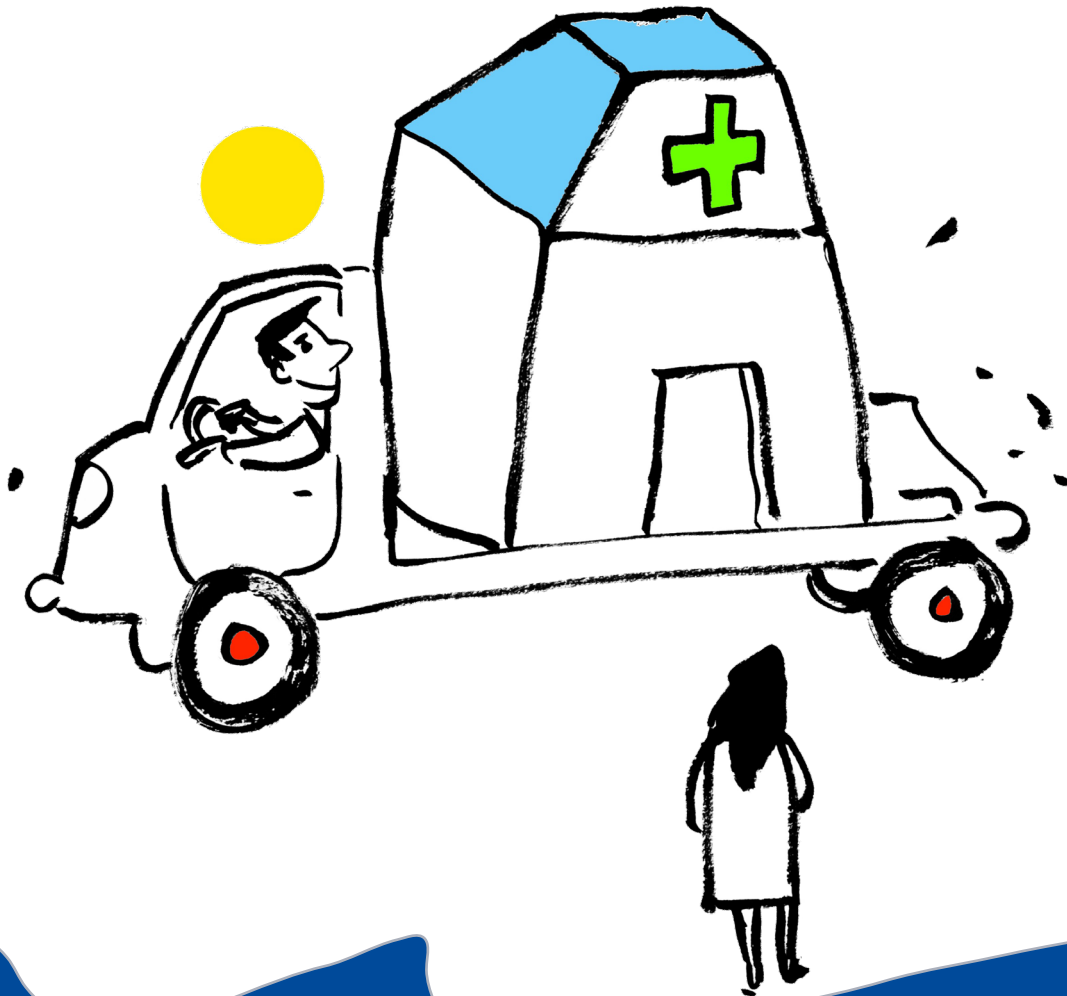


El Boletín de

ASEFARMA

Compraventa - Asesoría - Consultoría

Asefarma contigo de principio a fin



FISCAL: Ahorre en su factura fiscal de 2023 (Pág. 4) ... **COMPRAVENTA:** Problemática en la transmisión inter vivos de la farmacia a descendientes a título oneroso (I) (Pág. 6) ... **CONSULTORÍA:** La Inteligencia Artificial (IA) en la Farmacia (II) (Pág. 8) ... **JURÍDICO:** ¿Cumple la Oficina de Farmacia con la obligación de etiquetado de los productos que ofrece al público? (Pág. 10) ... **GESTIÓN (Concep·by Glinff):** Cómo adaptar la farmacia a la Navidad (Pág. 12) / Escaparates de farmacia con storytelling (Pág. 13) ... **LABORAL:** La ineptitud sobrevenida (Pág. 14) ... **FINANCIERO:** En busca del ahorro que permita rebajar la factura fiscal (Pág. 16). ... **ESPECIAL VI ENCUENTRO ASEFARMA** (Pág. 18)



Carlos García-Mauriño Sánchez
Abogado y farmacéutico
Socio fundador de Asefarma

“La farmacia debe profundizar en el camino de la especialización, en la farmacia asistencial, en definitiva, la farmacia de servicios...”.

Editorial

Hagamos balance de 2023

Estas fechas de diciembre son óptimas para hacer un balance del año que termina y también para hacer buenos propósitos para el año venidero. Ha sido un año en el que la farmacia está viendo cómo el trabajo duro, el “pico y pala” y el ir sumando muchos pocos para hacer un mucho, es la fórmula necesaria para mantener márgenes y rentabilidad.

En la pasada edición del VI Encuentro Asefarma comentaba: “Nos encontramos en una encrucijada”. Las farmacias cada vez tienen márgenes más reducidos en el medicamento, con constantes bajadas de precio y las ventas de parafarmacia, que es tradicionalmente donde mayor margen se obtenía, se enfrentan a la feroz competencia del canal online y de los supermercados y perfumerías *low cost*. Las farmacias no podemos competir en precios, solamente en servicios, pero aun así, ¿qué farmacéutico no se ha dado cuenta de que muchos clientes pasan por la farmacia a pedir consejo pero luego compran el producto recomendado por Internet? Y si los márgenes bajan, los costes fijos y variables no paran de subir, nóminas, alquileres, intereses bancarios, suministros, etc. Por lo tanto, las farmacias tienen que hacer un trabajo muy de pico y pala, de mucho trabajo y dedicación, para mantener a duras penas su rentabilidad. Es cierto que aún existen algunas farmacias grandes y muy rentables, pero realmente no son la mayoría.

Y ante esa encrucijada, ¿qué camino debemos tomar? Aquí creo que hay unanimidad entre todos los operadores que intervenimos en el sector farmacia: colegios profesionales, SEFAC, distribución, asesorías -como Asefarma-: la farmacia debe profundizar en el camino de la especialización, en la farmacia asistencial, en definitiva, la farmacia de servicios. Como en casi todo en la vida, no hay recetas mágicas para esto. Permittedme, desde mi visión delante y detrás del mostrador daros tres apuntes previos:

- Hay que volcarse en los productos de venta exclusiva en farmacia y cuidarlos, que cada vez quedan menos. Hay que trabajar al máximo la marca blanca y propia, como por ejemplo la que Parabolica nos ofrece: productos con una gran calidad-precio y que el cliente no va a encontrar en Amazon o en el chino de al lado y que realmente nos fideliza al cliente/paciente. También la formulación magistral es un valor a tener en cuenta.
- Hay que agruparse para comprar mejor. La farmacia sola difícilmente puede obtener buenos precios sin cargarse de stock, por tanto, la compra agrupada es esencial para conseguirlo. Grupos de compras -como Puntofarma, que es el que gestionamos desde Asefarma- o de ventas, que van más allá.
- Hay que cuidar mucho la cuenta de pérdidas y ganancias de la farmacia y apoyarse en los profesionales de la asesoría para ello. No es un tema de barrer para casa, es que es clave el control de ingresos y gastos para mantener y hacer crecer la farmacia.

Sin mas preámbulos, os dejo ya con la lectura de este interesante boletín, con el mejor deseo para todos vosotros, nuestros lectores, en estas fechas tan señaladas.

