

Viabilidad de la farmacia comunitaria



Trabajo de Fin de Grado

Por Adrià Rupérez Reverté. Tutelado por Amparo Soria Aledo
Grado en Farmacia. Alicante, 22 de Mayo de 2020

Índice de contenidos

1. Antecedentes.....	3
2. Resumen.....	4
3. Objetivos.....	5
4. La Historia.....	6
4.1. Evolución.....	6
4.2. Informatización de las farmacias.....	8
4.3. Regulación del laboratorio de las farmacias comunitarias.....	9
4.4. Crisis económica.....	9
4.5. Instauración de receta electrónica.....	11
4.6. Análisis del gasto farmacéutico.....	11
5. Adquisición de una farmacia.....	13
5.1. Como transmisión patrimonial.....	14
5.2. Mediante la compra de la licencia.....	15
5.3. En concurso público.....	16
6. La Legislación.....	18
6.2. Legislación laboral.....	18
6.3. Legislación sanitaria.....	20
7. El marketing y las estrategias comerciales.....	25
7.1. La farmacia online.....	25
7.2. Redes sociales.....	26
7.3. Reformar la farmacia.....	26
7.4. Robotización.....	28
7.5. Gestión de compras.....	29
7.8. Horario comercial.....	30
8. Gestión económica.....	31
8.1. El margen.....	31
8.2. La facturación.....	32
8.3. Los impuestos.....	33
8.4. La financiación.....	35
8.5. Los Gastos.....	36
9. Deontología y valores personales.....	38
9.1. Deontología.....	38
9.2. Análisis de valores personales.....	39
10. Conclusiones.....	40
11. Referencias bibliográficas.....	41

1. Antecedentes

Tener una farmacia comunitaria propia es el sueño de muchos licenciados en farmacia, una meta laboral que representa un hito nada fácil de conseguir, pero que puede formar parte de un proyecto apasionante.

El grado de farmacia nos ofrece un amplio abanico de posibilidades laborales, desde ofertas científicas, pasando por técnicas, hasta otras más burocráticas, pero sin duda ser titular de una farmacia comunitaria es una de las metas más preciadas, y esto se debe a muchas razones:

En primer lugar, uno es amo y señor de sus decisiones, con las que ejecutará acciones que le conducirán al éxito o al fracaso. El trabajo diario en una farmacia comunitaria es increíblemente dinámico, creativo y gratificante, y siendo titular, uno tiene la posibilidad de dirigirlo y organizarlo. Son muchas las labores cautivadoras que se pueden llevar a cabo: laboratorio, investigación, monitorización de pacientes, recogida de datos estadísticos, protocolos de ventas, estrategias de marketing... y una larga lista de actividades que desde luego dan para mucho. Por último, pero no por ello menos importante, está el tema económico. Como titular de una farmacia comunitaria, se asumirán muchos riesgos, y si el barco se hunde con toda probabilidad nos hundiremos con él. Pero si la farmacia está bien situada, y bien gestionada, puede dar beneficios cuantiosos como cualquier otra empresa.

Antiguamente las farmacias tenían un margen de beneficios muy superior al actual y se situaban en un mercado mucho menos competitivo, por lo que asegurar una viabilidad era relativamente sencillo. Pero hoy en día, la farmacia comunitaria ya no parece ser un negocio tan lucrativo como antaño, y deben esforzarse y actualizarse constantemente para seguir siendo competitivos y prosperar.

Este trabajo de fin de grado pretende ser un manual que aproxime cuales deben ser las claves para gestionar con eficiencia una farmacia, que aspectos debemos tener en cuenta y como debemos afrontar las dificultades para establecer una sistemática que nos garantice la viabilidad como empresa.

2. Resumen

La farmacia comunitaria no pasa por su mejor momento. La crisis económica del 2008 la perjudicó gravemente. Pese a todo, en los últimos años, se ha registrado una ligera mejora en el sector, reflejada en un pequeño índice de crecimiento. La historia reciente ha demostrado que a pesar de las dificultades, este sector siempre ha salido adelante.

Ostentar la titularidad de una farmacia comunitaria es uno de los objetivos laborales más deseados entre los titulados de esta especialidad, y para ello conviene saber que hay tres maneras de lograrlo: mediante transmisión patrimonial, mediante compra de la licencia, o mediante oposiciones a concurso público.

La titularidad de una farmacia conlleva una gran responsabilidad. Debemos ser conocedores de una extensa legislación, entre la que destacan la legislación laboral del convenio colectivo, la normativa del medicamento y la ordenación farmacéutica.

Para garantizar la viabilidad como empresa, deberemos poner en valor las fortalezas que poseamos, y mejorar en nuestras debilidades. Llevar una correcta política de marketing, y establecer una sistemática eficiente de compras serán preceptos imprescindibles.

Por último, deberemos formar un equipo humano capaz de llevar a cabo nuestros objetivos, trabajar en valores conjuntos, coordinadamente, para así alcanzar el objetivo principal, la viabilidad como empresa, y la calidad asistencial a los pacientes basada en una impecable atención farmacéutica.

3. Objetivos

El objetivo de principal de este trabajo es clarificar cuales son y cómo deben ejecutarse los principales procedimientos de gestión de una farmacia comunitaria para garantizar su viabilidad y competitividad. Del mismo modo, pretende ser un análisis actual del sector, que muestre como es realmente a día de hoy la farmacia, pasando por su evolución histórica reciente.

Mencionar los sucesivos y más relevantes cambios que ha sufrido la farmacia en las últimas décadas, a nivel profesional, comercial, legislativo, y como estos han afectado al sector

Enumerar las estrategias a partir de las cuales se puede llegar a ser titular de una farmacia comunitaria.

Detallar los aspectos legislativos más importantes a tener en cuenta, tanto de nivel sanitario, laboral, o jurídico.

Profundizar en las estrategias comerciales y de marketing más destacables.

Analizar las variables económicas que rigen una farmacia comunitaria, en base a datos actuales, para dilucidar la gestión más eficiente.

Por último, hacer referencia a la deontología y la profesionalidad de nuestro colectivo, y como esto influye en la captación de clientes.

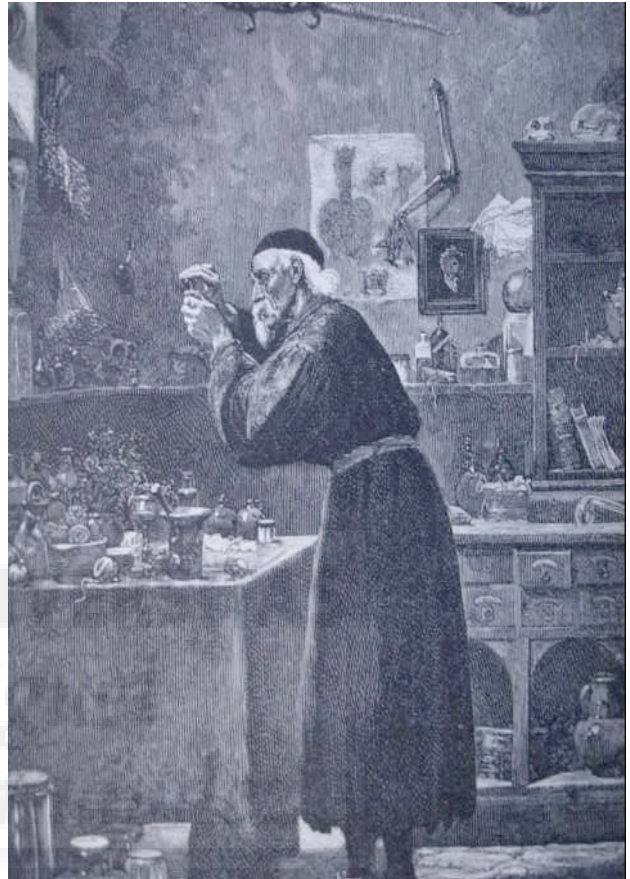
4.La historia

4.1 Evolución

El papel del farmacéutico ha cambiado notablemente en la historia reciente de la profesión, adoptando diferentes roles, y enfocando cada vez más su labor a una interacción directa con los pacientes basada en el consejo farmacéutico.

Antiguamente y hasta finales del siglo XIX, ser boticario era un oficio tradicional proveniente de la alquimia y la medicina. Era un arte transmitido de maestro a aprendiz, generalmente en gremios.

El boticario se encargaba de Procurar, preparar y evaluar productos medicinales. También asegurar medicamentos puros y preparados según arte.⁹



A mediados del siglo XX, sobre los años 40, se produce un desarrollo masivo de la industria farmacéutica, a gran escala, con lo que los grandes laboratorios empiezan a ser los principales productores de medicamentos, y la farmacia queda relegada a un segundo plano en este aspecto.

