



El Boletín de ASEFARMA

Compraventa - Asesoría - Consultoría



Asefarma contigo de principio a fin

FISCAL: Campaña de Renta 2023. Patrimonio e impuesto de solidaridad (Pág. 4) ... **COMPRAVENTA:** Claves que hay que tener en cuenta antes de comprar una oficina de farmacia (Pág. 6) ... **CONSULTORÍA:** Especialización y servicios en la oficina de farmacia (Pág. 8) ... **GESTIÓN (Concep · by Glinff):** Espacio y Rentabilidad / Mostradores de farmacia: sus claves (Pág. 8) ... **JURÍDICO:** El Servicio Personalizado de Dosificación en la Oficina de farmacia (Pág. 14) ... **LABORAL:** Excedencias por cuidado de hijo / Excedencias voluntarias (Pág. 16) ... **FINANCIERO:** Fondos monetarios, un atractivo activo conservador en este entorno de tipos (Pág. 18).



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

“A pesar de los años y los cambios que se han podido dar, las farmacias no han perdido su esencia”.

Editorial

Cumplimos 30 años

El pasado 25 de abril, Asefarma celebró, en un emotivo acto, sus 30 años al servicio del farmacéutico y de la farmacia. No es fácil para una empresa hacerse un hueco en un mercado ya maduro y establecido, como es el del asesoramiento e intermediación a farmacias y menos aún llegar a cumplir 30 años. Cuando pienso en cuál ha sido el secreto del éxito de Asefarma, me doy cuenta de que realmente la verdadera razón es haber sabido conectar y compartir, desde el principio, los valores intrínsecos que han hecho de las farmacias una de las instituciones más queridas y valoradas de este país: cercanía, especialidad, formación, conocimiento, disponibilidad y vocación de servicio.

“Acompañamos al farmacéutico de principio a fin” es nuestro lema y lo cierto es que, en esta andadura en la que llevamos juntos 30 años, hemos podido ser testigos de primera mano de lo mucho que ha evolucionado la farmacia a lo largo de este tiempo. He querido elegir, en estos 30 años, tres hitos que han marcado profundamente el devenir de las farmacias. El primero es el RD/2000, que planteó una bajada de márgenes a las farmacias y un rappel al estado por facturación de recetas. En mi opinión, aquello marcó el principio del fin de la farmacia tradicional de alta rentabilidad que existía hasta la fecha. Y en esa senda de bajada de márgenes e incremento de costes, se ha continuado hasta los días actuales. Lo peor de todo esto, no es tanto la pérdida de rentabilidad de las farmacias, sino el tratar a las farmacias como meros proveedores del Estado, cuando somos un servicio sanitario esencial. “De esos polvos, estos lodos”. El segundo hito fue la terrible crisis económica de 2008 -2016, la que se inició con la caída de Lehman Brothers. Aquello fue un tsumani económico y social de una magnitud desconocida en la historia, con graves repercusiones económicas y sociales para personas, empresas y la sociedad en general. Los brutales recortes presupuestarios que se dieron afectaron profundamente a la calidad del servicio sanitario de este país. ¿Quién no recuerda el drama de tantas farmacias que vieron cómo la sanidad de su comunidad autónoma retenía meses y meses el pago de la facturación por recetas? Suerte hubo en la Comunidad de Madrid, donde fueron capaces de obtener créditos bancarios para seguir pagando a las farmacias. Lo peor es que la sanidad pública española aún no ve la luz al final del túnel: desde los mostradores de nuestras farmacias somos testigos privilegiados de ese deterioro: masificación, ineficiencias del sistema, enorme despilfarro en el medicamento, etc.

El tercer hito fue la pandemia. Fueron momentos terribles en los que la farmacia dio un paso al frente y permaneció abierta al lado de los ciudadanos, siendo para ellos un faro de esperanza y de consuelo. Realmente se puso en valor esa cercanía y profesionalidad de las farmacias. Nos podemos sentir todos muy orgullosos de nuestro desempeño en aquellos aciagos días. Asefarma también permaneció al lado del farmacéutico en teletrabajo, pero sin dejar de prestar el servicio.

Lo mejor que puedo decir de las farmacias a lo largo de todos estos años, es que a pesar de los cambios que se han podido dar -horarios ampliados, farmacias más grandes y reformadas- su esencia no ha cambiado: es el lugar donde el farmacéutico desarrolla su profesión y desde donde da salida a su vocación sanitaria, priorizando este aspecto sobre el comercial o empresarial. Y así debe seguir siendo.

Un abrazo a todos y feliz verano.

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 Carmen Sánchez 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.

Campaña de Renta 2023. Patrimonio e impuesto de solidaridad



Alejandro Briales, economista y asesor fiscal, Director General de Asefarma, explica en este artículo qué aspectos ha de tener en cuenta el farmacéutico en la Campaña de Renta 2023.



fiscal@asefarma.com

Como no podría ser de otra forma en estas fechas volvemos a dedicar la parte fiscal de este Boletín a tratar de dar una serie de consejos que puedan resultar útiles para minimizar la tributación o aumentar la devolución y esperar a que se produzca. Este año, como **gran novedad, tenemos que la Comunidad de Madrid va a asumir de manera transitoria la recaudación derivada del Impuesto Temporal de Solidaridad de las Grandes Fortunas a través del Impuesto sobre Patrimonio**. Para ello, ha modificado la bonificación del tributo sobre el Patrimonio a los ya afectados por el Impuesto de las Grandes Fortunas.

De esta forma, una vez que el Impuesto de Solidaridad de las Grandes Fortunas ha sido declarado constitucional, procede, de manera transitoria, y sólo aplicable mientras esté vigente, modificar la bonificación actual aplicable al Impuesto sobre el Patrimonio, estableciendo en su lugar una bonificación variable para que los contribuyentes madrileños afectados por el Impuesto Temporal de Solidaridad de las Grandes Fortunas lo satisfagan en el Impuesto sobre el Patrimonio. De igual manera, los contribuyentes no afectados por el Impuesto Temporal de Solidaridad de las Grandes Fortunas seguirán sin pagar el Impuesto sobre el Patrimonio.

Queremos recordar que constituye el hecho imponible del Impuesto de Grandes Fortunas la titularidad de un patrimonio neto superior a 3 millones de euros a 31 de diciembre del ejercicio anterior. Asimismo, las personas físicas que tengan su residencia habitual en territorio español disponen de un mínimo exento adicional de 700.000 euros que, junto con los 300.000 euros de exención de la vivienda habitual, llevarán a que solo tributen por este nuevo impuesto los contribuyentes que posean un patrimonio neto superior a los 4 millones de euros. Tampoco se contabilizarán en el mismo las actividades empresariales y los inmuebles afectos a

las mismas.

El Impuesto tiene una escala con tres tipos impositivos en función del valor del patrimonio neto:

- 0% para patrimonios inferiores a 3 millones de euros
- 1,7% para los patrimonios entre 3 y 5 millones de euros
- 2,1% para los patrimonios entre 5 millones y 10 millones
- 3,5% para patrimonios superiores a 10 millones de euros.

Este impuesto se presentará entre el 1 y el 31 de julio.