Un abrazo a todos

Actualidad Farmacéutica Del Siglo XXI Edita: Asefarma S.L. Director: Carlos García-Mauriño
Coordinadora: Isabel Aragón

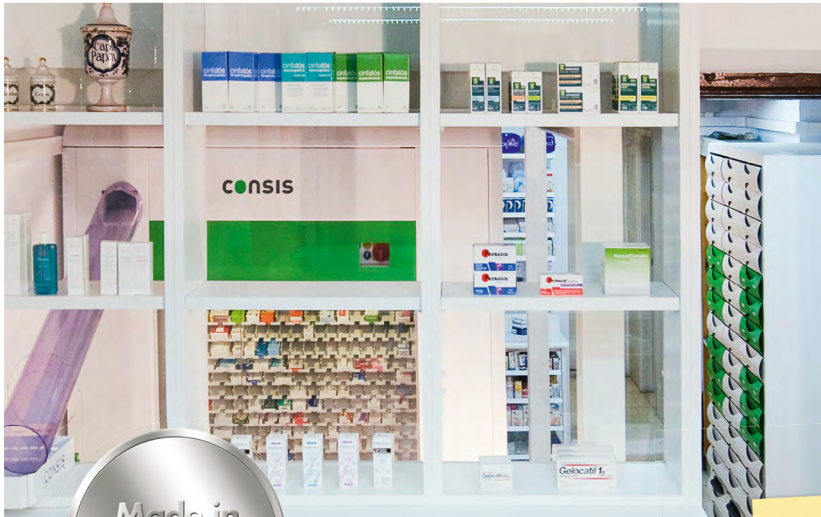
Dirección Postal: C/ General Arrando, 9 (Local Derecha) 28010 Madrid Tel.: 91 448 84 22 Diseño portada: Carlos Baonza
Maquetación: Susana Cabrita y Mirian Muñoz Depósito Legal: M-2191-2009





Para cada farmacia la mejor receta.

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



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.

Ahorre en su factura fiscal de 2023



Alejandro Briales, economista y asesor fiscal, Director General de Asefarma, da algunas claves para poder ahorrar en la factura fiscal del ejercicio 2023.



fiscal@asefarma.com



En este ejercicio más se limita mucho la posibilidad de reducir nuestra factura fiscal. A pesar de ello y, dado que aún tenemos margen de maniobra antes de que termine este complicado ejercicio 2023, vamos a hacerle algunas recomendaciones para no llevarnos las manos a la cabeza a la hora de elaborar nuestra declaración de la renta.

Es muy importante tener una estimación del importe a abonar en la declaración de IRPF del próximo junio para poder tomar medidas si fueran necesarias y, es por eso, que desde Asefarma elaboramos a nuestros clientes, antes de que finalice el año, el **informe Pre-Renta** para conocer anticipadamente la cuantía a pagar en su declaración y saber si nos interesa, siempre con la finalidad de reducir impuestos, aportar a un plan de pensiones, aumentar el pago de su vivienda habitual, etc., así como la cantidad necesaria. **Antes de que finalice este ejercicio 2023 le recordamos lo siguiente:**

Aporte a planes de pensiones (PPA) - Las aportaciones hechas a un plan de pensiones reducen la base imponible (suma de todos los ingresos: beneficios de la farmacia, alquileres, etc.), lo cual supondría una disminución en la cantidad a pagar en Hacienda por el IRPF. Esta aportación ahora no diferencia en función de la edad y está sujeta a un límite cuantitativo general a la menor de las cantidades siguientes:

- 1.500 euros anuales.
- El 30% de los rendimientos netos del trabajo y de actividades económicas.

Aporte a un PPSE para usted y sus trabajadores - Los Planes de Previsión Social Empresarial (PPSE) son un producto de previsión social que permite a las empresas o negocios gestionados por trabajadores autónomos con empleados a su cargo, instrumentar planes de pensiones con sus empleados.

En este producto el tomador es la empresa, que tiene acuerdos con sus empleados, los cuales son los asegurados. En este caso, el propio autónomo puede incorporarse al PPSE, de manera que aumente su aportación a un plan de pensiones que será deducible en su base imponible de IRPF ya que **el PPSE es compatible con un Plan de Previsión Asegurado (PPA) individual, por lo que de esta manera sería posible aumentar el límite de la aportación hasta 5.750 euros (4.250 euros al PPSE y 1.500 euros al PPA). Por su parte, las aportaciones realizadas por el autónomo a sus trabajadores serán un gasto deducible en la actividad.**

Aun así, **sólo son aconsejables (PPA Y PPSE) para aquellos contribuyentes que tengan rentas netas a integrar en la base imponible general** (beneficios de la farmacia, alquileres, imputación de rentas inmobiliarias) **superiores a 60.000 euros así como en la cantidad que exceda esta cifra.** Para evitar tributar a un tipo impositivo superior a la hora del rescate.

Amortización del fondo de comercio: Optimice la amortización de su fondo de comercio. Como usted ya sabe, puede amortizar (imputar como gastos) hasta un 7,5% de su valor siempre que adquiriera su farmacia a título oneroso. Pero no siempre amortizar al 7,5% es la forma más eficiente de amortizar el mismo.

Exención en las plusvalías para mayores de 65 años: Queremos recordarle que existe un beneficio fiscal establecido desde el 1 de enero de 2015 con respecto a la exclusión de tributación de las ganancias patrimoniales por la transmisión de elementos patrimoniales (como la venta de su farmacia) por contribuyentes mayores de 65 años, siempre que el importe total obtenido por la transmisión se destine en el plazo de seis meses a constituir una renta vitalicia asegurada a su favor con condiciones concretas y con el límite máximo

de 240.000 euros. Si aún está a tiempo, puede que le merezca la pena analizarlo.

Donación de un negocio familiar - Si está pensando en transmitir en vida de manera lucrativa su farmacia a sus descendientes, la ganancia patrimonial generada no tributará siempre que se cumplan los requisitos para aplicar la reducción en la transmisión de la empresa familiar en los términos regulados en la normativa del **Impuesto sobre Sucesiones y Donaciones**. Aproveche estos beneficios fiscales antes de que se unifique la tributación autonómica y, sobre todo, si reside en comunidades autónomas altamente bonificadas como es el caso de la Comunidad de Madrid.

Gastos de difícil justificación: Si determina su rendimiento por el **método de estimación directa simplificada** recuerde que puede deducir en concepto de provisiones y gastos de difícil justificación el 7% de la diferencia de ingresos menos otros gastos, pero con un límite de 2.000 euros.

Reducción por inicio de actividad económica: Si ha iniciado su actividad económica, recuerde que puede reducir en un 20% el rendimiento neto positivo declarado en el primer periodo impositivo en que el rendimiento sea positivo y en el periodo impositivo siguiente. Se considera que se produce el inicio de una actividad económica cuando no se ha ejercido actividad económica alguna en el año anterior a la fecha de inicio de la misma.

Deducción por reinversión de beneficios: La reinversión del beneficio de su oficina de farmacia en elementos nuevos del inmovilizado material o inversiones inmobiliarias afectos a la actividad económica será objeto de deducción de un 5% en la cuota íntegra correspondiente al periodo impositivo en que se efectúe la inversión (la deducción será del 2,5% cuando el contribuyente haya practicado la reducción por inicio del ejercicio de una actividad económica). La inversión debe realizarse en el plazo comprendido entre el inicio del periodo impositivo en el que se obtienen los rendimientos objeto de inversión y el periodo impositivo siguiente.

Seguro médico: Son deducibles en su actividad las primas de seguro de enfermedad satisfechas por el contribuyente en la parte que corresponde a su propia cobertura y a la de su cónyuge e hijos menores de veinticinco años que convivan con él. El límite máximo de deducción será de 500 euros por cada una de las personas señaladas anteriormente o de 1.500 euros por cada una de ellas con discapacidad.

NOVEDADES PARA EL EJERCICIO 2024

A la espera de la publicación de las zonas tensionadas en cada comunidad, los rendimientos en los alquileres de vivienda se verán modificados de la siguiente forma:

1. Reducción por arrendamiento de vivienda para los contratos de arrendamiento celebrados desde el 1 de enero de 2024.

Se modula la actual reducción del 60% estableciéndose que el rendimiento neto positivo se reducirá:

a. En un 90% cuando se haya formalizado por el mismo arrendador un nuevo contrato de arrendamiento sobre una vivienda situada en zonas de mercado residencial tensionado, con una reducción en la renta de al menos un 5% sobre el contrato anterior.

b. En un 70% cuando, no cumpliéndose los requisitos de la letra anterior, se trate de la incorporación al mercado de viviendas destinadas al alquiler en zonas de mercado residencial tensionado y se alquilen a jóvenes de entre 18 y 35 años en dichas áreas, o bien, se trate de vivienda asequible incentivada o protegida, arrendada a la administración pública o entidades del tercer sector o de la economía social que tengan la condición de entidades sin fines lucrativos o acogida a algún programa público de vivienda que limite la renta del alquiler.

c. En un 60% cuando, no cumpliéndose los requisitos de las letras anteriores, la vivienda hubiera sido objeto de una actuación de rehabilitación que hubiera finalizado en los dos años anteriores a la fecha de celebración del contrato.

d. En un 50% en cualquier otro caso.

Los requisitos señalados se tienen que cumplir en el momento de celebrar el contrato de arrendamiento y la reducción será aplicable mientras se sigan cumpliendo los mismos.

2. Reducción por arrendamiento de vivienda para los contratos de arrendamiento celebrados con anterioridad al 1 de enero de 2024.