Aparece el estatus legal de medicamentos bajo prescripción médica, y la farmacia se convierte en un centro de distribución de medicamentos a la población, con lo que el papel del farmacéutico queda notablemente limitado.

A mediados de los 60 la farmacia se ha modernizado y profesionalizado en su nuevo rol, consiguiendo una distribución eficiente en todo el país.

Con la instauración del sistema de la financiación pública de medicamentos, la receta médica pasa a ser la principal fuente de ingresos de la farmacia. La metodología de dispensación se automatiza cada vez más, disminuyendo el tiempo de preparación de remedios y el farmacéutico evoluciona dando un giro a su actividad laboral, nace la atención farmacéutica.



El farmacéutico es el verdadero especialista del medicamento y desarrolla su labor en muchos ámbitos de actuación. En este sentido la farmacia se ha convertido en un centro asistencial de primera necesidad al que las personas acuden para hacer consultas de salud. El farmacéutico se complementa así con otros profesionales, como médicos y enfermeros, para brindar a las personas una atención sanitaria integral.

A mediados de los años 90, con un sistema farmacéutico funcionando de manera impecable en nuestro país, la farmacia comunitaria deberá enfrentarse a dos nuevas dificultades: por un lado, la aparición de grandes superficies que abastecen de productos de parafarmacia a precios arrolladores, imposibles de igualar por las farmacias, y por otra parte, el gobierno entrará en una dinámica de reducción del gasto farmacéutico y que no ha cedido hasta día de hoy.

La farmacia dejará de ser paulatinamente un negocio altamente lucrativo para convertirse en uno de escaso margen, incluso de supervivencia en algunos casos, a día de hoy.

4.2. Informatización de las farmacias



En los años 90 se produce también la informatización de las farmacias, coste que asumen los propios titulares, y que servirá para automatizar y agilizar el trabajo. Con la llegada de la informatización, el sistema farmacéutico se unifica, mediante internet se establece una sistemática de gestión y control por parte del sistema nacional de salud evitando posibles fraudes, y regularizando el sector.

Se desarrollan programas de trabajo que son potentes bases de datos y que facilitan la labor del farmacéutico, optimizando el tiempo.

4.3. Regulación del laboratorio de las farmacias comunitarias

En el año 2001, se aprueba el *Real Decreto 175/2001, de 23 de febrero, por el que se aprueban las normas de correcta elaboración y control de calidad de fórmulas magistrales y preparados oficinales.*



Este decreto establece unos niveles de elaboración de formulación magistral, del 1 al 4, obligando a las farmacias a disponer de unas instalaciones y utillaje determinadas para cada nivel. Esto limitó enormemente la capacidad de formulación de las farmacias, pues para poder seguir elaborando formulas debían asumir costes cuantiosos. Una parte importantísima de la profesión, que desde hacia siglos había acompañado al farmacéutico, fue mutilada en nombre de la seguridad en un mundo cada día mas reglamentado.

4.4. Crisis económica

La crisis económica trajo consigo la época mas desfavorable de toda la historia reciente de la farmacia comunitaria.

La incidencia de los factores políticos sobre este sector es especialmente aguda. El sector farmacéutico se caracteriza por disponer de un entorno regulatorio cambiante, que aporta un elevado grado de incertidumbre a las empresas que desarrollan su actividad en este ámbito. Especialmente se ha visto afectado por las medidas de carácter legislativo desarrolladas por el gobierno

Dada la insolvencia de las administraciones públicas, acontecieron una serie de impagos por parte de la seguridad social a las farmacias, llegando a acumular hasta 9 meses de deuda en la comunidad valenciana, y que no fue

totalmente abonada hasta 2018. Teniendo en cuenta que la media provincial en Alicante de facturación en seguridad social ronda los 55.000 euros, la deuda total acumulada fue de al rededor de medio millón de euros por farmacia.

Evidentemente, la gran mayoría de farmacias comunitarias tuvieron que hacer frente a esta situación recurriendo a créditos bancarios, para seguir garantizar el impecable funcionamiento del sector, con su ineludible responsabilidad sanitaria, pero a un altísimo precio, pues afectó gravemente a su funcionamiento y muchas farmacias tuvieron que prescindir de parte de su plantilla.

Además de los impagos, fue también en 2010, a consecuencia de la crisis económica, cuando se produjeron los mayores recortes en la historia de la farmacia en cuanto al precio del medicamento, unas bajadas de precios que ya venían aconteciendo años atrás y que se agudizaron durante la crisis, lo que provocó una desabastecimiento en algunos fármacos, que eran enviados a otros países.

En 2008 sale a la luz el *real decreto 823/2008, de 16 de mayo, por el que se establecen los márgenes, deducciones y descuentos correspondientes a la distribución y dispensación de medicamentos de uso humano.*

Esto supuso un recorte importante del gasto farmacéutico. Pues limitó a 38,37 euros el máximo que una farmacia podía ganar de un medicamento, independientemente de su PVP. Todas las especialidades de gran valor dejaron de ser una fuente importante de ingresos, pues el ministerio había *decidido* que no iba a pagar mas de esa cantidad por ellas.

La mismas entidad responsable de asumir la financiación el medicamento es la que fija el precio del mismo.

Por si fuera poco en 2011 aparece el *Real Decreto 1193/2011, de 19 de agosto, por el que se establece el procedimiento de aplicación de la escala conjunta de deducciones a la facturación mensual de cada oficina de farmacia.*

Con el fin de contener el crecimiento del gasto farmacéutico con cargo a fondos públicos, se establece un sistema de deducciones, según volumen de

facturación, a aplicar sobre los márgenes de las oficinas de farmacia. Puede llamarse así, pero también puede considerarse un impuesto revolucionario en toda regla, para la recaudación de fondos públicos a partir del margen neto de las farmacias.

Ventas totales a PVP IVA hasta	Deducción	Resto hasta	Porcentaje aplicable
37.500,00	0	45.000,00	7,80
45.000,00	585,00	58.345,61	9,10
58.345,61	1.799,45	120.206,01	11,40
120.206,01	8.851,53	208.075,90	13,60
208.075,90	20.801,83	295.242,83	15,70
295.242,83	34.487,04	382.409,76	17,20
382.409,76	49.479,75	600.000,00	18,20
600.000,00	89.081,17	En adelante.	20,00

En agosto de 2011 se aprobó el RD 9/2011, que introdujo nuevas medidas como fomentar la prescripción de genéricos mediante el sistema de precios de referencia o la creación del comité de coste efectividad de los Medicamentos y Productos sanitarios. El precio de referencia es la cuantía máxima con la que se financian las presentaciones de medicamentos incluidas en cada uno de los conjuntos que se determinen, siempre que se prescriban y dispensen con cargo a fondos públicos.⁴

4.5 Instauración de receta electrónica

La regulación de la receta electrónica tuvo su inicio en 2003, pero no fue hasta 2015 cuando arrancó de manera efectiva, extendiéndose su uso, poco a poco, en todas las comunidades autónomas. En la comunidad valenciana, la receta electrónica comenzó en 2008 en Castellón, y terminó siendo alicante la última provincia en implantarla, en 2013.

4.6 Análisis del gasto farmacéutico

El gasto sanitario en España en 2018 fue de 71145 millones de euros, de los cuales 11506 corresponden al gasto farmacéutico.¹¹

El gasto farmacéutico a través de recetas de 2018 se situó en cifras próximas a las que se registraron en 2006, doce años antes: 10.476 millones de euros. Esta circunstancia da idea de la situación del efecto de las medidas tomadas a partir de 2010, cuyo efecto todavía se mantiene.

En relación con los últimos 20 años de facturas farmacéuticas y comparándolo con 2018, cabe destacar que el comportamiento del gasto se encuentra en una fase de crecimiento muy ligero, en especial si se compara con los años de principios de siglo.