“Una de las obligaciones que tienen los autónomos y a la que presta especial atención Hacienda, es a la correcta llevanza de los libros de contabilidad”

Dicho esto, vamos a centrarnos en la declaración de IRPF 2023:

¿Qué debería tener en cuenta el titular de la farmacia para optimizar correctamente su declaración de la renta?

- Amortizar adecuadamente **el fondo de comercio y el resto del inmovilizado**. Dependiendo de cada supuesto, el farmacéutico debe optimizar dichas amortizaciones, ya que suponen un crédito fiscal que tiene que analizar para amortizar la cantidad exacta. No siempre amortizar al máximo es la forma más eficiente para cumplimentar la declaración.
- Analizar la existencia de bases negativas de ejercicios anteriores para poder compensarlas y no perderlas.

- Debe tener en cuenta la posibilidad de hacer la declaración conjunta con su cónyuge.
- Además, debe tener en cuenta que no todas las compras que realiza son gasto deducible, sólo las compras que transmite, por lo que tiene que tener en cuenta la variación de existencias y declararla en la casilla habilitada para ello.
- Si ha recibido ingresos por arrendamientos de espacios publicitarios o estudios debe declararlos como otra actividad.
- Si le han concedido una subvención y se la han abonado debe declararla en la casilla correspondiente para ello.
- 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 7,5 % de la diferencia de ingresos menos otros gastos, pero con un límite de 2.000€.
- Recuerde que **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 período 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 período impositivo en que se obtienen los rendimientos objeto de inversión y el período impositivo siguiente.
- **Si ha iniciado su actividad económica**, recuerde que puede reducir en un 20 % el rendimiento neto positivo declarado en el primer período impositivo en que el rendimiento sea positivo y en el período 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.
- No hay que olvidar deducir en el rendimiento de la farmacia el pago de las **primas de seguro de enfermedad** satisfechas por el contribuyente en la parte correspondiente

a su propia cobertura y a la de su cónyuge e hijos menores de veinticinco años que convivan con él, cuyo límite máximo de deducción es de 500 euros por cada una de dichas personas señaladas anteriormente, y de 1.500 euros por cada una de ellas si tuvieran discapacidad.

- **Tenga en cuenta que puede fraccionar el pago de su declaración sin coste alguno** (60% en junio y el 40% restante en noviembre)
- No olvide **revisar las deducciones autonómicas propias de su Comunidad** (gastos educativos, idiomas....) y las nacionales. En este ejercicio 2023 hay nuevas e interesantes deducciones como por ejemplo la adquisición de vehículos eléctricos, ya que si ha comprado un coche eléctrico después del 30 de junio de 2023 se podrá deducir un 15% de la compra del vehículo, siempre que la base no exceda de 20.000€. También es deducible en un 15% la instalación de un punto de carga para estos vehículos en su domicilio.
- Otros temas a tener en cuenta:

Alquileres turísticos

A este tipo de alquileres no les resulta de aplicación la reducción del 60% prevista en el artículo 23.2 de la Ley de IRPF, ya que no tienen por finalidad satisfacer una necesidad permanente de vivienda sino cubrir una necesidad de carácter temporal.

Transmisión vivienda habitual

Si es mayor de 65 años y ha transmitido su vivienda habitual, generando una ganancia patrimonial, debe saber que no tiene que tributar por ella, y sin necesidad de reinvertir.

Declaración conjunta

Aunque, en principio, sólo cuando uno de los cónyuges obtenga rentas muy pequeñas, interesa optar por la declaración conjunta, valore también esta posibilidad si alguno de los miembros de la unidad familiar arrastra saldos negativos de ejercicios anteriores, porque podrá aprovechar para compensarlos mejor agregando rentas.

Plazo declaración

Desde el 3 de abril hasta el día 1 de julio de 2024.

Si se efectúa **domiciliación bancaria** del pago, el plazo de confirmación **finaliza el 26 de junio de 2024.**

Claves que hay que tener en cuenta antes de comprar una oficina de farmacia



Jorge Martín, Economista, Coordinador de las delegaciones exteriores y Director Comercial de la Delegación Norte explica, a modo de resumen, cuáles son las claves que no se deben olvidar en un proceso de compra de farmacia.



transmisiones@asefarma.com

Antes de adquirir una oficina de farmacia conviene estar atentos a varias cuestiones como las que vamos a detallar a lo largo de este artículo.

En primer lugar, se debe tener en cuenta que **las competencias en materia de Sanidad están transferidas a las Comunidades Autónomas** y, por tanto, cada una de estas contará con su propia regulación en materia de Atención Farmacéutica.

No obstante lo anterior, todas las normativas de Ordenación y Atención Farmacéutica de las diferentes Comunidades Autónomas, establecen, en consonancia con lo dispuesto en la normativa estatal, que **sólo los farmacéuticos podrán ser propietarios y titulares de las oficinas de farmacia abiertas al público y que cada farmacéutico sólo podrá ser propietario y titular, o copropietario y cotitular de una única oficina de farmacia.**

Además, no debemos olvidar que la normativa estatal, así como las autonómicas establecen una serie de incompatibilidades con la titularidad de una oficina de farmacia y el ejercicio profesional farmacéutico, en los establecimientos y servicios farmacéuticos

Requisitos que debe tener el local de una farmacia

Respecto a los locales en los que se instalan las oficinas de farmacia es importante saber que estos deben tener **una superficie útil y mínima que varía en función de cada comunidad autónoma.** En la Comunidad de Madrid son 75m².

Además, los locales donde se instalan las oficinas de farmacia deben estar, con carácter general, a **una distancia mínima de 250 metros respecto a otras oficinas de farmacia y de al menos 150 metros de centros de atención primaria o especializada.**

Sin embargo, puede encontrarse con algún local donde haya una oficina de farmacia instalada que no cumpla con los anteriores requisitos, y esto obedece a que dicha farmacia fue instalada en ese local antes de la publicación de la normativa de Ordenación y Atención Farmacéutica de la comunidad autónoma correspondiente.

Por último, todas las oficinas de farmacia deben contar con las áreas mínimas que establezca la normativa: zona de atención al público y dispensación, almacén, laboratorio, despacho del titular, etc.

“Sólo los farmacéuticos podrán ser titulares y propietarios de las oficinas de farmacia abiertas a público”

¿Cuánto cuesta una farmacia?

Muchas veces dos farmacias distintas situadas en un mismo barrio y con unas características muy similares pueden llegar a tener precios muy diferentes entre sí. Para determinar el precio de una oficina de farmacia es necesario analizar una serie de variables tanto cuantitativas (facturación, porcentaje SOE VS venta libre, gastos fijos, variables...), como cualitativas

(estado del local, centro de salud cercano, horario de la farmacia, tipo de clientela...). Por todo ello, cada caso requiere de un análisis pormenorizado de todas ellas.

En cada operación de compraventa siempre es necesario disponer al menos de un 15%-20% de fondos propios respecto al total de la compra. Además, dado que suele ser habitual la necesidad de contar con financiación externa para adquirir la farmacia, no se puede pasar por alto la realización de un estudio previo de viabilidad económica. Ese estudio, deberá ser realizado por una persona que tenga un perfil altamente cualificado en materia de financiación, así como especializado en el sector.