A los rendimientos netos positivos de capital inmobiliario derivados de los contratos de arrendamiento de vivienda que se hubieran celebrado con anterioridad a la entrada en vigor de la Ley 12/2023, de 24 de mayo, por el derecho a la vivienda, les resultará de aplicación la reducción prevista en el apartado 2 del artículo 23 de esta ley en su redacción vigente a 31 de diciembre de 2021.

Problemática en la transmisión inter vivos de la farmacia a descendientes a título oneroso (I)



Aroa Jiménez, Economista, subresponsable del departamento Fiscal de Asefarma explica qué opciones tiene el farmacéutico para transmitir su oficina de farmacia en caso de que tenga uno o más hijos.



transmisiones@asefarma.com



Muchos farmacéuticos que ven llegar su edad de jubilación y que además tienen varios hijos, unos farmacéuticos y otros no, se plantean cómo poder dejar la farmacia a su hijo o hijos farmacéuticos, pero a la vez recibir una renta y no agravar a los hermanos no farmacéuticos. Desde Asefarma les decimos que es posible conciliar todos esos deseos y desde estas líneas le explicamos algunas de las claves.

Las razones para transmitir están relacionadas, bien con las expectativas de la persona que transmite (se jubila, quiere que sus familiares tomen el relevo anticipado...), bien porque las circunstancias cambiantes exigen un cambio brusco en la propiedad de la empresa. Luego el mantener y hacer crecer lo transmitido es una **tarea puramente empresarial**, pero en la que, sin duda, también influye el acuerdo alcanzado previamente.

En primer lugar, debe realizarse un estudio personalizado de la situación, siendo los objetivos de este, contemplar la transmisión "**Inter vivos**" de la farmacia, a título oneroso. Es decir, a cambio de una contraprestación y valorar los efectos para ambas partes, teniendo en cuenta la situación familiar y personal de las mismas.

Analizaremos dos situaciones:

En este boletín, analizaremos el caso de la compraventa, del 100% de la farmacia por parte de **uno de los hijos del farmacéutico titular. (Los efectos para el comprador y vendedor por la transmisión a varios hijos, la abordaremos en el próximo número).**

Lo primero que tenemos que hacer aquí es fijar un precio por la farmacia. Este precio se puede calcular aplicando un factor multiplicador a la facturación anual de la farmacia. Ahora bien, dentro de un rango del valor de mercado que es el admitido por Hacienda.

Respecto a los efectos para el VENDEDOR:

Por la transmisión de la Oficina de Farmacia de la que es titular el vendedor, tendrá éste que tributar en el IRPF del ejercicio en que se lleve a cabo la compraventa, por la ganancia patrimonial derivada de dicha operación. Esta ganancia vendrá determinada por la diferencia entre el precio de adquisición actualizado y el precio de transmisión que se fije.

Precio de adquisición: Por lo que respecta a la farmacia, este precio es el resultado de minorar el valor por el que se adquirió, en las amortizaciones practicadas, teniendo en cuenta también el resto de los elementos de inmovilizados adquiridos y que se encuentren pendiente de amortizar. Las existencias van aparte, ya que su transmisión no genera una ganancia patrimonial en el vendedor, se incluye su venta dentro del beneficio de la farmacia como existencias vendidas y consumidas al venderse a precio de coste.

Vamos a considerar dos opciones:

1. Que se abone el precio total en un plazo único en el momento de la transmisión (esta opción suele contemplarse si se solicita financiación a una entidad bancaria). En este caso, se tiene que imputar la ganancia patrimonial en su declaración del IRPF del ejercicio en que se efectúe la operación.

2. Que se aplase el pago en un plazo largo, 20 años, por ejemplo (si la financiación la realiza el propio vendedor, es él quien le aplaza el pago). En este caso, a la hora de imputarse la ganancia patrimonial en su declaración del IRPF, el contribuyente puede optar:

a) Por acogerse al principio general, imputando las rentas según la regla de imputación que les corresponda, al momento en que se produzca la

alteración patrimonial. Es decir, que el año en que se firme la escritura de compraventa de la farmacia se imputaría en su declaración de renta la ganancia producida, tributando por dicha ganancia de una sola vez en ese año. Esta opción no es aconsejable.

b) Por imputar proporcionalmente las ganancias o pérdidas patrimoniales obtenidas, a medida que se hagan exigibles los cobros correspondientes. Esto le permite diferir el pago del impuesto a lo largo de los años en que se aplaze el pago (20 años en este caso). En ambos casos, la ganancia se integraría en la parte especial de la base imponible del impuesto aplicándose un tipo máximo en la actualidad del 28% para ganancias superiores a 300.000€.

En caso de **fallecimiento del vendedor**, antes del término del pago, la ganancia patrimonial que quedase por tributar, deberá integrarse en el último periodo impositivo del IRPF de este y la cantidad pendiente de pago se incluirá en la herencia y se repartirá ese crédito según las disposiciones testamentarias y, en su defecto, según ley.

Respecto al **Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA)** se cumplen los requisitos exigidos por la Ley para no tributar por ese impuesto tampoco, ya que se transmite una unidad económica autónoma capaz de desarrollar una actividad empresarial o profesional por sus propios medios.

Respecto a los efectos para el **COMPRADOR**

Al hacerlo por compraventa y no por donación, se conseguirá un sustancial ahorro fiscal sobre el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF). En efecto, al calcular los beneficios de la farmacia se podrá considerar como gasto deducible, la amortización del **fondo de comercio** (que no es otra cosa que el valor que le hemos dado a la oficina de farmacia en la escritura de compraventa), entre un

5% y un 7,5% de su valor, también la amortización del mobiliario en un 10% del valor de este (con posibilidad de acelerar dicho porcentaje del 10% a un 20%). Esto supone un importante ahorro fiscal. Pensemos que, si la ganancia patrimonial tributa en la base imponible especial a un tipo máximo del 28%, los rendimientos de la farmacia tributan en la base imponible general con un tipo máximo que puede llegar hasta el 47%. El ahorro neto con las amortizaciones de los bienes de la farmacia adquiridos por el comprador sería al contemplar que la tributación del comprador por la oficina de farmacia se vería reducida durante 13,3 años aplicando el 7,5% y durante 20 años aplicando el 5% al fondo de comercio.

Por todo ello, y en el estudio personalizado, podremos comparar el ahorro fiscal (por amortización de la farmacia) con el coste fiscal para el vendedor con la transmisión y su situación actual y cuantificar así el ahorro fiscal conseguido, que suele ser muy importante.

Un impuesto que no podemos olvidar y que corresponde abonarlo al comprador es el de **Transmisiones Patrimoniales**, en su modalidad **Actos Jurídicos Documentados (AJD)**. La compraventa de la oficina de farmacia sí tributa conforme a la reciente interpretación dada al artículo 31.2 Ley ITPAJD por las sentencias dictadas por el Tribunal Supremo, Sala Tercera de lo Contencioso Administrativo, en fecha 26 de noviembre de 2020 (resoluciones números 1607 /2020 y 1608 /2020), suponiendo entre un 0,75% y un 1,5% del valor de la farmacia según la comunidad autónoma donde se encuentre la misma.

Como adelantamos al inicio de este artículo, en el boletín de marzo de 2024 analizaremos el caso de que la compraventa se realice por parte de **varios hijos farmacéuticos** y le facilitaremos las conclusiones.



**Somos Arquia, un banco
para profesionales**

Me interesa



Inteligencia Artificial (IA) en la Oficina de Farmacia (II)



Eva Ruiz, Farmacéutica y responsable del departamento de Consultoría de Asefarma aborda algunas de las ventajas que la Inteligencia Artificial traerá a la Oficina de Farmacia.



consultoria@asefarma.com

Hablábamos en el anterior boletín de la entrada abrupta en nuestras vidas de la Inteligencia Artificial (IA). Hace unos meses no se hablaba de ella, pero día a día se hace más presente y empieza a vislumbrarse que en ocasiones puede llegar a ser algo imprescindible también en la farmacia. La primera muestra de ello son, tal y como dijimos, los sistemas automatizados, que permiten no sólo llevar una mejor gestión del espacio y un control exhaustivo del almacén en todo momento durante los siete días de la semana sino también la toma de decisiones operativas al respecto fruto de la disciplina de **machine learning**.

La IA llega también con la introducción de herramientas de diagnóstico de piel o cabello, basadas en el manejo de grandes dosis de información y el análisis de datos a través del Big Data que facilitan la toma de decisiones informadas y sustentadas desde una base sólida. Profesionalizando el consejo tras un diagnóstico eficiente y certero de la patología por parte del farmacéutico. Esta tecnología utiliza IA dentro de la subdisciplina “**visión por computador**”, pues el sistema puede detectar de forma automática una alteración de la piel o el cabello según modelos o patrones adquiridos gracias al análisis de imágenes. Cuando además el capilo-dermatoscopio se vincula a un software en el que ha realizado una inserción de datos de líneas de productos para cada patología, la recomendación del tratamiento más eficaz del que se dispone llega de forma automática con un alto porcentaje de seguridad.