Año	Recetas (millones)	Gasto farmacéutico (M. de euros)	Gasto por receta (euros)	Recetas/habitante	Gasto/habitante	Recetas/farmacia	Gasto/farmacia
1999	569,53	6.106,30	10,72	14,17	151,89	29.087,13	311.864,15
2000	596,83	6.585,40	11,03	14,74	162,60	30.387,18	335.288,43
2001	621,42	7.274,34	11,71	15,11	176,92	31.705,31	371.139,80
2002	661,16	7.972,32	12,06	15,96	192,46	33.223,99	400.619,10
2003	706,32	8.941,45	12,66	16,74	211,90	34.966,51	442.645,95
2004	728,68	9.515,35	13,06	17,00	222,01	35.613,35	465.048,25
2005	764,65	10.052,19	13,15	17,51	230,22	37.156,77	488.468,12
2006	795,44	10.635,95	13,37	17,93	239,76	38.351,17	512.798,40
2007	843,32	11.192,42	13,27	18,64	247,42	40.271,37	534.474,19
2008	890,15	11.971,25	13,45	19,36	260,34	42.273,16	568.516,31
2009	933,99	12.506,86	13,39	19,98	267,55	44.131,03	590.949,96
2010	957,10	12.201,58	12,75	20,35	259,49	44.799,68	571.128,04
2011	973,18	11.144,08	11,45	20,62	236,15	45.418,38	520.095,09
2012	913,70	9.773,35	10,70	19,33	206,78	42.580,67	455.464,40
2013	859,58	9.183,25	10,68	18,24	194,85	39.869,04	425.939,23
2014	870,47	9.360,46	10,75	18,61	200,13	39.831,14	428.317,75
2015	882,10	9.535,13	10,81	18,92	204,51	40.212,35	434.679,57
2016	901,57	9.912,77	10,99	19,36	212,92	41.040,24	451.236,81
2017	908,52	10.170,79	11,19	19,51	218,39	41.356,49	462.981,91
2018	923,96	10.476,06	11,34	19,78	224,22	41.902,73	475.104,87

Figura 1. Gasto en medicación a través de recetas durante 20 años

La facturación de las farmacias al Sistema Nacional de Salud (SNS) ha descendido un 24,4% en la última década. y se sitúa en una media de 728.014€ anuales. Actualmente en España hay un total de 22071 farmacias, una por cada 2117 habitantes.¹⁰

5. Adquisición de una farmacia

Como ya sabemos, en España solo un graduado en farmacia puede ser titular de una farmacia comunitaria. Esto es un pilar esencial de nuestro sistema sanitario, ya que garantiza una exquisita labor asistencial basada en la dignidad profesional de este colectivo. Si fuera un mercado liberalizado, cualquier persona con capacidad adquisitiva podría regentar una farmacia únicamente con ánimo de lucro, y las grandes corporaciones se abrirían paso en este mercado en detrimento de la calidad asistencial.

Así mismo, es un mercado regulado por el estado. La ley dictamina la distancia entre farmacias así como un número máximo de farmacias por población, en función de los habitantes, que garantiza una asistencia repartida y uniforme en prácticamente toda la población, llegando hasta los entornos rurales más aislados. Esto difícilmente ocurriría con la entrada de las multinacionales, que con su feroz estrategia comercial reventarían además los precios del medicamento en el sistema nacional de salud, y establecerían sus sucursales en grandes núcleos de población a modo de superficies comerciales, banalizando la profesión, como ya ha ocurrido en otros países.

Por todo esto, y muchas más cosas que engrosarían demasiado este texto, el sistema farmacéutico que tenemos España no es tan malo como algunos plantean, manteniendo una calidad asistencial envidiable y unos precios del medicamento muy bajos (los más bajos de Europa) con un amplio sistema de financiación que garantiza que nadie en este país se quede sin medicación ni asistencia farmacéutica.

Existen únicamente tres maneras de adquirir la titularidad de una farmacia comunitaria: mediante transmisión patrimonial, mediante la compra de la licencia, o través de concurso público mediante oposiciones de nuevas aperturas. Y en este capítulo, vamos a analizar cada una de ellas.

5.1. Adquisición de una farmacia como transmisión patrimonial

5.1.1. Donación

En este caso para el donatario (quien recibe la donación) el único impuesto que se devenga es el Impuesto de donaciones. Aquí lo importante es saber que si se cumplen unos determinados requisitos dicha donación tendrá una reducción del 95%, los requisitos son los siguientes:

El donante ha de tener 65 o más años o hallarse en situación de incapacidad permanente absoluta o gran invalidez.

- La donación se ha de hacer a favor del cónyuge, descendiente o adoptado.
- El donante ha de dejar de ejercer funciones de dirección del negocio y de percibir remuneraciones por esta causa, desde la transmisión.
- El donante tiene que ejercer de forma habitual, personal y directa la actividad y constituir su principal fuente de renta.
- El donatario debe mantener lo adquirido durante 10 años.

5.1.2. Herencia

La farmacia es un bien patrimonial, y como tal, puede heredarse.

Tras el fallecimiento del titular, los herederos tienen seis meses para realizar el traspaso de la farmacia. en este caso, deberá solicitarse un farmacéutico regente antes de 15 días.⁶

En el caso de que el cónyuge o descendiente sean titulados en farmacia, pueden adquirirla como herencia. En este caso se pagaría el impuesto de sucesiones y donaciones en su versión de Sucesiones, aquí hay que resaltar que si se cumplen determinados requisitos en el momento del fallecimiento, el valor de la farmacia puede beneficiarse de una reducción del 95% en el Impuesto.¹⁶

5.2. Adquisición de una farmacia mediante la compra de la licencia



La compra de una farmacia es una de las decisiones patrimoniales más importantes en la vida de un farmacéutico. Existen empresas que se dedican exclusivamente a la gestión de la compraventa, ya que hay una oferta y demanda constante.

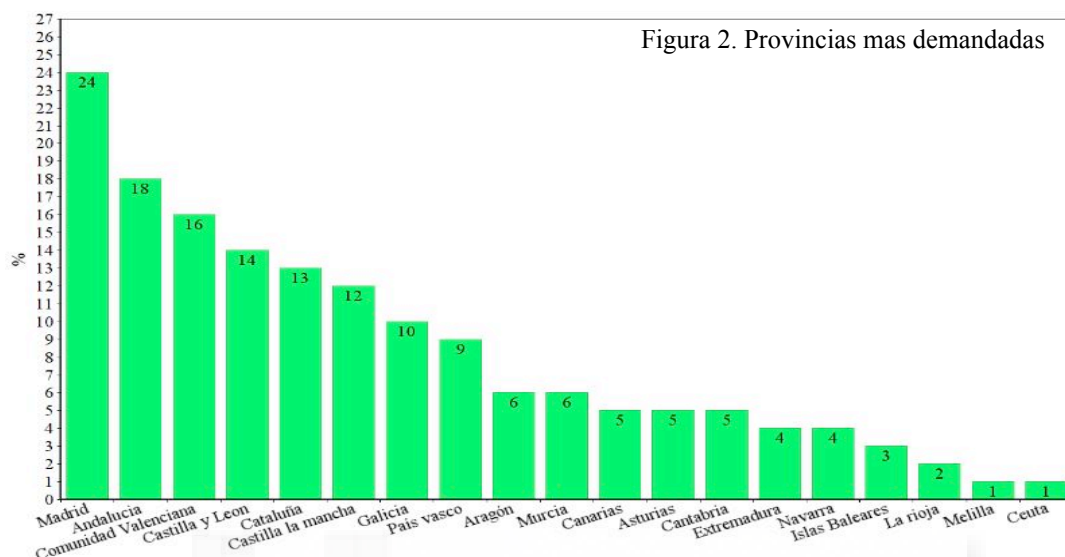
Tradicionalmente se ha realizado un cálculo muy simplista para valorar una farmacia comunitaria, donde el precio final de la misma venía dado por el resultado de aplicar un factor multiplicador a la facturación de la farmacia.

Este factor depende la combinación de circunstancias socioeconómicas del momento, y tradicionalmente a oscilado ente 1 y 2,5.

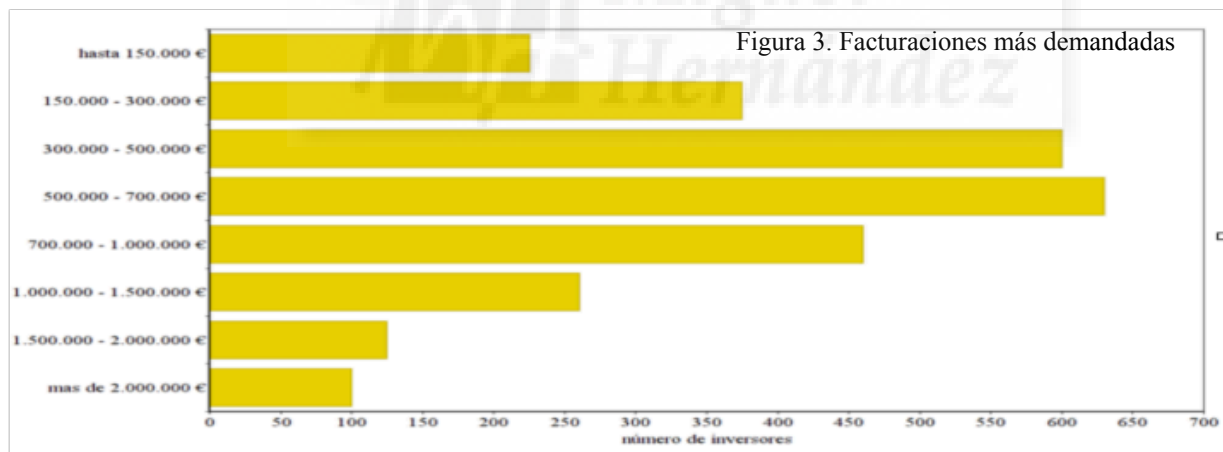
Pero la valoración de una oficina de farmacia debe ser un estudio riguroso de su rentabilidad, ya que para un inversor la riqueza que pueda generar esa inversión en un futuro es la variable a tener en cuenta a la hora de decidir una adquisición de un negocio de este tipo.