¿Es rentable una farmacia?

Sí, a día de hoy, las oficinas de farmacia siguen siendo muy rentables. De hecho, a la hora de comprar farmacia y buscar financiación para ello, las entidades financieras siguen apostando plenamente por este sector. **Se trata de un sector muy estable y seguro.**

Perfil de emprendedor y con dotes de gestor

Por supuesto, como último punto y no por ello menos importante, el farmacéutico que adquiera una farmacia, además de realizar sus **funciones propias como profesional de la salud, debe tener habilidades de gestión empresarial** para supervisar todas las operaciones de la farmacia y tomar decisiones estratégicas para el crecimiento del negocio.

El nuevo perfil del farmacéutico analiza a sus clientes-pacientes para ofrecerles la mejor atención farmacéutica con los servicios más actualizados y competitivos del mercado. Para ello es necesario que el farmacéutico cuente además con un **buen equipo de profesionales** que le ayuden a proporcionar un servicio farmacéutico de calidad.

Es importante que el farmacéutico cuente con una **buena planificación estratégica** de su negocio, porque si no el negocio puede llegar a estancarse. Debe tener un perfil muy gestor. Es decir, no sólo debe hacer las tareas más tradicionales.

En definitiva, antes de comprar una oficina de farmacia es importante contar con el asesoramiento previo de un profesional de la materia, ya que cada caso es diferente y existen multitud de opciones, para que la adquisición de una oficina de farmacia se adapte a cada situación personal.



Acompañando al farmacéutico
Desde hace más de
30 años



CONTACTA CON NOSOTROS:

- Escaneando el QR

- Llamando al 91 448 84 22

Visítanos en:

www.asefarma.com



Especialización y servicios en la oficina de farmacia



Belinda Jiménez, Farmacéutica y consultora departamento de Consultoría de Asefarma, explica qué hay que tener en cuenta a la hora de implantar servicios adicionales en una oficina de farmacia.



consultoria@asefarma.com

Con el paso de los años, diferentes causas como el aumento de la competencia, movimientos económicos y legislativos del sector y las nuevas necesidades del consumidor han provocado que las oficinas de farmacia evolucionen y se orienten a un nuevo modelo de negocio que les permita tener un mayor valor diferencial y de posicionamiento a través de **ofrecer al cliente un consejo de calidad y una experiencia de compra personalizada**. Todo esto es, en definitiva, la especialización de la farmacia.

La especialización conlleva la ampliación de la actividad propia de la farmacia, con otras que requieren titulación propia, como son la ortopedia, la óptica, la nutrición y los análisis clínicos.

De igual forma, existen también otras actividades que por el contrario no requieren ninguna titulación adicional como la dermocosmética o la fitoterapia, pero que sin duda necesitan de una continua ampliación de conocimientos en sus áreas.

Estas actividades son los servicios de una farmacia comunitaria que el farmacéutico puede prestar desde la oficina de farmacia, enfocados a su entorno social y hacia los pacientes que precisan de los medicamentos para tratar sus enfermedades con seguridad, eficacia y calidad.

Entre estos servicios podemos nombrar la atención farmacéutica, el SPD (servicio personalizado de dosificación), el control de parámetros biológicos como glucosa y colesterol, la determinación del riesgo cardiovascular, el consejo nutricional, la deshabituación tabáquica y otros.

Como ayuda para conseguir el bienestar del paciente, la oficina de farmacia puede ofrecer también otros

servicios de parafarmacia, vinculados a la venta de productos que no son medicamentos y sirven para mejorar o contribuir en el cuidado de las personas sanas: servicio de dermoanalizador, determinación del fototipo de la piel y diagnóstico de manchas solares, análisis capilar, peso y talla, ortopedia, óptica, etc.

A la hora de llevar a cabo un nuevo plan de servicios para incorporar en la farmacia, se requiere por un lado, **conocer bien la legislación de la comunidad autónoma** donde nos encontremos y por otro, realizar un **análisis de mercado** que nos permita conocer la competencia y detectar las necesidades de nuestra población potencial.

Partiendo de esta base, para la implantación de los servicios farmacéuticos estableceremos una planificación que nos ayude a conseguir diferentes objetivos y venga definida en un plan estratégico.

“Diferentes causas han hecho que la farmacia evolucione y se oriente hacia un nuevo modelo de negocio que les permita tener un mayor valor diferencial”

Para realizar un **buen plan estratégico** que ayude a implantar los servicios farmacéuticos debemos tener en cuenta las siguientes premisas:

- Conocer con exactitud la **viabilidad de los servicios farmacéuticos**. Si la actividad es competencia

del titular de la farmacia o de un farmacéutico y si existe un marco legal que lo regule.

-Conocer todo lo que necesita el servicio para su prestación. En relación, a este punto es importante **tener información sobre el procedimiento del servicio para poder llevarlo a cabo**. Es necesario conocer las necesidades que tiene el servicio para su puesta en marcha: si se requiere un espacio independiente para su realización, unos metros mínimos hábiles, si el personal precisa de una formación específica para su desempeño y de forma importante, establecer un horario que permita dar continuidad al servicio sin que retarde el ritmo normal de trabajo del personal de la farmacia.

- Contar con un **buen equipo de profesionales**. Si buscamos la mejor calidad posible en los servicios ofrecidos es imprescindible contar con buenos profesionales, expertos en su campo y que aporten la especialización necesaria para orientar y aconsejar a los clientes.

- **Elaborar un plan de negocio**. Definir los objetivos a corto, medio y largo plazo, que serán trasladados al equipo. En este punto se debe tener en cuenta que

el establecimiento de un servicio genera unos gastos de inversión que deben tener un retorno a nivel de imagen, fidelización del cliente y de facturación para que el balance gasto-beneficio sea rentable.

Tras todo esto, una vez que ya se haya elegido el servicio que se va a realizar en la farmacia, se deberán seguir los siguientes pasos:

- Elaborar un **procedimiento normalizado de trabajo (PNT)** del proceso de realización del servicio. Servirá para que cualquier persona del equipo pueda prestar el servicio, dando homogeneidad al mismo y permitiendo ajustar el presupuesto.

- Llevar a cabo un **plan de comunicación**. Este plan debe definir claramente el objetivo del servicio para que el público lo perciba como una necesidad. La comunicación puede llevarse a través del consejo en el mostrador, mediante las nuevas tecnologías o estableciendo contacto con otros agentes sanitarios que nos ayuden con la recomendación del servicio.

- **Seguimiento del servicio**. Análisis periódico de la base de datos que nos permita ver la evolución del servicio: fidelización del cliente, los beneficios que aporta, etc.

Conoce o visita...

LA PLAZA DE ASEFARMA

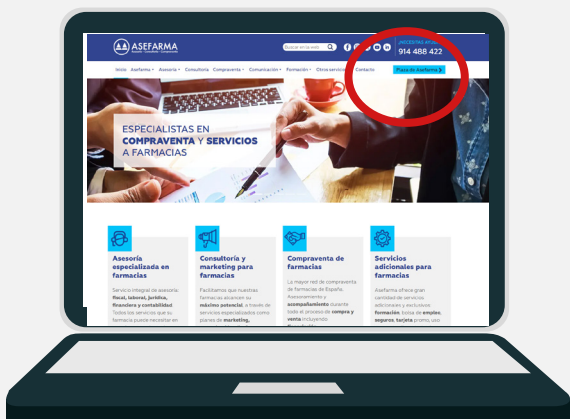
www.asefarma.com

Sólo por ser cliente de Asefarma podrá disfrutar de innumerables ventajas y servicios adicionales a través de La Plaza de Asefarma, el área privada exclusivo para clientes. Entra a través de nuestra web.