El futuro de la farmacia estará vinculado, sin duda, a la IA, porque existirán herramientas con las que la farmacia pueda estar comunicada de manera constante con el médico de atención primaria y el especialista, teniendo acceso ambos al historial del paciente. Establecer una comunicación instantánea y bidireccional, como profesionales

de la salud responsables del paciente junto con la administración sanitaria permitirá agilizar y tomar decisiones conjuntas y eficientes de cara a mejorar la salud de la población.

“...existirán herramientas con las que la farmacia pueda estar comunicada de manera constante con el médico de atención primaria y el especialista...”

Uno de los servicios estrella que se puede ofrecer al paciente además de ser indispensable e intransferible en la farmacia asistencial de hoy por capacitación, cercanía y capilaridad, es el **seguimiento de la medicación** y, en consecuencia, el **control de la adherencia terapéutica**. Este servicio, sin duda, con aplicaciones basadas en la inteligencia artificial puede optimizarse. Ya hay farmacias con sistemas automatizados que ayudan a preparar la medicación del paciente, cuando ofrecen el SPD, pero estamos convencidos de que con el uso de IA se podría llegar a mejorar con la gestión de los datos recogidos para medir respuestas y conseguir una mayor eficacia en los tratamientos. Además de controlar posibles interacciones con otros medicamentos o alimentos, pudiendo incluso recordar la toma de dosis al paciente de manera automática. El farmacéutico, como responsable del seguimiento terapéutico de su paciente, a través de todos estos asistentes, podría ser alertado. Sería un paso inicial, antes de llegar a utilizar la realidad virtual o el metaverso en el seguimiento de la medicación de un paciente ofreciendo un acompañamiento virtual continuo.

Con todo, se trataría de “**humanizar**” la atención online y trasladar la atención farmacéutica desde la farmacia al domicilio del paciente. Crear un entorno de realidad paralela con la que formar y guiar al paciente o al cuidador en esa primera vez

con su tratamiento en el domicilio como apoyo en su tratamiento y seguimiento cuando una atención presencial del paciente no es posible, puede llegar a ser una realidad en un futuro no lejano.

Otra posible utilidad de la IA en la farmacia es la que se desarrolla con herramientas en las que interviene el procesamiento del lenguaje natural o **CHATGPT**. Con este tipo de asistentes se podría acercar la farmacia al usuario cuando la asistencia desde el mostrador no es posible, automatizando y homogeneizando las recomendaciones que desde dicho chat ofrece el equipo de la farmacia al paciente.

“Otra posible utilidad de la IA en la farmacia es con herramientas en las que interviene el procesamiento del lenguaje natural o CHATGPT”

La realidad nos dice que el futuro de la farmacia pasa por la **telefarmacia**, sobre todo en zonas despobladas o en el caso de pacientes con dificultades para llegar a la botica. En estos casos tendría cabida todo lo anteriormente expuesto.

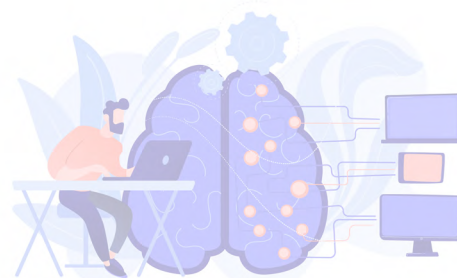
La farmacia de hoy se ha ido convirtiendo en el establecimiento de salud y bienestar por excelencia y desde un establecimiento de este tipo se han de ofrecer soluciones con las que hacer sentir mejor al usuario, sin que tenga que esperar a sentirse enfermo y con las que anticiparse a la enfermedad. La farmacia ha dejado de ser exclusivamente un lugar de medicamentos y enfermedad. Una herramienta para poder dar a conocer este nuevo paradigma en la farmacia es la comunicación con el paciente.

La IA de la mano de la comunicación digital, se prepara para aportar nuevas oportunidades en esta comunicación. Se emplean los datos de consumo recogidos en el punto de venta con los que crear un patrón de consumo a replicar y adaptar una comunicación personalizada con la mejor solución para cada cliente en concreto.

El análisis de los datos permitirá conocer el tipo de cliente del establecimiento y diseñar ofertas exclusivas en tiempo real en la farmacia con las que incentivar un consumo saludable y responsable, que paralelamente incremente el ticket medio.

Da vértigo, pero esta tecnología ya existe en otros canales y es seguro que terminará llegando a la farmacia inquieta. Con la introducción de sistemas en las que la IA combine el reconocimiento facial, el análisis de datos según hábitos de consumo, la comunicación digital y la tecnología punta generaremos promociones instantáneas para cada perfil a través de una pantalla en nuestro establecimiento con la que interactúe nuestro paciente.

Sin duda, está por llegar infinidad de tecnología que suponga una mejora ostensible en los servicios profesionales que aporta la farmacia y, en consecuencia, una mejor experiencia de compra y un mayor beneficio para el cliente.



Los farmacéuticos eligen BD Rowa.

1.000 robots en España, 13.000 en el mundo



¿Quieres automatizar tu farmacia?
Disfruta de condiciones especiales
como socio de ASEFARMA

Escanea para solicitar tu proyecto o contáctanos a rowaspain@bd.com

¿Cumple la Oficina de Farmacia con la obligación de etiquetado de los productos que ofrece al público?



Adela Bueno, Abogada y responsable del departamento Jurídico de Asefarma, explica todo lo que debe conocer el farmacéutico en materia de etiquetado de sus productos.



juridico@asefarma.com

Mientras esperaba a ser atendida en la oficina de farmacia, como no podía ser de otra manera, estuve observando atentamente el establecimiento y concretamente la disposición de los productos en la farmacia. Cuál fue mi sorpresa al comprobar que ninguno de los productos de parafarmacia expuestos (productos de higiene cuidado personal, cosméticos...) tenía debidamente señalado el precio de los mismos, lo cual en caso de estar interesada en la adquisición de alguno de ellos me obligaría necesariamente a consultar su precio al personal de la farmacia.

Pues bien, se trata de un aspecto que no siempre es tenido en consideración por todas las oficinas de farmacia, cuando es obligatorio por normativa el etiquetado de precios, conforme a lo establecido en el Decreto 2807/1972, de 15 de septiembre, por el que se regula el mercado de precios en la venta al público de artículos al por menor, que se encuentra vigente en la actualidad:

- **Art. 2.1:** "El precio de venta al público deberá comprender la **cantidad total** que el comprador esté obligado a satisfacer. Vendrá determinado por una unidad de peso o medida, que deberá quedar claramente especificado. Sólo se admitirán, a estos efectos, como unidades válidas: el kilo, el metro y el litro, respectivamente".

- **Art. 3:** "Los precios de venta al público deberán ser exhibidos mediante **etiquetas fijadas** sobre cada artículo. El comprador estará en condiciones de conocer el precio de los artículos expuestos en el escaparate sin necesidad de entrar en el establecimiento comercial y de conocer el precio

de los artículos expuestos en anaqueles o armarios del interior sin precisar aclaración alguna al respecto por parte del vendedor".

- **Art. 7:** "Los precios de los servicios serán objeto de publicidad en los lugares donde se presten mediante **anuncios perfectamente visibles** para la clientela, en los que figuren relacionados los correspondientes servicios ofertados y sus precios totales, con inclusión de toda carga o gravamen sobre los mismos".

Junto con esta normativa, hay que tener en consideración lo establecido en el Real Decreto 3423/2000, de 15 de diciembre, cuyo objetivo es regular la indicación del precio de venta y del precio por unidad de medida de los productos ofrecidos por los comerciantes a los consumidores, a fin de mejorar la información de los consumidores y facilitar la comparación de los precios. Ahora bien, estarían exentos de indicar el precio por unidad de medida:

- Los productos que se comercializan en cantidades inferiores a 50 g o ml.

- Cuando el precio por unidad de medida sea idéntico al precio de venta.

- En el caso de complementos alimenticios y productos cosméticos, la unidad de medida se referirá a 100 gr/ml.

¿Y cómo debe exponerse el precio?

En este sentido, el precio de venta indicado deberá ser: **inequívoco, fácilmente identificable y claramente legible**, así como **visible** para el consumidor sin necesidad de que éste tenga que solicitar dicha información.

¿Y qué ocurre con los productos expuestos en el escaparate?

Pues también deben tener el precio visible para el consumidor, ya que les aplica la misma normativa.