El valor de una farmacia está condicionado principalmente por 5 claves: factores externos como la regulación sectorial o el entorno económico, la generación de beneficio de explotación futuro, el crédito y los tipos de interés, la fiscalidad y la demanda.

En los últimos años podemos decir que en términos generales, la farmacia ha gozado de una situación de estabilidad en cuanto a su marco regulatorio y de una tendencia de crecimiento moderado pero sostenido de sus principales variables económicas, ventas y márgenes.



Respecto a los nuevos inversores, el 49.7% compran en su provincia mientras que el 50.3 % lo hacen fuera de esta⁵



5.3. Apertura de una nueva farmacia en concurso público

Esta opción, sin lugar a dudas, es la más seductora de todas, puesto que permite que cualquier persona sin recursos económicos pueda llegar a tener su propia farmacia comunitaria. De esta manera, la obtención de la licencia de farmacia, lo cual siempre representa el mayor valor patrimonial de las farmacias comunitarias, se obtendría sin coste económico. Tan solo habría que

hacerse cargo de los gastos para el inicio de su funcionamiento: local, acondicionamiento, adquisición de stock, contratación de personal, etc.

Para esto, cada comunidad autónoma tiene su propio sistema de oposiciones, basado mayoritariamente en un sistema de puntos que se obtienen mediante formación y acreditando experiencia, junto con un examen.

En la comunidad valenciana, este sistema se rige por:

DECRETO 198/2003, de 3 de octubre, del Consell de la Generalitat, por el que se establecen los criterios de selección aplicables en los procedimientos de autorización de nuevas Oficinas de Farmacia. El cual cita textualmente:

“que tendrán en cuenta: la experiencia profesional, preferentemente en oficinas de farmacia de la Comunidad Valenciana, especialmente en poblaciones de menos de 800 habitantes, la valoración mediante una prueba escrita de los conocimientos de atención sanitaria y farmacéutica, el curriculum académico, la formación profesional complementaria, docencia e investigación y el conocimiento del valenciano y el de otras lenguas de la Unión Europea.”

Todo esto se evalúa mediante seis apartados diferenciados, desarrollados en la página de la Generalitat²⁰, de acceso libre, los cuales son:

APARTADO I. MÉRITOS PROFESIONALES
APARTADO II. FORMACIÓN PROFESIONAL COMPLEMENTARIA
APARTADO III. EXPEDIENTE ACADÉMICO
APARTADO IV. PRUEBA ESCRITA
APARTADO V. DOCENCIA E INVESTIGACIÓN
APARTADO VI. CONOCIMIENTO DE VALENCIANO Y DE OTROS IDIOMAS DE LA UNIÓN EUROPEA

En cuanto a la determinación de nuevas aperturas de farmacias comunitarias, Estas aparecen año tras año, en función del aumento poblacional de los municipios, pero no todos los años entran a concurso público. Se abre el concurso público cuando el numero de nuevas aperturas es suficientemente elevado como para llevar a cabo unas oposiciones de tal magnitud, ya que requieren gran complejidad de organización.

6. La Legislación

La legislación que atañe a la farmacia comunitaria es notablemente extensa. En este caso nos vamos a centrar en aquellos puntos imprescindibles a contemplar para la gestión diaria de la farmacia.



6.1 Legislación Laboral

6.1.1. El convenio colectivo. Es la herramienta principal para establecer como deben de ser las condiciones laborales de cualquier persona que trabaje en una farmacia. No debe vulnerarse, pues ello esta penalizado por la ley, y siempre deben cumplirse las condiciones que contempla. El conocimiento del mismo es esencial. Los puntos destacables del convenio son los que hacen referencia a:

Capítulo 111. Contratación. Se explican los tipos de contrato que existen. Cada situación o persona requiera un tipo de contrato y debemos conocerlos.

Capítulo V. Tiempo de Jornada. En especial el artículo 21, distribución de la jornada, ya que debido a las guardias, se menciona lo siguiente:

“Debido a las características de las oficinas de farmacia, la distribución de la jornada se realizará teniendo en cuenta que todos los días del año son laborables, a efectos de los servicios farmacéuticos”

También el artículo 24. horas extraordinarias. y el artículo 26. vacaciones

Capítulo IX Prevención de riesgos laborales. Se regirá por lo establecido en la Ley 31/1995 de 8 de Noviembre, de prevención de riesgos laborales. Los trabajadores estarán obligados a realizar un curso de formación al respecto y el titular a contratar un seguro de riesgos laborales para todos.

También el Artículo 46. Uniformes. El uso del uniforme tendrá carácter obligatorio

Capítulo VII. Retribuciones.

	Salario base (14 pagas)		Plus Nocturnidad por hora		Hora Extraordinaria diurna laborable		Hora Extraordinaria diurna festiva	
	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017
Facultativos	1.763,61	1.798,88	2,12	2,16	24,45	24,94	30,45	31,06
Auxiliar Mayor Diplomado (a extinguir)	1.305,13	1.331,23	1,56	1,59	18	18,36	22,45	22,9
Auxiliar Diplomado (a extinguir)	1.195,59	1.219,50	1,44	1,47	16,56	16,89	20,57	20,98
Técnico en Farmacia	1.195,59	1.219,50	1,44	1,47	16,56	16,89	20,57	20,98
Auxiliar de Farmacia	1.087,22	1.108,96	1,34	1,37	15,01	15,31	18,78	19,16
Ayudante (a extinguir)	1.019,33	1.039,72	1,22	1,24	14,12	14,4	17,56	17,91
Jefe Administrativo	1.295,61	1.321,52	1,56	1,59	17,89	18,25	22,34	22,79
Jefe Sección (a extinguir)	1.195,59	1.219,50	1,44	1,47	16,56	16,89	20,57	20,98
Contable (a extinguir)	1.141,99	1.164,83	1,34	1,37	15,78	16,1	19,67	20,06
Administrativo	1.141,99	1.164,83	1,34	1,37	15,78	16,1	19,67	20,06
Oficial Administrativo(a extinguir)	1.087,22	1.108,96	1,34	1,37	15,01	15,31	18,78	19,16
Auxiliar Administrativo Caja (a extinguir)	985,99	1.005,71	1,22	1,24	13,66	13,93	17	17,34
Mozo	985,99	1.005,71	1,22	1,24	13,66	13,93	17	17,34
Personal de limpieza	985,99	1.005,71	1,22	1,24	13,66	13,93	17	17,34

figura 4. Tabla de retribuciones del convenio colectivo de oficinas de farmacia

6.1.2. Otra legislación Laboral

En cuanto a la **forma jurídica**, La persona física (52%) continúa siendo predominante en la constitución de la empresa. La sociedad limitada (35,6%) está en segundo lugar, seguida de la comunidad de bienes (3,6%).

Alta en Autónomos. El titular de una farmacia comunitaria tiene la obligación legal de estar dado de alta como trabajador autónomo, y hacer frente a las obligaciones tributarias correspondientes.

y como novedad tenemos:

Real Decreto-ley 8/2019, de 8 de marzo, de medidas urgentes de protección social y de lucha contra la precariedad laboral en la jornada de trabajo.

instaurando el deber de la empresa de garantizar el registro diario de jornada, que deberá incluir el horario concreto de inicio y finalización de la jornada de trabajo de cada persona trabajadora, sin perjuicio de la flexibilidad horaria existente.

6.2. Legislación sanitaria

La farmacia es un establecimiento sanitario de interés público, y como tal, deberá atenerse a una reglamentación compleja.