- Catálogo de farmacias a la venta
- Ventajas del Club de Fidelidad
- Material de las formaciones impartidas en Asefarma
- Gestor documental
- Circulares informativas que recibe por email
- Vídeos exclusivos

Más información en:
info@asefarma.com

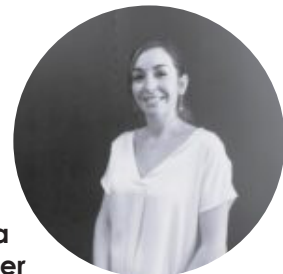
BIENVENIDO A LA PLAZA DE ASEFARMA



Espacio y rentabilidad

Aprovechar el espacio en farmacias pequeñas es fundamental para optimizar la experiencia del cliente y maximizar la eficiencia operativa.

Noe Molina
Digital Manager



Las claves, aprovechamiento de espacio

Diseño inteligente del layout: Utiliza estanterías y muebles modulares que se ajusten al espacio disponible de manera eficiente. Organiza el layout de la farmacia de manera que facilite la circulación de los clientes y el personal, minimizando los obstáculos y maximizando el uso del espacio vertical y horizontal.

Inventario optimizado: Mantén un inventario cuidadosamente seleccionado para maximizar la variedad de productos sin ocupar demasiado espacio. Prioriza los productos de alta rotación y utiliza sistemas de gestión de inventario para mantener un equilibrio óptimo entre oferta y demanda.

Visual merchandising efectivo: Utiliza técnicas de visual merchandising para destacar los productos y promociones de manera atractiva sin abrumar el espacio. Usa expositores pequeños y estanterías transparentes para crear una sensación de amplitud y mantener una apariencia ordenada.

«Utiliza iluminación estratégica para hacer que el espacio se sienta más amplio y acogedor. La iluminación brillante y uniforme puede ayudar a abrir visualmente el espacio y resaltar los productos de manera efectiva».

Espacios multifuncionales: Busca formas de utilizar los espacios de manera multifuncional. Por ejemplo, el área de atención al cliente podría servir también como área de consulta farmacéutica, o un mostrador de información podría integrarse con un área de productos destacados.

Tecnología integrada: Implementa sistemas y tecnologías que optimicen los procesos y maximicen el espacio disponible. Por ejemplo, utiliza sistemas de gestión de inventario automatizados para reducir el espacio de almacenamiento necesario y las estaciones de trabajo móviles para maximizar la flexibilidad del personal.



Beneficios de una farmacia pequeña

Las farmacias pequeñas pueden ofrecer una serie de beneficios tanto para los propietarios como para los clientes.

En una farmacia pequeña, es más probable que el personal conozca a los clientes por su nombre y esté familiarizado con sus necesidades individuales de salud. Esto permite ofrecer un servicio más personalizado y adaptado a las necesidades específicas de cada cliente. Las farmacias pequeñas suelen tener un ambiente más íntimo y acogedor que las grandes cadenas. Esto puede hacer que los clientes se sientan más cómodos y tranquilos al recibir atención farmacéutica, especialmente cuando buscan consejos o información sobre sus medicamentos.

Debido a su tamaño más pequeño y a menudo a una clientela menos numerosa, las farmacias pequeñas pueden tener tiempos de espera más cortos en comparación con las grandes cadenas. Esto significa que los clientes pueden recibir atención más rápida y eficiente cuando visitan la farmacia. Las farmacias pequeñas suelen tener una estructura más flexible y pueden adaptarse fácilmente para satisfacer las necesidades específicas de la comunidad a la que sirven. Esto puede incluir horarios extendidos, servicios de entrega a domicilio o la disponibilidad de productos especializados según la demanda local.

info@concep.es



Mostradores de farmacia: sus claves

El mostrador de la farmacia es una parte fundamental de la experiencia del cliente y desempeña un papel crucial en la operación diaria del establecimiento.

Doriane Delaurens
Farmacéutica y responsable
de formación en Concep ·



El mostrador es el lugar donde los clientes interactúan directamente con el personal de la farmacia. Proporciona un punto de contacto crucial para brindar información sobre productos, responder preguntas, proporcionar asesoramiento farmacéutico y completar transacciones.

Es donde se concentran una variedad de servicios, que van desde la dispensación de medicamentos hasta la atención farmacéutica personalizada. Los clientes acuden al mostrador para obtener ayuda con sus necesidades de salud, lo que lo convierte en un centro neurálgico de la farmacia.

Es un espacio ideal para promocionar productos destacados, ofertas especiales y productos complementarios. Colocar productos estratégicamente cerca del mostrador puede aumentar las ventas al captar la atención de los clientes mientras esperan ser atendidos.

«El mostrador también cumple una función importante en términos de seguridad y control de acceso. Es el punto donde se pueden supervisar las transacciones y verificar la identidad de los clientes en caso de necesidad».

El diseño y la presentación del mostrador pueden influir en la percepción de los clientes sobre la farmacia. Un mostrador limpio, organizado y profesional puede transmitir una imagen de confiabilidad y calidad de servicio.

También es un sitio de máxima eficiencia operativa, un mostrador bien diseñado y equipado puede contribuir a una operación más eficiente en la farmacia. Un diseño ergonómico facilita el flujo de trabajo del personal y minimiza los tiempos de espera para los clientes.



Equipo digital y cajas de cobro

Las cajas de cobro automáticas, también conocidas como cajas de autopago o cajas de auto compra, son sistemas automatizados que permiten a los clientes escanear y pagar por sus productos de forma autónoma, sin la necesidad de la asistencia de un cajero humano.

La nueva tendencia es tener las cajas de cobro automáticas integradas en los mostradores, estas pueden reducir significativamente los tiempos de espera en la línea de caja, ya que permiten a los clientes escanear y pagar por sus productos de forma rápida y eficiente.

En resumen, el mostrador de la farmacia es mucho más que un simple punto de transacción. Es un elemento central que influye en la experiencia del cliente, la eficiencia operativa y la imagen de marca del establecimiento. Por lo tanto, su diseño, organización y funcionamiento son aspectos clave a considerar para garantizar el éxito y la satisfacción del cliente en la farmacia.

info@concep.es



El Servicio personalizado de dosificación en la oficina de farmacia

Adela Bueno, Abogada y responsable del departamento Jurídico de Asefarma, explica todo lo que debe conocer el farmacéutico a la hora de implantar en la farmacia el servicio personalizado de dosificación.



juridico@asefarma.com



En la edición anterior de este boletín, abordamos los Servicios Profesionales Farmacéuticos que desde la oficina de farmacia se pueden ofrecer al paciente desde la perspectiva de la FARMACIA y el rol asistencial del farmacéutico.