¿Afecta la obligación de etiquetado del precio a los medicamentos?

No, ya que los medicamentos disponen de su regulación específica a través de la Ley de Garantías y Uso Racional del Medicamento y tienen su precio intervenido.

Por supuesto, el incumplimiento por parte de la oficina de farmacia de la obligación de etiquetado

de los productos sería constitutivo de **infracción administrativa en materia de consumo**, pudiendo ser sancionado tal hecho con la correspondiente multa. Y ello sin perjuicio de que el consumidor que detectara el incumplimiento al verse en la necesidad de preguntar por el precio del producto al farmacéutico podría interponer la correspondiente reclamación.

En definitiva, se trata garantizar que el consumidor pueda conocer los precios de los productos vendidos en nuestra farmacia y disponga de toda la información precisa, sin tener que consultar el precio al equipo de la farmacia. Además, una correcta señalización de precios genera confianza en el consumidor y por supuesto, es una herramienta que ayuda a la venta de los productos.

El 15 de noviembre celebramos el VI Encuentro Asefarma

El 15 de noviembre el Auditorio Asefarma acogió el VI Encuentro Asefarma, un evento que, bajo el título '**La Nueva Farmacia: Especialización para ser diferentes**', reunió a destacados representantes del sector y a más de un centenar de farmacéuticos para hablar de servicios básicos, especializados, del nuevo paciente y de farmacias que han creado su propia seña de identidad.

El VI Encuentro contó con el apoyo de patrocinadores como Arquia Banca, BD Rowa, Alphega Farmacia, Microcaya, Cinfa, Ti-Medi, Farmadosis, Concep by Glintt, el laboratorio Native o la empresa Personal Music. También con instituciones como la Consejería de Sanidad de la Comunidad de Madrid, el COFM o SEFAC, entre otros.



arquia banca

BD Rowa™ **cinfa** **Farmadosis®**
Grupo

MICROCAYA

c·ncep®
BY GLINTT

ti medi

alphega
farmacia



Farmadosis®
Grupo

**LÍDERES EN AUTOMATIZACIÓN
FARMACÉUTICA Y HOSPITALARIA**

Contáctanos

COMODIDAD | SENCILLEZ | SEGURIDAD | CONFIANZA | EFICACIA | SALUD | BIENESTAR

Cómo adaptar la farmacia a la Navidad

Como cada año llega la época más festiva del año, y las farmacias, como cualquier otro comercio tienen la oportunidad de lucir sus mejores galas, decorar el espacio y sobre todo aprovechar los días más sensibles del año para aumentar sus ventas. Desde la creación de packs de parafarmacia, a packs de regalo para el hombre, la mujer o los niños, o bien promociones como el calendario de adviento o los escaparates decorados.

Recuérdanos... ¿por qué es importante adaptar nuestra farmacia a cada estación?

Es importante adaptarla, porque la farmacia y su espacio son un elemento más vivo, que evoluciona con el paso del tiempo y que por ello necesita adaptarse tanto a las estaciones como a las fiestas (Pascua, Black Friday...). Una farmacia, no deja de ser un negocio, cuya finalidad, más allá de ayudar y dar soporte sanitario a sus clientes, es una empresa cuya finalidad es la rentabilidad. Y adaptarse a las estaciones es adaptarse a la demanda del cliente, cada vez más exigente e inmediato. Desde la creación de campañas de fidelización, a la promoción de producto para netear stock, hasta promover y dar a conocer la farmacia, siempre es una buena ocasión para poner tu farmacia al día.

Llega la Navidad, ¿la adaptamos ya o esperamos?

Según la campaña que tengamos la adaptaremos con mayor inmediatez o menor. Si optamos por una campaña de interacción, decorar la farmacia y prestar especial atención al escaparate serán vitales, para que la gente le preste atención y aumentar así la efectividad de esta. Por otro lado, si no tenemos campañas activas, sólo promoción), aconsejamos esperar a diciembre para poder armarlos, customizarlos y decorarlos. Al final, hay que adaptarse un poco al entorno en el que estamos, y este nos condicionará más o menos. No es lo mismo una farmacia del Pirineo, cuyos packs y escenario están ya en una connotación de Navidad, que una farmacia de Las Palmas, que podrá esperar más para decorarla.

¿Qué se debe tener en cuenta en Navidad? ¿La volvemos a adaptar para fin de año?

En Navidad debemos tener en cuenta el espíritu del equipo de la farmacia y el espacio. ¿Por qué son vitales estos dos? Porque el primero mostrará el grado de implicación en su decoración y en las vibraciones que le transmitirá al cliente, y la segunda te delimitará todo lo que puedes hacer en ella, desde colocar un árbol de navidad y hacer una campaña, decorar sólo el escaparate, montar unos regalos y premios para un concurso... Nosotros recomendamos siempre ligar bien las campañas a la decoración del espacio y viceversa, esto quiere decir que, si vamos a realizar una acción para las rebajas, sería interesante abordar el fin de año a través de la decoración o de mensajes como los propósitos de año nuevo.

Siempre recomiendo que los colores sean festivos, no tienen por qué ser los clásicos rojos y blancos, pueden ser azules, verdes esmeraldas, dorados. Colores, que la farmacia se sienta cómoda y sepa trasladar el espíritu festivo. Fomentar los corners con los packs navideños o ayudar a impulsar la venta por consejo o las ventas rápidas en la caja, ya que es una época donde los clientes están más receptivos. Y sobre todo, cuidar mucho el escaparate, ya que es la puerta de entrada visual a nuestro negocio.

¿Cuáles son las farmacias que más visitas tienen en Navidad?

Las farmacias que reciben más visitas en navidad claramente son las que tiene mayor oferta de productos para regalar. No cabe olvidar, que una gran parte de nuestro cliente, se fía completamente del farmacéutico de confianza, por lo que la recomendación de packs festivos específicos como los de belleza, tratamiento, etc, son los que finalmente ayudan a decantar y diferenciar a una farmacia más o menos transitada. Si esto lo acompañamos de un espacio elegante, cuidado y acogedor, donde se respira la Navidad, podremos ayudar a impulsar las ventas y a fidelizar al cliente.

Escaparates de farmacia con storytelling

El arte de contar historias se extiende más allá de la literatura y el cine; también puede ser aplicado de manera creativa en la presentación de escaparates, especialmente en las farmacias.

Un escaparate es como un lienzo en blanco que puede usarse para contar una historia cautivadora que atraiga la atención de los transeúntes y los invite a explorar más a fondo.

¿Cómo escenificar en una farmacia?

El escaparatismo es una técnica de visual merchandising que se utiliza para atraer la atención de los clientes y comunicar mensajes clave a través de la presentación de productos en una tienda o espacio comercial. En el caso de las farmacias, el escaparatismo puede desempeñar un papel importante para destacar productos, promociones y crear una experiencia atractiva para los clientes. Aquí tienes algunas ideas para aplicar el escaparatismo en una farmacia:

Tema de salud y bienestar: Diseña un escaparate que promueva un estilo de vida saludable. Puedes mostrar productos relacionados con suplementos vitamínicos, productos naturales, alimentos saludables y artículos de cuidado personal.

Estacionalidad: Adapta tu escaparate a las estaciones del año. Por ejemplo, en invierno puedes resaltar productos para el cuidado de la piel en climas fríos, mientras que en verano puedes destacar protectores solares y productos refrescantes.

Campañas de concienciación: Utiliza el escaparate para apoyar campañas de salud y concienciación, como el Mes del Cáncer de Mama o el Día Mundial de la Diabetes. Presenta productos relacionados y comparte información relevante.



Productos destacados: Elige algunos productos estrella y colócalos en un lugar prominente del escaparate. Pueden ser artículos populares o aquellos que estén en promoción.

¿Qué técnicas o elementos debemos tener en cuenta?

Utiliza colores que transmitan una sensación de limpieza y confiabilidad, como tonos claros y verdes.

La iluminación también es crucial para resaltar los productos y crear un ambiente acogedor. No temas ser creativo y jugar con elementos visuales. Incorpora elementos como flores, plantas, imágenes de pacientes sonrientes y otros elementos que refuercen el mensaje de bienestar y salud.

Incluye gráficos, infografías o pósters que brinden información útil sobre diferentes temas de salud, como la importancia de la higiene personal, cómo tomar ciertos medicamentos correctamente, etc. Si es posible, crea un espacio interactivo donde los clientes puedan probar o aprender más sobre ciertos productos, como lociones, cremas o suplementos.