Dentro de la Conselleria de Sanitat, son la dirección general de asistencia sanitaria y la dirección general de farmacia y productos sanitarios las que se encargan de hacer cumplir el correcto funcionamiento de las farmacias comunitarias

6.2.1. Legislación del medicamento

Esta normativa viene contemplada en el *RD 1345/2007, 11 de octubre por el que se regula el procedimiento de autorización, registro y condiciones de dispensación de medicamentos de uso humano fabricados industrialmente.*

Algo importante que debemos conocer respecto a este real decreto es el sistema de fijación de precios.

El gobierno es el encargado de intervenir en el precio de los medicamentos financiados por la seguridad social, estableciendo precios de referencia. Cualquier especialidad financiada por el sistema nacional de salud tendrá un precio máximo determinado, y todos los laboratorios que no adapten el precio de sus moléculas este quedaran excluidos de la financiación por parte del sistema nacional de salud, quedando únicamente disponibles para la prescripción privada. Solo se financiaran los precios iguales o inferiores al de referencia.

El gobierno establece también el margen del farmacéutico y del distribuidor:

Real Decreto 823/2008, de 16 de mayo, por el que se establecen los márgenes, deducciones y descuentos correspondientes a la distribución y dispensación de medicamentos de uso humano.

Artículo 1. Márgenes correspondientes a la distribución de medicamentos de uso humano fabricados industrialmente.

Artículo 2. Márgenes y deducciones correspondientes a la dispensación al público de medicamentos de uso humano fabricados industrialmente.

Esto afecta directamente a la farmacia, y lo más destacable es: El margen para aquellos medicamentos cuyo precio industrial sea igual o inferior a 91,63 euros, se fija en el 27,9 % del precio de venta al público sin impuestos. Si el precio es mayor de 91,63€ se fija en 38,37€ por envase. Si es mayor de 200, se fija en 43,37 euros por envase, y si es mayor de 500 en 48,37€

6.2.2. Ordenación farmacéutica

-Ley 6-1998 de ordenación farmacéutica de la Generalitat Valenciana. Establece los principios básicos de ordenación de los establecimientos farmacéuticos de la generalidad valenciana. Establece a la Conselleria de Sanitat como referencia para la apertura de farmacias comunitarias y garantiza la igualdad de asistencia y el uso racional del medicamento. Lo más destacable es:

La farmacia es un establecimiento sanitario privado de interés público.

La titularidad de la farmacia corresponde únicamente a uno o más licenciados en farmacia

Los licenciados en farmacia son los únicos facultativos responsables de la atención farmacéutica

Las farmacias están obligadas a dispensar cualquier medicamento que se le solicite legalmente.

Queda expresamente prohibida la venta fuera de la farmacia de medicamentos al público

Presencia obligatoria de un farmacéutico durante el horario de atención.

Identificación visible de la categoría profesional

El acondicionamiento del local, requiere obligatoriamente:

- No barreras arquitectónicas para acceso a minusválidos
- Cartel con el nombre de farmacia en la fachada
- Cartel con el nombre del titular, y horario en la entrada
- Guardiero de seguridad con la farmacia de guardia indicada
- Hojas de reclamaciones y cartel que indique que se dispone de las mismas
- Registro de temperaturas del local y de la nevera
- Existencias mínimas obligatorias
- Laboratorio en orden y nivel de formulación
- Contrato de formulación a terceros
- Contrato con empresa de desratización y desinsectación
- Formulario nacional y farmacopea española
- Parte anual de tóxicos
- Libro de tóxicos
- Talonario de tóxicos
- Libro recetario
- Los productos expuestos deben tener el precio indicado
- Sello de la farmacia con el nombre completo del farmacéutico titular
- Identificación con el nombre del farmacéutico titular y para el resto de personal (chapa para la ropa o cualquier otra)
- El ticket de caja debe llevar los datos obligatorios

Determinación de zonas farmacéuticas:

Una farmacia cada 2800 habitantes, corresponderá la apertura de la siguiente con 2000 habitantes adicionales. Para urbanizaciones turísticas, corresponderá una farmacia por cada 3500 habitantes estacionales, y se podrá establecer la

siguiente farmacia cuando se superen los 2500 habitantes estacionales adicionales.

Las farmacias deberán mantener una distancia de 250 metros entre ellas, y también respecto a cualquier centro de salud.⁶

Horario:

La organización del horario de atención al público , los servicios de urgencia y vacaciones de las farmacias comunitarias se efectuará teniendo en cuenta las características poblacionales y geográficas.

En la comunidad valenciana el horario básico obligatorio y de guardia lo regulan los colegios oficiales de farmacéuticos. Cada farmacia puede solicitar la ampliación de horario que considere, pero debe hacerse con un año de antelación al COF correspondiente.

Para localidades de mas de 20.000 habitantes, debe haber permanentemente una farmacia de guardia como mínimo

Sanciones a las que se expone el titular de una farmacia comunitaria:

Leves: de 6.000 a 30.000€

Graves: de 30.001 a 90.000€

Muy graves: de 90.001 a 1.000.000€

Observando estas cifras, se sobrentiende que las farmacias están bajo unos estrictos preceptos legales de grandísima importancia. Por ello, un riguroso cumplimiento de la ley será muy importante. A continuación se mencionan algunas de las faltas mas comunes:

Leves: dispensar transcurrido el plazo de validez de una receta, o no cumplimentar las recetas correctamente

Graves: dispensar sin receta, cuando esta sea obligada. Violar la confidencialidad de los pacientes. Defraudar al sistema nacional de salud.

Funcionar sin la presencia obligatoria de un farmacéutico. Negarse a dispensar sin causa justificada.

Muy graves: distribuir o conservar medicamentos violando los requisitos de conservación. Distribuir medicamentos ilegales o falsificados. Preparar remedios secretos. Dispensar medicamentos devueltos por los pacientes.

Publicidad

Real decreto 1426/1994 de 25 de junio (BOE nº 180, de 29 de julio), por el que se regula la publicidad de los medicamentos de uso humano ⁸

La Ley General de Sanidad dice que *“Todos los centros y establecimientos sanitarios, así como las actividades de promoción y publicidad, estarán sometidos a la inspección y control por las Administraciones sanitarias competentes”*.

Lo que puede vigilar la Administración es si la publicidad y propaganda se ajustan a criterios de veracidad en temas de salud y limitar aquellos aspectos de la publicidad que puedan ser perjudiciales para la salud, con especial atención a la población más vulnerable.

Publicidad online

En lo que respecta a la publicidad que se puede realizar en Internet, la máxima es que hay que aplicar a la farmacia *on line* los mismos criterios que a la *off line*. Según recoge el artículo 8 del Real Decreto 870/2013, de venta a distancia de medicamentos no sujetos a receta médica a través de Internet, “la promoción y publicidad de la farmacia y su sitio web, en cualquier medio o soporte, incluyendo la realizada en buscadores o redes sociales, estará sometida a la inspección y control por las autoridades competentes y deberá ajustarse a la normativa vigente aplicable ⁷

7. El marketing y las estrategias comerciales

La farmacia es un sector único y especializado como pocos. No solo es el centro por excelencia de la escucha activa, sino que además el público deposita una confianza en los farmacéuticos difícil de igualar por cualquier otro colectivo. De hecho, junto con los bomberos, somos los profesionales en los que más confía la gente. Esto representa una oportunidad extraordinaria, puesto que la satisfacción del cliente siempre es el mejor indicador del buen hacer de un negocio, y en consecuencia, de su eficiencia.

Como establecimiento sanitario, la farmacia tiene que ser capaz de ofrecer servicios que la hagan imprescindible e irremplazable. Aprovechar nuestras fortalezas en cuanto a conocimientos sanitarios, y ofrecer la mejor atención farmacéutica posible, con actividades que promocionen la salud, no solo es cumplir con la ética del trabajo, sino que además contribuye a la fidelización de clientes.

7.1. La farmacia online

El consumidor evoluciona a un ritmo vertiginoso, por eso es muy importante que estemos siempre al tanto de sus preferencias y sus cambios.

De las aproximadamente 22.000 oficinas en España sólo entre 1.500 y 3.000 venden online. Un mercado prometedor pero que todavía está en expansión

Una farmacia online es una farmacia 24 horas y omnipresente. El cliente puede acceder a su catálogo a cualquier hora y desde cualquier lugar, internet le da el poder al usuario de tomarse el tiempo que necesite para decidir sobre su compra.

La farmacia online es una estrategia para abarcar más sector del mercado, ser más competitivo y en consecuencia aumentar la facturación. Sin embargo, no todos son ventajas. Los precios en internet son altamente competitivos, y para

lograr abrirse paso en el mercado online deberemos comprar a gran escala, o asociarnos con otras farmacias.