Uno de estos servicios es el **Servicio Personalizado de Dosificación** y en la presente edición profundizaremos en el mismo y su implementación en la oficina de farmacia.

Marco en el que se configura el SPD

La Organización Mundial de la Salud (OMS) define que hay uso racional de medicamentos cuando los pacientes reciban la medicación adecuada a sus necesidades clínicas, en las dosis correspondientes a sus requisitos individuales, durante un período de tiempo adecuado y al menor coste posible para ellos y para la comunidad. Por su parte el Art. 86 del Real Decreto Legislativo 1/2015, de 24 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de garantías y uso racional de los medicamentos y productos sanitarios dispone que “Una vez dispensado el medicamento podrán facilitar sistemas personalizados de dosificación a los pacientes que lo soliciten, en orden a mejorar el cumplimiento terapéutico, en los tratamientos y con las condiciones y requisitos que establezcan las administraciones sanitarias competentes”.

Se define este servicio como **conjunto de actuaciones profesionales farmacéuticas post dispensación desarrolladas por la oficina de farmacia**, previa autorización por parte del paciente o de su representante legal que confluyen en el proceso de reacondicionamiento de todos o de parte de los

medicamentos que toma un paciente polimedcado en dispositivos de dosificación personalizada (DDP).

En este contexto y al estar **transferidas las competencias en materia de sanidad a las Comunidades Autónomas**, se ha iniciado el proceso de regulación del servicio personalizado de dosificación sin que hasta la fecha se haya completado por parte de todas las comunidades. Es por ello por lo que se han fijado **unos criterios consensuados entre las diferentes comunidades autónomas y la AEMPS, para la preparación de sistemas personalizados de dosificación (SPD)** por parte de las oficinas de farmacia, siendo su última actualización de fecha 23 de abril de 2021.

“El SPD se define como el conjunto de actuaciones profesionales farmacéuticas post dispensación que son desarrolladas por la oficina de farmacia”

1.-Cuál sería el Proceso Farmacéutico

1. Información al paciente o persona responsable sobre el SPD.
2. Autorización del paciente, persona responsable o representante legal: CONSENTIMIENTO EXPRESO
3. Acreditar competencias y requisitos técnicos de las farmacias comunitarias (zona de atención personalizada, zona de preparación y acondicionamiento, zona de almacenamiento...):

Formación



DECLARACIÓN RESPONSABLE

4. Entrevista inicial: VALORACION IDONEIDAD
5. Transcripción de los datos al programa informático de gestión de SPD o recopilación manual.
6. Revisión del tratamiento y detección de los posibles PRM/RNM (duplicidades, incumplimientos terapéuticos, errores de dosificación, duración inadecuada de los tratamientos, medicación no necesaria en ese momento...).
7. Continuación del tratamiento.
8. Preparación de los dispositivos.
9. Control de la elaboración.
10. Entrega al paciente

Se configura como un **servicio dirigido a pacientes crónicos, polimedicados y dependientes**, que puede prestarse por parte de la oficina de farmacia, UNA VEZ DISPENSADO EL MEDICAMENTO, y en las propias instalaciones de la farmacia por lo que:

- * NO es posible realizar SPD a terceros
- * NO es posible realizar SPD por terceros ajenos a la oficina de farmacia
- * Es un servicio voluntario y puede ser retribuido

2.- Regulación en la Comunidad de Madrid: Art. 14 LOAF

Los farmacéuticos que voluntariamente realicen SPD, con carácter previo al inicio de este servicio, **deberán presentar en el Área de Autorización de Centros, Servicios y Establecimientos Farmacéuticos una DECLARACIÓN RESPONSABLE** en la que manifestarán disponer de instalaciones adecuadas y de protocolos específicos de actuación que garanticen la correcta información al paciente, la seguridad del tratamiento y la trazabilidad de la ejecución del servicio, y que tendrán en todo momento a disposición de la Administración para su posterior control.

Se prevé el desarrollo reglamentario de las condiciones y los requisitos técnicos sanitarios específicos necesarios para el desarrollo de los sistemas personalizados de dosificación (SPD). Una vez establecidas las citadas condiciones y requisitos, las oficinas de farmacia deberán adecuar sus procedimientos a las mismas, ya que de no hacerlo podrán ser sancionadas por "Incumplir los requisitos establecidos reglamentariamente en la elaboración de sistemas personalizados de dosificación", al constituir tal hecho una infracción grave.

ESCUELA DE GERENCIA

Del 14 al 25 de octubre de 2024

36 horas lectivas de formación eminentemente práctica en **gestión de oficinas de farmacia**. Donde el alumno irá recibiendo las claves en **materia laboral, fiscal, jurídica**, que debe tener en cuenta en el **día a día de su oficina de farmacia**.

Clases presenciales (con posibilidad de seguirlas vía Teams), de lunes a viernes, de 15:30 a 19:30 horas.

En c/ General Arrando, 9 (28010 Madrid)

Abierto el plazo de matrícula. Más información en 91 448 84 22 o en formacion@asefarma.com

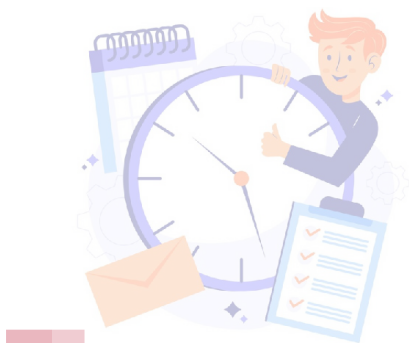
www.asefarma.com

Excedencias por cuidado de hijos / Excedencias voluntarias

Eva M^a Illera, Abogada y responsable del departamento Laboral de Asefarma, analiza las diferencias que existen entre las excedencias por cuidado de hijos frente a las excedencias voluntarias, que pueden darse en la oficina de farmacia.



laboral@asefarma.com



El art. 46.3 del E.T. regula la figura de la excedencia por cuidado de hijos y familiares como un derecho individual de los trabajadores, tanto de hombres como de mujeres.

En el convenio colectivo de oficina de farmacia se regula en el art. 29, haciendo una remisión a lo estipulado en el **Estatuto de los Trabajadores**.

Duración máxima de este tipo de excedencia:

a) **En el caso de excedencia por cuidado de hijos, la duración máxima será de 3 años.** El citado precepto dispone: "Los trabajadores tendrán derecho a un periodo de excedencia de duración no superior a tres años para atender al cuidado de cada hijo, tanto cuando lo sea por naturaleza, como por adopción, o en los supuestos de guarda con fines de adopción o acogimiento permanente, a contar desde la fecha de nacimiento o, en su caso, de la resolución judicial o administrativa".

b) **En el caso de excedencia por cuidado de familiares, la duración máxima será de 2 años.** El ET establece: "También tendrán derecho a un periodo de excedencia, de duración no superior a dos años, salvo que se establezca una duración mayor por negociación colectiva -no siendo el caso en farmacia, ya que remite a la regulación del ET- los trabajadores para atender al cuidado del cónyuge o pareja de hecho, o de un familiar hasta el segundo grado de consanguinidad y por afinidad, incluido el familiar consanguíneo de la pareja de hecho, que por razones de edad, accidente, enfermedad o

discapacidad no pueda valerse por sí mismo, y no desempeñe actividad retribuida".