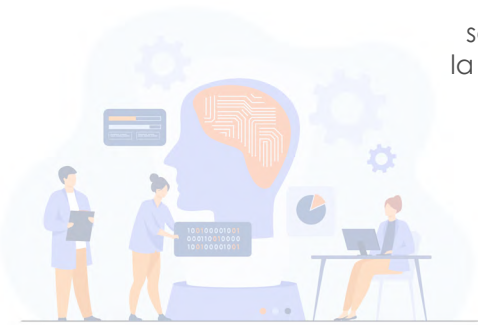
Recuerda que el escaparatismo debe ser coherente con la imagen de tu farmacia y el público al que te diriges. Además, asegúrate de cambiar el escaparate periódicamente para mantener el interés de los clientes y reflejar las temporadas y eventos relevantes. Pruébalo, practícalo y define a quién se las quieres contar, te lo agradecerán.

La ineptitud sobrevenida

Eva M^ª Illera, Abogada y responsable del departamento Laboral de Asefarma, explica en qué consiste el despido objetivo por ineptitud sobrevenida a partir del comentario a la reciente sentencia del TSJ de Madrid de 28 de junio de 2023.



laboral@asefarma.com



La extinción del contrato articulado a través de un despido objetivo -con una indemnización a razón de 20 días por año con un máximo de 12 mensualidades-, permite al empresario decidir de forma unilateral la finalización del contrato de trabajo, sin que existan incumplimientos contractuales culpables, ni leves ni graves por parte del trabajador (a diferencia de lo que ocurre en el **despido disciplinario**). No obstante, han de concurrir una serie de circunstancias, tasadas y precisadas en la ley.

Entre ellas, el art 52.a) del ET establece que el contrato podrá extinguirse por causas objetivas "por ineptitud del trabajador conocida o sobrevenida con posterioridad a su colocación efectiva en la empresa. La ineptitud existente con anterioridad al cumplimiento de un periodo de prueba no podrá alegarse con posterioridad a dicho cumplimiento".

El **concepto de ineptitud** hace referencia a una inhabilidad o carencia de facultades profesionales que tiene su origen en la persona del trabajador, bien por la falta de preparación o de actualización de sus conocimientos, bien por deterioro o pérdida de sus recursos de trabajo, percepción, destreza, falta de capacidad de concentración, rapidez, etc.

La ineptitud del trabajador puede provenir de una causa física, psíquica o profesional. En todas ellas, existe la concurrencia de varios requisitos para que pueda operar como causa de extinción:

1.- Falta de aptitud para el trabajador verdadera y permanente -no circunstancial-.

2.- General, es decir, referida al conjunto del trabajo encomendado y no únicamente a algunos aspectos.

3.- Alcanzar determinado grado. Debe determinar una aptitud inferior a la media normal de cada momento y profesión.

4.- Derivar de causas extrañas a la voluntad del trabajador (en caso contrario estaríamos ante un despido disciplinario). Eso sí, ha de ser imputable al empleado y no a medios defectuosos de trabajo.

5.- Que sea conocida o sobrevenida con posterioridad a su efectiva prestación de servicios, puesto que la conocida con anterioridad, destipifica la causa de resolución.

Es la empresa la que debe acreditar que se reúnen los requisitos exigidos para que pueda considerarse la extinción contractual ajustada a Derecho y que se ha observado lo preceptuado, en su caso, en el convenio colectivo de aplicación, que en algunos casos establece como obligatoria reubicación en otro puesto de trabajo -a este respecto existe regulación específica en el convenio de farmacia-.

Han sido nuestros tribunales, a través de pronunciamientos judiciales los que han concretado el concepto de ineptitud, refiriéndose, como apuntábamos al principio de este artículo, a una inhabilidad o carencia de facultades profesionales con origen en el trabajador, bien por falta de preparación o actualización de conocimientos o bien deterioro o pérdida de recursos de trabajo.

La ineptitud, puede ser física o psíquica o por pérdida de requisitos profesionales necesarios. Es un **concepto diferente al que se entiende en el marco**

de la Seguridad Social por incapacidad temporal o permanente, pero que, en ocasiones, cuando se trata de una ineptitud de índole física o psíquica, se encuentra íntimamente relacionada y, en numerosos casos, la ineptitud, se encuentra precedida de situaciones de incapacidad médica.

En este sentido, **la reciente sentencia del Tribunal Superior de Justicia de Madrid, de 28 de junio de 2023**, ratificando la declaración de procedencia del despido objetivo por ineptitud sobrevenida de una trabajadora por no adaptarse al uso de un programa informático necesario para desempeñar el puesto de trabajo.

Razona la sentencia que ha quedado acreditado que el programa era necesario para desempeñar las tareas, que hubo varias advertencias, que se le ha explicado el manejo del programa y que el resto de compañeros con la misma antigüedad no ha tenido problema en utilizar el mismo programa.

El caso concreto

La trabajadora había sido despedida por motivos objetivos, concretamente ineptitud sobrevenida alegando la empresa que no era capaz de manejar, a nivel de mero usuario el programa de gestión (necesario para el puesto).

Había quedado acreditado por parte de la empresa que la trabajadora no utilizaba ese programa de gestión, aun cuando se le había explicado en numerosas ocasiones, habiendo sido incluso amonestada verbalmente por ello, debiendo dedicar más de una hora a un proceso que como máximo, en 5 minutos, debía realizarse con la utilización del

programa de gestión. Asimismo, arguye la empresa que el puesto de trabajo no estaba atendiendo de la forma debida y que las necesidades de la empresa se quedaban desatendidas.

Ante la decisión extintiva de la empresa, **la trabajadora solicitó la nulidad del despido y subsidiariamente improcedencia, siendo desestimada tal pretensión.**

La sentencia del TSJ de Madrid: despido objetivo por ineptitud sobrevenida

El TSJ desestima el recurso interpuesto por la trabajadora, entendiéndose que ha quedado acreditado que la empleada carecía de las facultades o destrezas necesarias para desempeñar su trabajo a través de una herramienta informática que el resto de los empleados sí manejaban, dejando incluso tareas pendientes para que el resto de los compañeros las terminaran.

Dictamina el TSJ de Madrid que la trabajadora no es adecuada para el puesto de trabajo que desempeña, porque no controla el programa «(...)», que, si bien es complicado, otros trabajadores con la misma antigüedad que la trabajadora demandante, si saben hacerlo (...)». Consecuentemente, el TSJ, establece que hay causas objetivas para la extinción del contrato por causas objetivas.

La importancia de esta sentencia radica en que se pone de manifiesto que la falta de destreza informática por parte de los trabajadores, para poder cumplir con las prestaciones que derivan del contrato de trabajo, es causa de extinción de contrato a través del despido objetivo.

**ALPHEGA TE AYUDA A TENER
UNA FARMACIA RENTABLE Y**

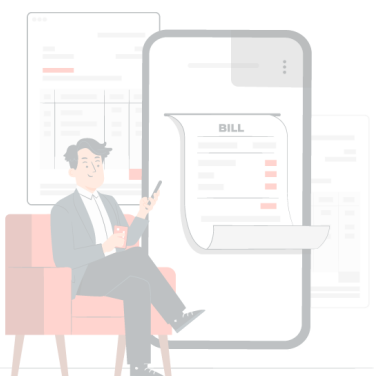
**CENTRARTE
EN LO QUE
MÁS
IMPORTA**

Acompañamiento profesional y herramientas para aumentar la rentabilidad.

Farmacias con equipos formados para ser centros de referencia en sus comunidades.

Servicios innovadores adaptados a las nuevas necesidades de la sociedad.