7.2 Redes sociales

Las redes sociales, son un instrumento que nos permite promocionarnos, y mantenernos en contacto con nuestros clientes. Son esenciales en el mercado globalizado que tenemos, y una herramienta imprescindible para no quedar obsoletos en el mercado, permitiéndonos anunciar todos los cambios o noticias que ofrezcamos de manera no presencial

7.3 Reformar la farmacia



Antiguamente las farmacias tenían un pequeño espacio de venta al público, el imprescindible para el trato con el cliente, y una gran rebotica, en donde se almacenaba todo el estocaje y se encontraba el laboratorio, mucho más utilizado que hoy en día. Actualmente el espacio se intenta distribuir al contrario que antaño, con un espacio imprescindible para la rebotica, y una gran superficie destinada al público, en donde se pueda exponer un gran surtido de productos de parafarmacia, pilar económico imprescindible hoy en día, dadas

las acusadas bajadas del precio de los medicamentos y demás dificultades económicas del sector actualmente, para de este modo lograr ser competitivo.

Hoy en día la farmacia es un comercio más, en el que por supuesto prima su valor y su función sanitaria, pero que además debe conseguir ser un lugar que capte la atención de los clientes con el fin de conseguir más beneficios. Una reforma atractiva para el cliente, llamativa y práctica, es un valor añadido para el negocio que repercute en la rentabilidad de la farmacia.

El diseño de farmacias ha evolucionado mucho en los últimos años, y supone una importante estrategia de marketing. Para llevar a cabo una reforma de la farmacia es fundamental tener en cuenta elementos tanto de diseño como de marketing y de comunicación para poder sacar el máximo partido. Concretar mejoras en el acceso, la iluminación, el espacio, la fachada o el escaparate, de cara a lograr la máxima visibilidad, son fundamentales. La creación de áreas específicas para cada categoría de producto, también es un punto de mejora sin duda para las ventas.

Deberemos adaptar el enfoque comercial teniendo en cuenta el tipo de público y la capacidad adquisitiva del mismo.

La exposición estudiada de productos y su constante actualización es algo que no podemos pasar por alto. Los puntos calientes en la farmacia serán los lugares o zonas que, por su ubicación o por ser especialmente apoyados promocionalmente, producen mayores posibilidades de compras.

La exclusividad de ciertos productos en una población o zona determinada como por ejemplo la cosmética, también es una estrategia de captación de clientes.

Otro elemento muy utilizado actualmente son las pantallas interactivas. Aportan modernidad a la farmacia y ofrecen una imagen de vanguardia, además de que sirven como elemento publicitario para promocionar los productos que tenemos a la venta



7.4. Robotización

En los tiempos que corren, las farmacias han tenido que ponerse al día en innovar constantemente para aportar valor a los clientes y también para lograr que su gestión sea lo más eficaz posible. Tanto la robotización como el diseño en la farmacia son estrategias que ayudan a conseguirlo.²

Un robot de farmacia es un sistema de automatización que consiste en sustituir las cajoneras o estanterías, reduciendo considerablemente el espacio necesario de almacenaje. Se estima que la recuperación de espacio útil del almacén es del 50% aproximadamente gracias a los robots de farmacia.³



La robotización es un medio para lograr la eficiencia. Uno de los bienes más preciados que obtienen las oficinas de farmacia que implementan la robotización es el tiempo, tiempo que se puede emplear en la atención, el asesoramiento y el consejo farmacéutico que se le ofrece al cliente, con lo que se logra cercanía y fidelización. Por otro lado, se obtiene un mayor aprovechamiento del espacio disponible en la farmacia, ya que la modularidad y flexibilidad de los robots.²

Sin embargo, no todo son ventajas, ya que la robotización de una farmacia tiene un elevadísimo coste económico, que raramente baja de 70.000 euros, y puede alcanzar cifras de hasta medio millón de euros. Por lo tanto estamos hablando de una inversión enormemente importante, que por supuesto solo tiene sentido en farmacias de gran volumen de facturación. Si hablamos de una farmacia con facturación anual de 2,5 millones de euros, con unos 8 trabajadores, la instalación de un robot tendría sentido casi con toda seguridad,

puesto que disminuiría tanto el enorme volumen de trabajo e incluso permitiría prescindir de trabajadores reduciendo costes. Además, hay que tener en cuenta que se va a dar un ahorro fiscal debido a la inversión que supone instalar y mantener un robot. Además dado su potencial económico podría asumir la inversión.

Pero evidentemente esto no tendría ningún sentido en una farmacia de 250.000 euros de facturación, además de que el coste sería inasumible.

7.5 Gestión de compras

La gestión eficiente de las compras es un puntal esencial para garantizar la viabilidad y buen funcionamiento de la farmacia, ya que contribuirá directamente a aumentar el margen bruto de beneficios.

Además de los proveedores principales, una farmacia debe trabajar con un total de entre 15-30 proveedores secundarios, tanto almacenes como laboratorios, para abastecerse principalmente de parafarmacia, aunque también de especialidades, sobre todo de las genéricas de gran rotación. Por ejemplo, se pueden comprar directamente al laboratorio concreto todos aquellos genéricos de mayor rotación: omeprazol, simvastatina, atorvastatina, enalapril, ibuprofeno, paracetamol, metformina, metamizol, lorazepam, etc. De esta forma, se compra un mayor volumen de especialidades y en consecuencia se obtiene un mayor descuento, lo que permite trabajar con un margen de hasta el 40 o 60 por ciento en algunos casos.

Las especialidades publicitarias son también mayoritariamente adquiridas en gran volumen a proveedores secundarios, que realizan promociones con descuentos

La negociación constante con los proveedores es esencial, el mercado es cambiante y las condiciones y ofertas pueden variar rápidamente en el tiempo. Para obtener un buen margen comercial, una estrategia a seguir es intentar aglutinar las compras de un producto determinado a un proveedor concreto, aumentando el volumen de dicho producto a expensas de disminuir la

variedad, por ejemplo: en un jarabe para la tos seca, se intenta tener un stock basado casi exclusivamente en un laboratorio determinado, con unas 50 unidades, y luego tener también 6 o 7 unidades sueltas de diferentes laboratorios, marcas comerciales concretas que la gente puede pedir en ocasiones, que en la mayoría de los casos se guardarán en la rebotica. Así ocurre también con gran surtido de productos de parafarmacia, como la cosmética o la higiene bucal, pues aunque se puede disponer de un amplio abanico de estos productos, siempre se intentara dar más salida a los de algún laboratorio determinado.

7.6. Horario comercial

la ampliación del horario, en todos los casos, se hace con el objetivo de aumentar el número de ventas.

Todas las localidades tienen un horario mínimo comercial de obligado cumplimiento para las farmacias, fijado por los colegios de farmacéuticos, pero son pocas las que se ciñen a él. La mayoría de farmacias comunitarias amplían el horario comercial.

Ampliar el horario es una estrategia que puede resultar exitosa, o bien ser un autentico fracaso. Cuando una farmacia amplia el horario, debe asumir unos gastos adicionales, sobre todo, los del personal. Si en el intervalo de horario ampliado, las ventas generadas superan los gastos adicionales, la jugada habrá resultado victoriosa. Esto ocurre normalmente cuando una farmacia amplia el horario aprovechando horas de afluencia de público, y/o cuando lo hace respecto a su competencia directa. Pero en el momento que todas las farmacias del entorno adoptan la misma medida, las ventas se igualan, volviendo a la normalidad, sin embargo los gastos han aumentado, por lo que resulta una táctica deficitaria.

8. Gestión económica

Sin duda una gestión económica de la farmacia es esencial para garantizar la viabilidad como empresa. Saber administrar los capitales, como invertir para obtener rentabilidad y apuntar hacia una política de compras audaz que nos permita agrandar el margen, serán los principales objetivos.



8.1. El margen

El margen bruto es la diferencia entre los ingresos y el costo de los bienes vendidos dividido por los ingresos. El margen bruto se expresa como un porcentaje

El Margen Neto en ventas es el resultado de restar al margen bruto en ventas, el importe de los impuestos y resto de costes fijos y gastos operativos de la empresa, como por ejemplo el de recursos humanos.