Limitaciones al ejercicio de este derecho: Si dos o más personas de la misma empresa generan este derecho por el mismo sujeto causante, el empresario puede limitar su ejercicio simultáneo por razones fundadas y objetivas de funcionamiento debidamente motivadas por escrito, debiendo en tal caso la empresa, ofrecer un plan alternativo que asegure el disfrute de ambas personas trabajadoras y que posibilite el ejercicio de los derechos de conciliación. Cuando un nuevo sujeto causante diera derecho a un nuevo periodo de excedencia, el inicio de la misma dará fin al que, en su caso, se viniera disfrutando.

No se pueden establecer limitaciones a los trabajadores con contrato temporal para acceder a este tipo de excedencia, ya que no se requiere en la normativa aplicable antigüedad en la empresa ni que la relación laboral tenga el carácter de indefinida.

Asimismo, es preciso señalar que está el hecho causante que es la necesidad del cuidado de un hijo o de un familiar y que el empleo desviado que el trabajador pudiera hacer de esta figura utilizándola, por ejemplo, para trabajar en otra empresa, puede ser causa de despido.

La excedencia por cuidado de hijos y por cuidado de familiares computa a efectos de antigüedad: El periodo en que la persona trabajadora permanezca en situación de excedencia (por cuidado de hijos o familiares) será computable a efectos de antigüedad y el trabajador tendrá derecho a la asistencia a cursos de formación profesional, a cuya participación deberá ser convocado por la empresa,

especialmente con ocasión de su reincorporación.

Duración de reserva de puesto de trabajo: Durante el primer año tendrá derecho a la reserva de su puesto de trabajo. Transcurrido dicho plazo, la reserva quedará referida a un puesto de trabajo del mismo grupo profesional o categoría equivalente.

No obstante, cuando la persona trabajadora forme parte de una familia que tenga reconocida **la condición de familia numerosa**, la reserva de su puesto de trabajo se extenderá hasta un máximo de quince meses cuando se trate de una familia numerosa de categoría general y hasta un máximo de dieciocho meses si se trata de categoría especial. Condiciones de reingreso: Tal y como se ha indicado, durante el primer año (15 meses familia numerosa o 18 en familia numerosa especial), el reingreso es automático y no queda supeditado a la existencia de vacante en la empresa, por lo que la empresa ha de reincorporar al trabajador que lo solicite y se encuentre en este periodo, en la misma categoría, retribución y condiciones anteriores, sin que pueda modificar sustancialmente las condiciones (por

ejemplo: no puede reincorporarle en un turno diferente al que tenía antes de la solicitud de excedencia, salvo acuerdo en contrario (y siempre y cuando nos encontremos dentro del primer año, 15 meses en caso de familia numerosa o 18 meses).

Transcurrido ese periodo de reserva de puesto de trabajo, la designación del puesto de trabajo es facultad de la empresa, aunque la reincorporación ha de reconocerse. Es muy importante señalar que, cuando la empresa no contesta a la petición de reingreso o la rechaza argumentando falta de vacantes o circunstancias análogas que no suponen el desconocimiento del vínculo existente entre las partes, se puede ejercitar la acción de reingreso, mientras que, cuando se produce una negativa rotunda o inequívoca manifestación de voluntad de dar por extinguida definitivamente la relación laboral, la misma implica un rechazo de la existencia de algún vínculo entre las partes. En este caso, la persona trabajadora puede ejercitar la acción de despido (STS 313/2023).

NOTIFARMA

Asefarma celebró su 30 aniversario rodeada de más de un centenar de clientes

El pasado 25 de abril, **la sede central de Asefarma en Madrid acogió la celebración del 30 aniversario de Asefarma.** Un evento en el que estaban invitados los clientes de la asesoría y que congregó a más de un centenar de personas. Además, contó con la conferencia de Patricia Ramírez, psicóloga, escritora y divulgadora, conocida en redes como @Patri_psicologa

Carlos García-Mauriño, socio fundador de Asefarma, en su discurso inaugural expresó todo su **agradecimiento por estos 30 años de andadura y por el apoyo de los clientes**, los farmacéuticos que han hecho posible que Asefarma sea hoy la empresa que es. "Asefarma lo forman, en primer lugar, sus clientes, sin ellos no existiríamos, pero también el equipo de profesionales que trabajan y se esfuerzan día a día por dar el mejor servicio posible a sus queridos farmacéuticos y a las farmacias que ellos lideran". Porque, como explico García-Mauriño, no es fácil llegar hasta aquí. De hecho, en torno al sector del asesoramiento y la intermediación es, en ocasiones complicado, "hacerse un hueco en un mercado ya maduro y establecido y menos aún llegar a cumplir 30 años".

Tal y como explicó el socio fundador de Asefarma, "según las estadísticas, un 83% de las empresas que

se crearon en 1994, han desaparecido, es decir 8 de cada 10. Y las que llegan a este hito con la energía y vitalidad que transmite Asefarma, son aún menos". Y, expresó que **"realmente, todos los que, de alguna manera, formamos parte de Asefarma, podemos estar orgullosos de lo conseguido"**.



Fondos monetarios, un atractivo activo conservador en este entorno de tipos



José Manuel Retamal, responsable del área de Gestión Patrimonial y miembro de la European Financial Planning Association España, analiza las características de los fondos monetarios.



financiero@asefarma.com

Los fondos monetarios son vehículos de inversión que se centran en la seguridad y la liquidez al invertir en **instrumentos financieros de corto plazo, como bonos del gobierno, certificados de depósito y papel comercial**. Siendo sus principales virtudes, la estabilidad y liquidez en sus inversiones.

Las principales características de los fondos monetarios incluyen:

1. **Liquidez:** Permiten a los inversores retirar su dinero rápidamente.
2. **Seguridad:** Se enfocan en inversiones de bajo riesgo, como bonos del gobierno y certificados de depósito, para preservar el capital.
3. **Rentabilidad:** Aunque su objetivo principal no es generar altos rendimientos, suelen ofrecer tasas de interés competitivas en comparación con cuentas de ahorro tradicionales.
4. **Diversificación:** Invierten en una variedad de instrumentos financieros de corto plazo para reducir el riesgo.
5. **Acceso a inversiones sofisticadas:** Permiten a inversores individuales acceder a inversiones que de otro modo serían inaccesibles, como papel comercial y bonos del mercado monetario.

Dentro de una cartera global, su inclusión es absolutamente necesaria, proporcionan liquidez casi inmediata, **pudiendo el inversor acceder rápidamente a su dinero sin coste alguno**, ayudan a diversificar el riesgo de una cartera global al agregar una clase de activos de baja volatilidad a la cartera, lo que puede ayudar a compensar las fluctuaciones en otras inversiones más volátiles, como acciones o bonos de largo plazo y sobre todo son útiles para gestionar el flujo de efectivo en una cartera, proporcionando un lugar seguro para mantener los importes que pueden necesitarse en el corto plazo.