En busca del ahorro que permita rebajar la factura fiscal

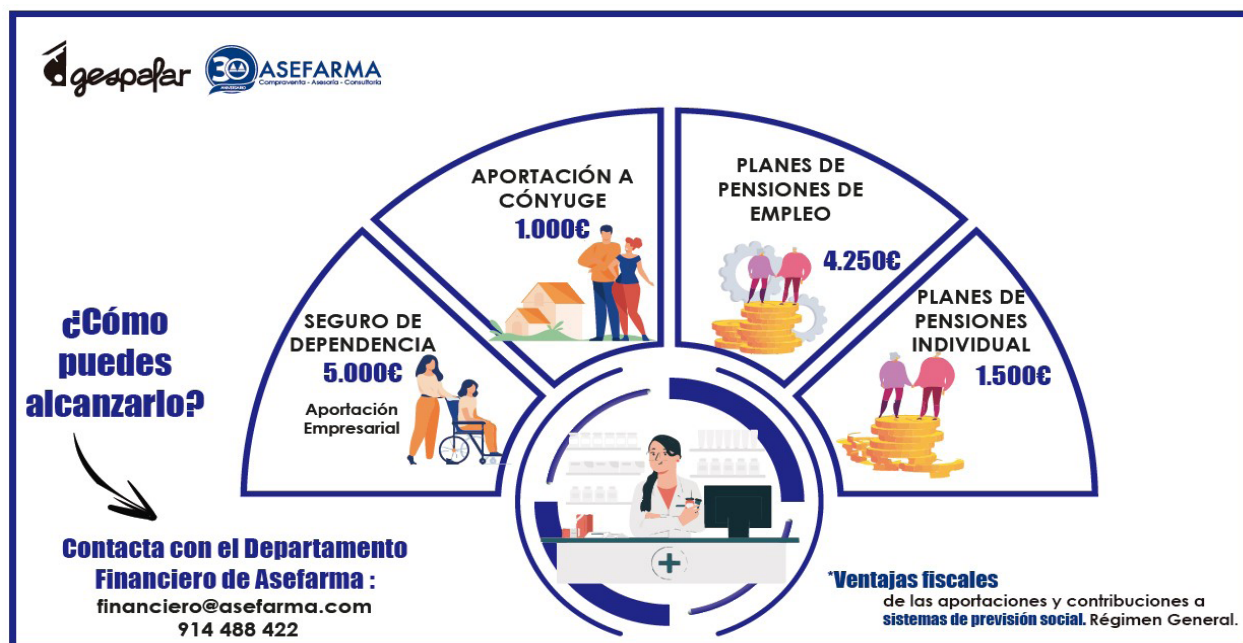


Santiago Sánchez, asesor en el departamento Financiero de Asefarma y CISI Membership number 171507, detalla algunas opciones a tener en cuenta para rebajar la factura fiscal.



financiero@asefarma.com

Aunque las aportaciones anuales a planes de pensiones y sus primos hermanos los planes de previsión asegurados, dadas las limitaciones impuestas por el gobierno, han dejado de ser una atractiva inversión o ahorro que complemente una futura pensión, contamos con una combinación de aportaciones que, si somos capaces de entenderlas y combinarlas, podría llegar a reducir su factura fiscal de forma notable.



Desde la perspectiva del titular de una oficina de farmacia, le informamos de aquellos productos que podrá contratar a través de Asefarma, de forma ágil y fácil y que podrá reducirse de la base imponible general:

PLANES DE PENSIONES:

El mercado nos ofrece más de 1.000 planes de pensiones y nosotros hemos seleccionado los que por **edad y rentabilidad** podrían interesarle más y podría contratar a través de Asefarma:

Tressis Cartera Sostenible Crecimiento PP

• Política de Inversión:

El objetivo es la búsqueda de crecimiento del capital a largo plazo, aceptando fluctuaciones elevadas para intentar conseguir los mayores rendimientos. La política de inversión que se pretende seguir estará dirigida a la constitución de una cartera compuesta tanto por activos de renta fija como de renta variable. Debido a la alta flexibilidad del fondo, busca aprovechar oportunidades de mercado para obtener rentabilidades altas.

Nombre del Plan	Código DGS	Último precio	Fecha del último valor liquidativo	1 año anualizado %	Gastos corrientes %	Categoría Morningstar	Rating Morningstar	Rating Morningstar de Sostenibilidad
Tressis Cartera Sost Crecimiento PP	N4702	16,7	18/11/2023	9,03	-	Mixtos euros agresivos PP	4	●●●●●●

Tressis Cartera Sostenible Equilibrada PP

• Política de Inversión:

Crecimiento del capital a medio plazo, aceptando asumir fluctuaciones moderadas de dicho capital. La política de inversiones que se pretende seguir estará dirigida a la constitución de una cartera compuesta tanto por activos de renta fija (40-100%) como de renta variable (0-60%).

Nombre del Plan	Código DGS	Último precio	Fecha del último valor liquidativo	1 año anualizado %	Gastos corrientes %	Categoría Morningstar	Rating Morningstar	Rating Morningstar de Sostenibilidad
Tressis Cartera Sost Equilibrada PP	N4684	14,91	18/11/2023	4,15	1,2	Mixtos euros moderados PP	3	●●●●●●

Plan de Previsión Asegurado de Tressis

• Política de Inversión:

Son seguros de vida, con las mismas condiciones fiscales y coberturas que los planes de pensiones individuales, pero con un tipo de interés mínimo garantizado hasta el vencimiento del contrato. Tiene la posibilidad de realizar traspasos desde los planes de pensiones y planes de previsión asegurados, sin ningún tipo de coste adicional.

Le podemos ofrecer algún otro plan de pensiones en función de sus preferencias, con riesgo más ajustado o con alguna temática que le pueda interesar.

PLAN DE PENSIONES DE EMPLEO SIMPLIFICADO:

El 1 de julio de 2022, entró en vigor la Ley 12/2022 de regulación para el impulso de los planes de pensiones de empleo que, entre otras cosas, habilita a los trabajadores autónomos, para incrementar la posibilidad de aportar/deducirse hasta 5.750€ cada año.

De esta Ley, nacen los **PLANES DE PENSIONES DE EMPLEO SIMPLIFICADOS (PPES)**, que pueden adherirse a fondos de pensiones de empleo de promoción privada y a **FPE** de promoción pública abiertos.

Entre las modalidades de (PPES) previstas en la Ley, para los PPES de autónomos, los promotores pueden ser, asociaciones de trabajadores autónomos, sindicatos, colegios profesionales, federaciones y los partícipes, todos los trabajadores autónomos.

A través de la **Correduría de Seguros de Asefarma** estamos en disposición de poderles ofrecer:

Plan de Pensiones de Empleo Simplificado MAPFRE ATA para autónomos

Una nueva solución en planes de pensiones, que permite a los autónomos aumentar el límite de aportación hasta los 5.750€.

El estilo de inversión de este plan es el ciclo de vida que ajusta de forma automática la inversión en fondos de pensiones, de acuerdo al ciclo de vida natural de cada partícipe.

Es un plan abierto de aportación definida al que pueden incorporarse autónomos estén o no asociados a la entidad promotora.

La cuantía máxima de aportación vendrá determinada de acuerdo a la normativa actual en cada momento teniendo en cuenta la aportación en otros instrumentos de previsión.

Si desea más información o que le estimemos qué patrimonio podría consolidar para su jubilación con arreglo de sus aportaciones no dude en ponerse en contacto con nosotros por los siguientes medios:

• **Teléfono:** 914 48 84 22

• **WhatsApp:** 686 58 76 74

• **Emails:** jmretamal@asefarma.com
santiago.sanchez@asefarma.com

VI

Encuentro

15 de noviembre de 2023

ASEFARMA

Asefarma reivindica la farmacia especializada

VI Encuentro Asefarma en fotografías

Inauguración



Pilar Jimeno (Directora de Inspección y Ordenación Sanitaria, en la Consejería de Sanidad de la Comunidad de Madrid)

Situación actual de la Oficina de Farmacia



De Izq a dcha.- Manuel Marín del Peral (presidente del Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid) y Carlos García-Mauriño (socio fundador de Asefarma)

Estrategia de servicios integrales en la Oficina de Farmacia

“Nos encontramos en un importante cambio de ciclo y existen ahora necesidades sanitarias que no pueden solucionarse en la farmacia mediante un mero acto de dispensación”, requieren una acción diferente. “La dispensación es una puerta abierta a otros servicios que, además, deberían ser retribuidos”.



Vicente J. Baixauli, (presidente de SEFAC)

Situación actual de la Oficina de Farmacia



De Izq a dcha.- José Manuel Becerra (vocal de titulares de Oficina de Farmacia del COF Madrid), Adela Bueno (Abogada y responsable del departamento Jurídico de Asefarma), Eduardo Gómez Garrachón (farmacéutico titular de Farmacia Garrachón), Manuel Asín (farmacéutico comunitario y responsable del servicio Medical Dispenser de Cinfa) y Juan Diego García Gutiérrez (farmacéutico titular de Farmacia Roma).

Especialización para ser diferentes



De Izq a dcha.- Susana Cabrita (responsable del departamento de Comunicación de Asefarma), M^o Prado Ayala Muñoz (farmacéutica titular de Farmacia Diversia), Sergio Polo (farmacéutico titular de Farmacia Marco y vocal de Alimentación del COF Murcia), Pilar Santos (farmacéutica titular de Farmacia Ortopedia Arturo Soria 164) y Sandra Robledo (gerente de Bidafarma del dpto. Avantía y Avantía Plus).

“Abrí Instagram básicamente porque había detectado que había muchísima desinformación en los pacientes, pacientes que llegaban incluso a preguntarme si el Omeprazol era un probiótico”.