El margen bruto medio de las farmacias en 2018 se situaba en 31,21%.⁵

El margen neto de la farmacia promedio se encuentra en 9,8%.¹⁵

Por lo tanto, se deduce que un 21,41% del margen bruto se destina a gastos

A mayor facturación, mayores ingresos netos, pero también menor porcentaje de ingresos netos. Como ejemplo, tomemos dos farmacias ficticias (pero con datos rigurosos) con dos facturaciones y márgenes diferentes.¹³

	Facturación anual	Margen bruto	Margen neto	Beneficios netos anuales
Farmacia A	1.100.000 €	31,9%	8,2%	90200 €
Farmacia B	210000 €	27,4%	17,5%	36750 €

Figura 5. Margen de beneficios en función de la facturación

Lo que a primera vista se observa, es que en la farmacia A, teniendo una facturación un 5,2 veces mayor a la B, el beneficio neto solo es un 2,4 veces mayor.

Evidentemente hay una diferencia notable de margen neto entre ambas farmacias, y esto es debido a la diferencia de gastos.

El margen bruto es similar, pero siempre aumenta a medida que la farmacia tiende a mayor volumen de compras. Sin embargo el margen neto se ve notablemente mermado cuanto mayor es la facturación, debido al aumento de gastos (personal, impuestos, infraestructuras, alquiler...)

8.2. La facturación

El aspecto económico central y más importante de una farmacia es la facturación. La facturación es la suma total en euros de ventas realizadas, sumando las recetas de la seguridad social a la venta libre.

La facturación anual es el principal indicador del volumen de ventas y trabajo que tiene una farmacia, así como del valor que ostenta como patrimonio.

El objetivo principal a nivel económico, por tanto, será aumentar la facturación. Para esto no existe una fórmula determinada.

La facturación al final es el resultado de la suma de muchos factores, como la ubicación, la eficiencia del personal, las decisiones por parte del ministerio de sanidad la influencia de la competencia, o la propia gestión, entre otros. Algunos estarán en nuestra mano controlarlos pero otros no. Por lo tanto, haremos hincapié en todos aquellos que sí dependen directa o indirectamente de nosotros. Estas variables son la fidelización de los clientes, las estrategias de marketing, las ventas cruzadas, la decisión de realizar formulación magistral, etc.

8.3. Los impuestos

Una farmacia está gestionada por personas físicas y, por tanto, dos de los impuestos que se tienen que pagar de forma obligatoria es el IRPF (Impuesto de la Renta de las Personas Físicas) y el IVA (Impuesto del Valor Añadido).

El IRPF se tiene que pagar de forma trimestral mediante el modelo 130 que se presenta cada tres meses a Hacienda. Este tipo de tributo se saca del valor resultante de la explotación de la farmacia, es decir, es un % que procede de la facturación del trimestre. Se trata de un impuesto de carácter progresivo:

Base imponible (€)		Tipos a aplicar
Desde	Hasta	
0	12.450	19%
12.450	20.200	24%
20.200	35.200	30%
35.200	60.000	37%
Más de 60.000		45%

Figura 6. Tramos de IRPF

Este porcentaje aparece del cálculo trimestral de todos tus ingresos y gastos: se calculan tus beneficios pero, de estos, se les resta los costes que hayas tenido y que hayan sido derivados de tu negocio (alquileres, salario, material, etcétera). Pero además de este pago trimestral, Hacienda también nos pide que una vez al año realicemos la Declaración de la Renta de las Personas Físicas donde se reflejarán los beneficios que se hayan obtenido el año anterior gracias al ejercicio económico.

La declaración del IVA

Otro de los impuestos que tienen que pagar las farmacias es el IVA (Impuesto del Valor Añadido). La farmacia, al ser una persona física, no tiene que hacer declaraciones del IVA pero sí que tiene que pagarlo.

la farmacia tiene un régimen fiscal diferente que se conoce como “Recargo de Equivalencia”. Es un régimen especial dentro del IVA, obligatorio para todos los comerciantes minoristas autónomos que vendan productos al cliente final y no realicen transformaciones sobre ese producto.

se calcula de forma diferente según la operación que estemos llevando a cabo:

- El IVA que paga la farmacia cuando compra a un proveedor: cuando la farmacia compra a su proveedor, además de pagar el IVA también paga un Recargo de Equivalencia, es decir, un recargo extra dependiendo del producto que haya adquirido (por ejemplo, los productos sanitarios tienen un recargo del 10%, los medicamentos del 4%, etcétera).
- El IVA que cobra la farmacia al vender los productos: cuando se pone un producto a la venta, el farmacéutico tan solo aplicará el IVA habitual de los productos, el Recargo de Equivalencia en este caso es inexistente.
- El IVA que paga la farmacia por sus gastos: este es el impuesto que paga el titular de la farmacia por otros gastos derivados de su trabajo como puede ser el teléfono, el alquiler, etcétera. En estos casos el IVA que pagamos tampoco lleva recargo.

Cuota de Autónomo

Se trata del importe mensual en concepto de cotizaciones a la Seguridad Social que deben pagar todos los autónomos.

La base mínima de cotización para 2020, antes de aprobarse los PGE, fue de 944,40 euros, lo que implica una cuota mensual de 283,3 euros. La base máxima fue de 4.070 euros, lo que supone una cuota máxima de cotización de 1.221,03 euros al mes.

Retenciones e ingresos a cuenta

El modelo 111 es el modelo trimestral por el que las empresas y autónomos declaran e ingresan las retenciones que han practicado durante el trimestre a trabajadores.

Por un trabajador indefinido que cobra netos en su cuenta bancaria 1.243 euros netos, la empresa paga 2.000 euros mensuales.

8.4. La financiación

En el funcionamiento cotidiano de cualquier farmacia es frecuente hacer uso de la financiación. La financiación es un recurso que nos ofrece el banco para disponer de activo en un momento determinado que no tenemos liquidez.

A continuación detallamos las estrategias de financiación más comunes:¹⁴

Préstamos bancarios. Es el tipo más habitual de financiación para empresas. Se pide la cantidad de capital que se necesita y se devuelve el capital con intereses, normalmente mes a mes.

Es para operaciones de financiación a largo plazo de un capital importante ya sea la adquisición de un inmovilizado o la puesta en marcha de una inversión grande.

Pólizas de crédito. Las pólizas de crédito son un tipo de financiación bancaria que nos permiten tener un descubierto en la cuenta bancaria de hasta una determinada cantidad pactada durante un tiempo determinado, normalmente un año prorrogable, que nos dotaran de la liquidez que necesitemos. Los intereses que vamos a pagar, dependerán del dinero que dispuesto (utilizado) en la misma.

Anticipos del SOE. Esto es un tipo de financiación exclusiva para las farmacias que los bancos ofrecieron para hacer frente a los impagos de la seguridad social. Al finalizar el mes, el banco ofrecía una financiación equivalente a la facturación impagada, con un interés de alrededor del 1% y un vencimiento de

pago de entre 1 y 3 meses. De esta manera, muchas farmacias lograron seguir funcionando a expensas de pagar un elevado interés.

Crédito comercial. No es otra cosa que aplazamientos de pago por parte de los proveedores. Acuerdas pagar a 15, 30, 60 o incluso a 90 días para que te dé tiempo a vender los bienes comprados al proveedor. El interés de estas operaciones es bastante alto, en torno al 2- 3,5%

Factoring. Es precisamente un instrumento que ofrece el banco para hacer frente al crédito comercial de los proveedores. Ofrece una financiación con igual vencimiento que los proveedores, pero a mucho menos interés, alrededor del 0,5%. Con esta financiación podemos pagar al contado a los proveedores evitando el elevado interés de estos.

Renting. Es un sistema de alquiler. Te permite poseer mobiliario o aparatos electrónicos durante un periodo de tiempo determinado, para sustituirlos o prescindir de ellos cuando quedan obsoletos. Es un sistema poco utilizado pero cada vez más común en las farmacias. Suele utilizarse para adquisición de básculas electrónicas o sistemas de pantallas interactivas, entre otros.

8.5. Los gastos

Los más cuantiosos, en la mayoría de los casos, son los del personal. La plantilla media de una farmacia comunitaria en España es de 3,4 trabajadores. En oficinas de farmacia cuya facturación se encuentra entre 300.001 y 600.000 € el promedio de plantilla es de 1,91 trabajadores. Cuando el tramo de facturación es de 600.001 a 900.000 €, el promedio es 2,57. Con esta tendencia, se deduce que es necesario un trabajador por cada 300.000 euros de facturación aproximadamente.