En resumen, **los fondos monetarios complementan otros activos en una cartera global al proporcionar estabilidad, liquidez y preservación de capital**. En un entorno de tipos de interés bajos o negativos, los fondos monetarios pueden resultar menos atractivos en términos de generación de rendimientos pero en un entorno de tipos, llamemos normales o altos y con una inflación controlada, tienen atractivo, ya que al invertir en instrumentos financieros de corto plazo, cuyas tasas de interés suelen estar correlacionadas con las tasas de interés del mercado, pueden ayudar a evitar la descapitalización que provoca el incremento de precios. Son activos interesantes para aquellos inversores que valoran la liquidez, la preservación del capital y la diversificación.

Asefarma

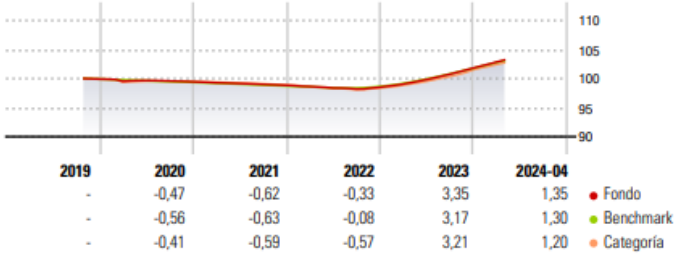
Contigo, de
principio
a fin



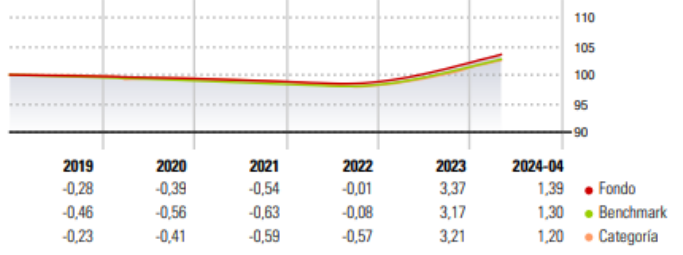
www.asefarma.com

Nombre	Divisa	Divisa cubierta	Inv. mínima Inicial	Categoría Morningstar	rent. an el año %	rent. 1 año %	Volatilidad 3 años	Ongoing Charge	Nivel de Riesgo	Morningstar Rating*
DWS Institutional Euro Euro Money Mkt IC	EUR	No	500.000,00	Mercado Monetario EUR	1,49	3,94	0,620	0,11	1	2
Fluently Funds - Euro Cash Plus Index EUR	EUR	No	1.000,00	Mercado Monetario EUR	1,46	3,63	0,380	0,32	1	2
Fluently Euro Cash Plus Index EUR	EUR	No	1.000,00	Mercado Monetario EUR	1,46	3,63	0,380	0,32	1	2
BWF InvestCash EUR 30 Day Money (I) Cap	EUR	No	1.000,00	Mercado Monetario EUR	1,45	3,75	0,360	0,41	1	2
DWS Money Gatemark LC	EUR	No	1.000,00	Mercado Monetario EUR	1,44	3,80	0,620	0,21	1	2
Amundi Euro Liquidity Hybrid (R) P	EUR	No	1.000,00	Mercado Monetario EUR	1,43	3,49	0,370	0,31	1	2
BWF Portfolio Euro Money Market (I) Cap	EUR	No	0,00	Mercado Monetario EUR	1,38	3,70	0,340	0,12	1	2
Amundi Plus Cash (R) (I) EUR C	EUR	No	50.000,00	Mercado Monetario EUR	1,37	3,38	0,370	0,30	1	2
Caribbean Money Market Euro (I) Acc	EUR	No	1.000,00	Mercado Monetario EUR	1,37	3,53	0,390	0,64	1	2
JPM EUR Money Mkt (R) A (acc.)	EUR	No	50.000,00	Mercado Monetario EUR	1,31	3,49	0,70	1	2	2
UBI Euro Money Market EUR Plus	EUR	No	1.000,00	Mercado Monetario EUR	1,29	3,38	0,330	0,32	1	2
Benchmark Capital (R)	EUR	No	500.000,00	Mercado Monetario EUR	1,24	3,22	0,350	0,21	1	2

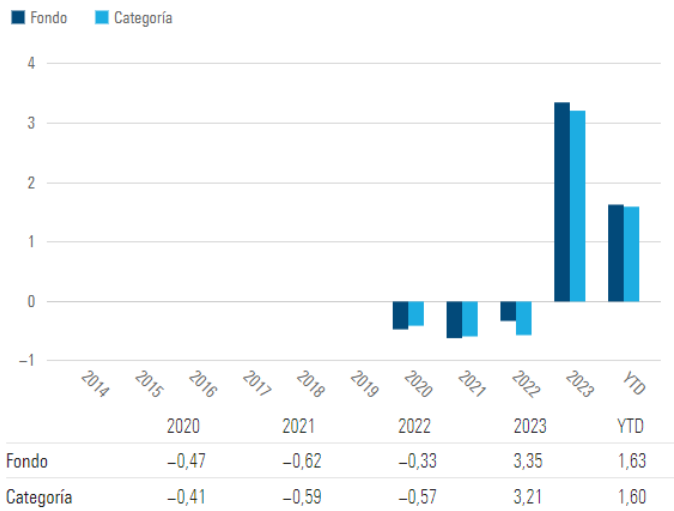
Rentabilidad



Rentabilidad

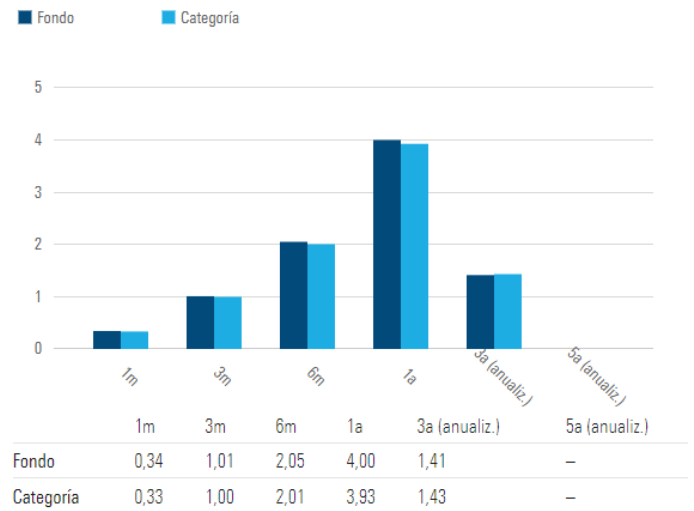


Rentabilidades Anuales (%)



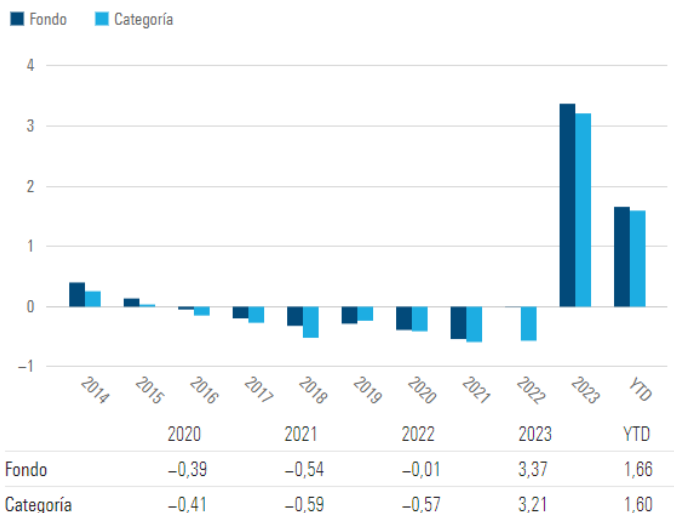
Categoría Morningstar: Mercado Monetario EUR