Nuevas plataformas para la difusión del consejo profesional



Eugenia Frattini (Farmacéutica titular de Farmacia Velázquez 20)

El paciente como centro de la Nueva Farmacia



De Izq a dcha.- Mirían Muñoz (periodista en el Departamento de Comunicación de Asefarma), José Llorente (responsable de servicios y proyecto de Alphega Farmacia), Rosalía Gozalo (farmacéutica cotitular de Farmacia Las Gemelas), Guillermo Durans (Sell-out Associate Director - Consumer Health Business Unit en IQVIA) y Paula Echeverría (técnica de incidencia política y defensa de Derechos de la POP)

Situación actual de la Oficina de Farmacia



De Izq a dcha.- Pablo Arenas, (delegado comercial de BD ROWA), Ana Albertos (farmacéutica titular de Farmacia Alcalá 54), Eva Ruiz (farmacéutica y responsable del departamento de Consultoría y Formación de Asefarma), Isabel Morales (farmacéutica y gerente en la Farmacia Santa Encracia 56) e Inés Martínez (arquitecta de Concep · by Glintt)

C. VALENCIANA

- Farmacia con facturación superior 2.000.000€ en privilegiada población de la provincia de Valencia. Muy buen rendimiento. Local en propiedad. SOE 75%.
- Farmacia superior a 400.000€ de facturación. Con proyección en Valencia. En venta o alquiler. Buena oportunidad.
- Farmacia con ventas muy estables con facturación superior a 300.000€. Local en propiedad. Población importante de Alicante. Ideal como primera farmacia.
- Interesante farmacia urbana con facturación superior a 600.000€. Estabilidad en ventas. Capacidad de crecimiento. Local en alquiler o venta.
- Interesante farmacia rural en provincia Castellón. Facturación superior a 300.000€. Local en propiedad.
- Farmacia con alta facturación y rentabilidad en zona privilegiada de Alicante. Buen mix de ventas.

CASTILLA-LA MANCHA

- Farmacia a veinte minutos de Guadalajara capital con muy alta rentabilidad. 85% SOE. Precio de licencia 550.000€. Local y vivienda en alquiler (312€/mes). Horarios excepcionales para conciliación familiar. Población muy asentada y estable con amplia área de influencia.
- Farmacia con facturación superior a 500.000€ en interesante población de Albacete. Muy buena rentabilidad. Local en alquiler.
- Farmacia en importante población y próxima a Albacete con amplio local y vivienda incluida en el alquiler. Facturación superior a 1.000.000€. SOE 80%.
- Farmacia muy estable con facturación superior a 800.000€. Local en alquiler.
- Farmacia rural con facturación de 300.000€. Ventas estables. 90% SOE. Interesante para primera farmacia.
- Farmacia en la provincia de Toledo, con gastos muy reducidos y facturación de 300.000€. Ideal como primera farmacia.
- Farmacia en el entorno a Toledo capital, con una facturación aproximada a 500.000€ y posibilidad de crecimiento.
- Farmacia rural en la provincia de Ciudad Real, con una facturación en torno a 250.000€. Ideal para primera farmacia.

CASTILLA Y LEÓN

- Farmacia de referencia en la provincia de Ávila, bien comunicada y con una facturación de 700.000€.
- Farmacia en Valladolid provincia, bien comunicada, cómoda, estable, facturación de 200.000€.
- Farmacia en Burgos provincia, en núcleo de interés cercano a la capital, gastos muy reducidos e inversión contenida. Facturación de 230.000€.
- Farmacia en Ávila provincia muy bien comunicada con Salamanca, con facturación de 270.000€, cómoda gestión y alta rentabilidad.
- Farmacia en Zamora. Elevada facturación, muy alta rentabilidad. Interesante proyecto.
- Farmacia en Palencia, 700.000€ de facturación, local en alquiler.
- Farmacia en los alrededores de León ciudad, sin guardias Facturación de 380.000€.

MURCIA

- Farmacia superior a 1.000.000€. Buen mix de ventas. Local en alquiler.
- Farmacia con facturación de 600.000€. Estable, con posibilidad de aumentar ventas. Local en propiedad.

CANTABRIA

- Farmacia rural en Cantabria, 450.000€ de facturación, libre de personal, local en alquiler, facturación consolidada.

ANDALUCÍA

- Farmacia en costa del Sol, venta por jubilación, local en alquiler. Facturación superior a 1.000.000€.
- Farmacia en población turística, venta por jubilación. Local en propiedad. Facturación superior a 1.000.000€.
- Farmacia en la costa de Huelva. Local en alquiler. Facturación en torno a 1.600.000€.

Todas nuestras farmacias en venta, aquí

C. DE MADRID

- Farmacia de nuevo proyecto, en constante crecimiento y alta rentabilidad en zona sureste de Madrid, local de aprox. 200m².
- Farmacia en zona residencial con mucho paso, junto a colegio. Local en propiedad de aprox. 160m². Facturación superior a 2.000.000€, 60% de SOE.
- Farmacia de barrio en la zona sur de Madrid capital, sin clínicas ni residencias, facturación superior a 1.500.000€. Local en propiedad.
- Venta por jubilación en zona residencial del sur de la C. de Madrid. 12h, facturación inferior a 900.000€ con posibilidad de crecimiento. SOE 62%, local reformado de aprox. 120m².
- Farmacia en constante crecimiento con facturación superior a 1.000.000€. SOE 65% en zona poblada del sur de la C. de Madrid. Local en propiedad de aprox. 200m².
- Farmacia de 12h en Madrid capital con impresionante local en zona muy poblada. Facturación de 800.000€.
- Farmacia de 8h en Madrid capital en zona muy poblada. Facturación media.
- Farmacia de 12h con facturación media, amplio local, en buena zona de Madrid capital.
- Farmacia en Madrid capital, en zona de alto poder adquisitivo. 80% venta libre. Facturación de 1.500.000€.
- Venta en Madrid de licencia para traslado, libre de personal.
- Farmacia en zona muy poblada de Madrid capital. Facturación media-estable. Local en propiedad.
- Farmacia en zona residencial con paso de la A6. 12h. SOE 55%. Local aprox. 240m². Facturación de 800.000€.
- Farmacia de barrio en zona oeste de Madrid capital. 12h, local en propiedad y facturación de 570.000€. SOE 78%. Ideal como primera farmacia.

ARAGÓN

- Farmacia rural en provincia de Teruel, con mínima inversión y de fácil gestión. Gastos bajos. Buena rentabilidad. Ideal como primera farmacia.
- Farmacia rural. Facturación superior 300.000€. Perfecta para primera farmacia. Buena rentabilidad. Inversión mínima.

CATALUÑA

- Farmacia en Barcelona. Zona de alto nivel adquisitivo con local propio, ventas de 670.000€.
- Farmacia en Barcelona. Ubicación espectacular, falta desarrollar. Ventas de 750.000€.
- Farmacia en Barcelona. Ideal como primera farmacia, con recorrido y local propio. Ventas de 435.000€.
- Farmacia en Barcelona. Mostrador de 1.200.000€, por desarrollar.
- Farmacia en Barcelona B. Llobregat. Local propio, ventas de más de 600.000€ y creciendo.
- Farmacia en Barcelona Vallés. Venta por Jubilación, ventas de más de 1.500.000€, proyecto estable y con recorrido.
- Farmacia en Barcelona Maresme costa. Ventas superiores a 1.000.000€. Local propio.
- Farmacia en Girona Empordá. Municipio costero, proyecto estable, con recorrido, ventas en torno a 1.000.000€.
- Farmacia en Girona capital. Local propio, ventas sobre 800.000€.
- Farmacia en Girona La Selva: Costa, altísima rentabilidad, ventas superiores a 3.000.000€.
- Farmacia en Tarragona provincia. Proyecto de futuro por recorrido, ventas de 1.300.000€.
- Farmacia en Tarragona provincia. Buena ubicación, en zona de paso, falta de gestión. Ventas de 400.000€.
- Farmacia en Lleida. Cerca de la capital, facturación de 745.000€.
- Lleida. Cerca de la capital, 80% SOE. Facturación de 300.000€.

CANARIAS

- Farmacia en Gran Canaria con alta facturación. Muy bien ubicada.
- Farmacia en Tenerife. Amplias posibilidades de crecimiento.
- Farmacia en Gran Canaria en constante crecimiento.

ASTURIAS

- Farmacia en zona centro de Asturias, 711.000€ de facturación, con 2 auxiliares, local en alquiler, con opciones de crecimiento.
- Farmacia en Asturias, con 1.700.000€ de facturación, ajustada en personal, proyecto consolidado con alta rentabilidad.

Oficinas Centrales - C/ General Arrando 9 (Local Dcha.) - 28010 Madrid
Madrid - Asturias - Andalucía - Canarias - Cantabria - Cataluña -
Castilla y León - Castilla-La Mancha - C. Valenciana -
Telf.: 91 445 11 33 - 902 120 509 www.asefarma.com