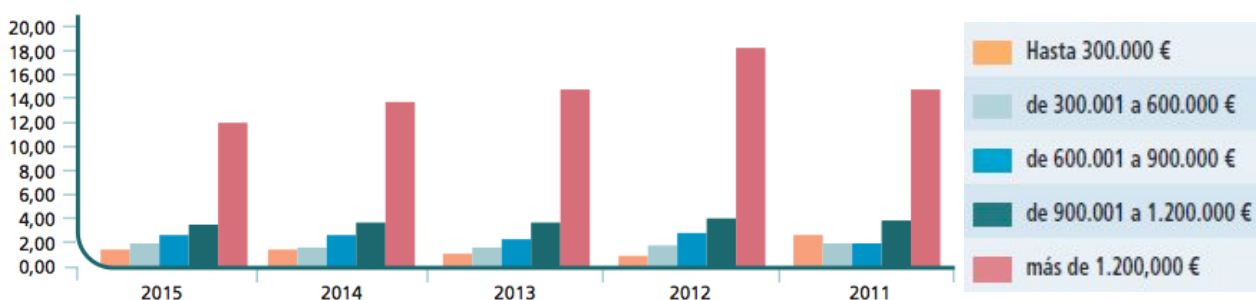


Figura 7. Número de trabajadores por farmacia comunitaria en función de la facturación

A continuación se detalla una lista de gastos fijos de toda farmacia comunitaria.:

- Farmacéutico. Con el salario del convenio, consistente en 14 pagas de 1763€, el coste para la empresa es de 2670 € mensuales.
- Técnico en farmacia. Con 14 pagas de 1195€, el coste para la empresa es de 1809 € mensuales^{1.7}
- Alquiler del local, o bien: Si hemos adquirido el local, préstamo hipotecario, IBI, basuras y comunidad de vecinos
- Empresa de Seguridad
- Internet, telefonía
- Luz y agua
- Desinsectación y desratización obligatoria,
- Mantenimiento extintores
- Empresa soporte y mantenimiento informático
- Licencia y Mantenimiento del programa informático
- Seguro de Prevención de riesgos laborales y/o seguro de accidentes de convenio
- Seguro de siniestros
- Comisión bancaria de terminales de punto de venta
- Intereses de las financiaciones bancarias y de los proveedores
- Gastos de Gestoría
- Obligaciones tributarios. IRPF, cuota de autónomo.
- Cuotas del Colegio oficial de farmacéuticos, incluyendo las de gestión de recetas de la seguridad social.
- Suscripción al Bot plus y la Real farmacopea (de obligada tenencia)

Todos estos gastos son liquidados con el beneficio bruto de la farmacia. Una vez cubiertos, con el capital restante, obtenemos el margen neto, o beneficios.

En resumen, podemos afirmar que los tres objetivos principales clave en este apartado serán: **aumentar la facturación, aumentar el margen, y disminuir gasto.**

9. Deontología y valores personales

9.1. Deontología

Un farmacéutico no puede quedarse en el cumplimiento estricto de la legalidad, y que esta sea la única y definitiva instancia para calificar la correcta actuación profesional.⁶

En el día a día serán muchas las ocasiones en las que nos encontremos ante la tesitura de tener que vulnerar el cumplimiento estricto de una ley, que en determinados casos singulares puede resultar absurda. Para ello está el código

deontológico, nuestra responsabilidad y capacidad de resolver las situaciones subjetivas para encontrar la solución moralmente correcta.

Evidentemente nos estamos refiriendo a aquellas situaciones en las que por alguna circunstancia determinada se produce una singularidad, que deberá ser resuelta según criterio. Por ejemplo, si una persona acude con una receta privada de ibuprofeno en comprimidos, y nos explica que es incapaz de tragar pastillas, deberemos tomar la determinación de dispensarle ibuprofeno en sobres, cambiando la forma farmacéutica, algo que ley en mano no estaría permitido, pero que quedaría amparado por el código deontológico.

Todo esto, siempre para el beneficio de la salud de las personas, jamás para el económico, y por supuesto sin cometer ninguna negligencia, ni falta grave.



9.2. Análisis de valores personales

La farmacia es el centro por excelencia de la escucha activa. Las personas que acuden a diario valoran enormemente los consejos y el tiempo que se les dedica.

La filosofía de una farmacia eficiente debe basarse impecable atención farmacéutica, puesto que la atención al paciente y las mejoras y soluciones a las necesidades de su salud deben ser lo primero. Si esto se hace bien, el cliente vuelve a la farmacia y muestra su gratitud.

Debemos siempre tener presente que en una farmacia se realizan infinidad de tareas, todas y cada una de ellas importante, pero al final todo lo que se hace confluye y se traduce en un momento final que es la esencia de la profesión y la culminación del proceso, la interacción con el paciente. Por ello es tan importante hacerlo bien.

9.2.1. Recursos humanos

La elección del personal correcto es fundamental, algo de suma importancia. El equipo que formemos en la farmacia es lo que definitivamente puede marcar la diferencia.

Evidentemente, el trabajador perfecto debe ser implicado, eficiente, rápido, resolutivo, con empatía y positividad, y con vastos conocimientos del oficio. Pero dado que la perfección no existe, lo mejor es formar un equipo multidisciplinar, en el que cada miembro tenga unas cualidades destacables o conocimientos específicos, para poder especializarse en tareas concretas dentro de la farmacia.

En cuanto al ámbito interno, es importante tener un buen ambiente de trabajo, una coordinación, y una comunicación consolidadas. Es imprescindible también una buena dirección. La filosofía “dar para recibir”, ha demostrado su eficacia en innumerables ocasiones, por lo que siempre intentaremos ofrecer facilidades a nuestros trabajadores, para que estén a gusto en la farmacia y sientan que forman parte de una “familia” más que de un equipo.

10. Conclusiones

Con toda la información recopilada queda reflejada la complejidad que conlleva la gestión de la farmacia comunitaria.

Sin embargo, y a pesar de todo lo expuesto en este trabajo, la viabilidad de la farmacia comunitaria sigue estando garantizada en España a 2020 siempre que se gestione eficientemente.

Una verdad incuestionable es que la ubicación es un factor determinante en la facturación de una farmacia, el más relevante, y que por muy eficiente que sea la gestión, sería muy raro conseguir aumentar la facturación en más de un 30%. Una farmacia rural siempre tendrá una facturación limitada independientemente de la gestión que realicemos. En cambio, farmacias estratégicamente situadas en densos núcleos de población pueden facturar varios millones de euros con una gestión mediocre.

Sin embargo, en todos los casos es mejor una gestión eficiente, pues el margen comercial depende de ello. Además, una farmacia tiene que poseer planificación y coordinación para llevar correctamente la importantísima labor sanitaria que desempeña.

Por lo tanto, para garantizar la viabilidad de la farmacia comunitaria, será necesario establecer una política de compras que garantice un amplio **margen comercial**, utilizar todas las **estrategias de marketing** que estén a nuestro alcance para mantenernos en la vanguardia, y llevar a cabo una labor asistencial basada en una impecable **atención farmacéutica** cumpliendo así con la importantísima misión de nuestro colectivo.

La satisfacción del cliente será el mejor indicador del resultado de nuestro trabajo, y la mayor de las gratificaciones como profesional sanitario.

Referencias biográficas

1. Revista IM farmacias N°101
2. Revista IM farmacias N°104
3. <https://expofarm.es/que-es-un-robot-de-farmacia/>
4. <https://www.engenerico.com/sistema-precios-referencia-medicamentos/>
5. <https://www.farmaconsulting.es/la-farmacia-en-espana/informe-de-la-demanda-de-farmacia-en-espana-2019/>
6. Asignatura Legislación y Deontología 4to de Farmacia
7. <https://www.diariofarma.com/2017/04/24/publicidad-puede-la-oficina-farmacia>
8. <https://www.mscbs.gob.es/profesionales/farmacia/legislacion/publicidad/home.htm>
9. Asignatura Atención farmacéutica 5to de Farmacia
10. revista IM farmacias N 102
11. <https://www.mscbs.gob.es/estadEstudios/estadisticas/docs/EGSP2008/egspPrincipalesResultados.pdf>
12. <https://www.diariofarma.com/2019/01/28/el-gasto-farmacologico-a-traves-de-recetas-de-2018-fue-inferior-al-de-2006>
13. Revista IM farmacias N°97
14. <https://rincondelemprendedor.es/tipos-de-financiacion-para-empresas-y-emprendedores/>
15. <https://www.arrasfarma.com/blog/margen-neto-farmacia/>
16. <https://www.audifarma.es/blog/70-transmision-de-la-oficina-de-farmacia-parte-1>
17. <https://www.calcularcostetrabajador.com/>
18. https://www.aspime.es/2017_Informe_Anual_Oficinas_Farmacia.pdf
19. www.farmaconsulting.es/comprar-farmacia/
20. www.san.gva.es/web/dgfps/documentos-de-participacion
21. www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2008-9291