Rentabilidades (%) a 24 may 2024



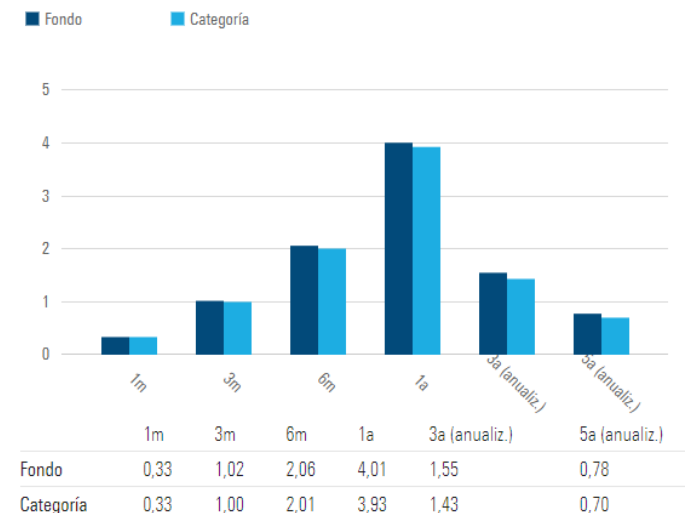
Categoría Morningstar: Mercado Monetario EUR

Rentabilidades Anuales (%)



Categoría Morningstar: Mercado Monetario EUR

Rentabilidades (%) a 24 may 2024



Categoría Morningstar: Mercado Monetario EUR



Consulta aquí todas nuestras farmacias en venta

Estamos en:
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

ASTURIAS

- Farmacia rural facturación 550.000€, local en alquiler, gastos muy ajustados.
- Farmacia semiurbana. 1.700.000€ facturación, proyecto consolidado, local propio.

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.

ANDALUCÍA

- Farmacia en la bahía de Cádiz con una facturación de 1.000.000€. Cómoda y estable.
- Farmacia cerca de la costa de Cádiz. Zona atractiva con una facturación de 900.000€. Local en propiedad. Estable y con potencial.
- Farmacia en la Costa del Sol, facturación sobre 2.000.000€. Local arrendado.
- Farmacia en venta por jubilación, área Málaga Capital. Local en propiedad con una facturación de 700.000€.

MURCIA

- Farmacia con facturación superior a 1.000.000€. Buen mix de ventas. Local en alquiler.
- Farmacia con local en propiedad y facturación superior a 1.000.000€. Situada en buena ubicación.
- Farmacia con facturación de 600.000€. Estable con posibilidad de aumentar ventas. Local en propiedad.

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

CASTILLA-LA MANCHA

- 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 en propiedad. Facturación superior al 1.000.000€. SOE 80%.
- Farmacia rural con facturación 300.000€. Ventas estables. 90% SOE. Interesante para primera farmacia.
- Farmacia muy estable con facturación superior a 800.000€. Local en alquiler.
- Farmacia en población grande de Toledo con facturación entorno al 1.000.000€ y posibilidad de mejora
- Farmacia rural en la provincia de Toledo, con gastos muy reducidos y facturación de 400.000€. Ideal como primera farmacia.
- Farmacia en torno a Toledo capital, con una facturación aproximada a 500.000€ y posibilidad de aumento.
- Farmacia rural en la provincia de Ciudad Real, con una facturación en torno a 250.000€. Ideal para primera farmacia.

CASTILLA Y LEÓN

- Farmacia urbana en Zamora facturación 1.070.000€, horario normal, local en propiedad muy alta rentabilidad
- Farmacia urbana en Zamora facturación 430.000€, horario normal, fácil gestión, con muchas posibilidades de mejora.
- Farmacia en Salamanca 630.000 € de facturación local en propiedad.
- Farmacia semiurbana en León. 600.000€ de facturación, local en alquiler, alta rentabilidad.
- Farmacia en Burgos provincia, cercana a la capital, de cómoda gestión con facturación de 450.000€.
- Farmacia en Ávila provincia, escasos gastos, estable, facturación 250.000€.

C. DE MADRID

- Farmacia en Madrid capital, zona sur, 85% de SOE. Local en propiedad con posibilidad de alquiler. Facturación 1.200.000€.
- Farmacia de barrio en la zona sur de Madrid capital, facturación 950.000€. Local en propiedad.
- Farmacia en área comercial de la zona norte de la Comunidad de Madrid, facturación en torno al millón de euros con un alto porcentaje de venta libre y amplio local.
- Farmacia en Madrid capital, 8 horas, amplio local en régimen de alquiler. Facturación 410.000€. Cierra 15 días por vacaciones.
- Farmacia en Madrid capital, enclave privilegiado de mucho tráfico y gran visibilidad. Facturación superior a 600.000€. Con un enorme potencial de desarrollo futuro.
- Farmacia en Madrid capital con facturación superior a 1.500.000€. Ubicada en una zona de alta afluencia ¡Perfecta para empezar a operar inmediatamente!
- Farmacia en zona de evolución urbanística del norte de Madrid y facturación superior a 700.000€, con amplio local en propiedad.
- Farmacia en Madrid capital. Zona de nueva construcción. 55% SOE. 8 horas. Con amplio local en propiedad.
- Venta por jubilación, farmacia en Madrid zona este. 8 horas. SOE 80%. Local en Propiedad.
- Oportunidad. Se vende farmacia en zona comercial A6 con posibilidad de mejora. SOE 40 %. Facturación de 970.000€. Precio 1.200.000€.
- Se vende Farmacia Madrid 8h. SOE 85% zona noroeste Facturación de 380.000€. Local en propiedad de aprox. 80 m2.

CATALUÑA

- Barcelona capital. Farmacia frente al bus subiendo. Facturación 680.000€.
- Barcelona capital. Ideal 1ª farmacia. Facturación 360.000€.
- Barcelona capital centro. Local amplio y facturación en desarrollo.
- Barcelona Maresme. Ideal primera compra. Ventas 500.000€.
- Barcelona Maresme. Ambicioso proyecto. Facturación superior a 2.000.000€. Local en propiedad.
- Barcelona Vallés. Ubicación estratégica. Facturación 1.300.000€.
- Barcelona Osona. Alta rentabilidad y con importante recorrido.
- Barcelona Garraf. Costa. Facturación 680.000€. Local en propiedad.
- Tarragona sur. Facturación 1.200.000€. Con recorrido.
- Tarragona capital. Facturación 600.000€. Local propio.
- Lérida. Cerca de la capital. Facturación 450.000€. 72% SOE.

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.
- Farmacia en Fuerteventura con una facturación aprox. de 1.500.000€.

CANTABRIA

- Farmacia rural facturación 440.000€, libre de personal, alta rentabilidad.