

JUNIO 2021



# El Boletín de ASEFARMA

Asesoría - Consultoría - Compraventa



**FISCAL:** Campaña de Renta 2020 (Pág.4) ... **COMPRAVENTA:** La transmisión de farmacias, ¿es igual en todas las CC.AA.? Limitaciones a la transmisión (Pág. 6) ... **CONSULTORÍA:** La diferenciación de la farmacia a través de los servicios (Pág. 12) ... **CONCEP·BY GLINT:** Claves de diseño en farmacias estrechas para crear espacios óptimos (Pág. 14) ... Cómo atraer a más compradores/consumidores a tu farmacia (Pág. 16) ... **JURÍDICO:** ¿Qué medidas de seguridad debemos observar en nuestra oficina de farmacia? (Pág. 18) ... **LABORAL:** Requisitos formales del despido por causas objetivas (Pág. 20) ... **FINANCIERO:** Resurgir al rebufo de las vacunas (Pág. 22).



Carlos García-Mauriño Sánchez  
Socio fundador de Asefarma

*“Se han producido cambios muy repentinos y muy profundos en nuestra mentalidad y hábitos de vida, para los que aún es pronto calibrar su efecto a medio y largo plazo”*

# Editorial

## Empezamos a vislumbrar un futuro postpandemia

En estos días en que se empieza a vislumbrar por fin un mundo postpandemia debido al éxito de la campaña de vacunación, podemos ya adivinar que el COVID-19 ha sido tan disruptivo que ya nada será lo mismo. Afortunadamente, los pilares fundamentales de nuestra sociedad han resistido semejante embate y no hemos vivido un derrumbe de nuestro sistema de vida, aunque en algunos momentos temimos por ello, de ahí episodios que ahora recordamos con una sonrisa como el acopio de papel higiénico por la gente.

Sin embargo, se han producido cambios muy profundos y repentinos en nuestra mentalidad y hábitos de vida, para los que aún es pronto calibrar su efecto a medio y largo plazo. Temas como el teletrabajo, los nuevos hábitos de compra online, la forma de relacionarnos entre nosotros, el aumento exponencial del poder y la penetración de las redes sociales, son algunos ejemplos. Y la farmacia no es ajena a estos cambios. Por ello dimos el paso de organizar el I primer Foro online de Asefarma, cuyo título es “Hacia dónde evoluciona la farmacia”.

En dicho foro se habla de los nuevos modelos de gestión de farmacias, incluyendo el canal online, se discute acerca de las ventajas e inconvenientes de las plataformas de compras versus los grupos de compra, se analizan los nuevos espacios e imagen integral de las farmacias y se debate sobre las nuevas tendencias en gestión de equipos, entre otras cosas. En definitiva, creemos que es el momento adecuado de tomar posiciones y avanzar hacia el modelo de farmacia que nuestra sociedad actual nos demanda.

No nos olvidamos de que la campaña de Renta está en marcha, por lo que parte del contenido del Boletín se refiere a este tema, sin descuidar el resto de secciones habituales, a las que siempre tratamos de dotar de contenido de interés.

Un abrazo



Para cada farmacia la mejor receta.

## ¡Invierte ahora en tecnología alemana! Con los robots CONSYS.



Consis B0 - el robot ocupa sólo 2 m<sup>2</sup> 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 2020

Alejandro Briales, Economista y asesor fiscal, Director General de Asefarma, explica las cuestiones esenciales que se deben conocer para preparar la Campaña de Renta 2020.



**C**omo viene siendo habitual por estas fechas voy a dedicar la parte fiscal de este Boletín a tratar de darles una serie de consejos que puedan resultarles útiles para minimizar su tributación o aumentar su devolución y esperar a que se produzca. Así, un año más, las novedades para las oficinas de farmacia son insignificantes.

La campaña de la Renta del 2020 obliga a los contribuyentes a poner más atención que nunca en sus declaraciones. Las particularidades de los ERTE, el ingreso mínimo vital o los cambios en la cumplimentación del modelo llevan a repasar al detalle los conceptos del IRPF para no pagar de más en un año ya marcado por la crisis del COVID. Para conseguir el mejor resultado hay que optar por la calma, consultar a profesionales y atender a los consejos para no fallar al declarar.

Dicho esto, vamos a entrar en materia.

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

Para optimizar correctamente el resultado de la declaración de la Renta, el farmacéutico debe tener en cuenta:

- 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.
- La posibilidad de hacer la declaración conjunta con su cónyuge.
- 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 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 se debe olvidar de 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€ por cada una de dichas personas señaladas anteriormente, y de 1.500€ 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...).

## Otros temas a tener en cuenta

**- Gastos de Guardería** (ampliación deducción por maternidad).

La deducción por maternidad se podrá incrementar hasta en 1.000€ adicionales cuando el contribuyente hubiera satisfecho gastos por la custodia de menores de tres años en guarderías o centros de educación infantil autorizados. Se entiende por gastos de custodia las cantidades abonadas a guarderías y centros de educación infantil por la preinscripción y matrícula de dichos menores, la asistencia, en horario general y ampliado y la alimentación, siempre que se hayan producido por

meses completos y no tuvieran la consideración de rendimientos del trabajo en especie exentos.

No obstante, en el período impositivo en que el hijo menor cumpla tres años, el incremento podrá resultar de aplicación respecto de los gastos incurridos con posterioridad al cumplimiento de dicha edad hasta el mes anterior a aquél en el que pueda comenzar el segundo ciclo de educación infantil.

### - 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 tampoco necesidad de reinvertir.

### - Declaraciones de hijos

Si tiene un descendiente por el que puede aplicar el mínimo y éste ha obtenido rentas entre 1.800 y 8.000€ y, si presentara declaración le saldría una cantidad a devolver, eche cuentas a ver qué le conviene más en conjunto: que no presente la declaración el descendiente –y que no obtenga la devolución de las retenciones– para aplicarse usted el mínimo, o que la presente –obteniendo la devolución–, y que usted no se lo aplique.

### - 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 7 de abril hasta el día 30 de junio de 2021. Si se efectúa domiciliación bancaria del pago, el plazo de confirmación finaliza el 25 de junio de 2021.

Si necesita trasladarnos cualquier consulta o necesita realizar alguna gestión al respecto, puede contactar con nosotros por e-mail en [fiscal@asefarma.com](mailto:fiscal@asefarma.com)

# La transmisión de oficinas de farmacia ¿es igual en todas las CC.AA.? Limitaciones a la transmisión

Cristina González, Abogada y responsable del área Jurídica del departamento de Compraventa de Asefarma traslada a través de este artículo cuáles son las limitaciones a la transmisión de oficinas de farmacia en las distintas comunidades autónomas.



**C**on carácter general, la transmisión de la oficina de farmacia (OF) por cualquiera de las formas admitidas en Derecho está sujeta a autorización administrativa previa y sólo puede realizarse a favor de otro u otros farmacéuticos.

Las comunidades autónomas han aprobado sus correspondientes normativas en las que quedan perfectamente especificados las formas, también las condiciones, los plazos y los demás requisitos de las transmisiones de las oficinas de farmacia.

## ¿Cuáles son las principales limitaciones a la transmisión en las CC.AA.?

### Andalucía

La oficina de farmacia **debe llevar abierta al público un mínimo de cinco años** con el mismo titular o cotitulares. Esta limitación se extiende a las sucesivas transmisiones. Salvo fallecimiento, incapacidad laboral permanente, total o absoluta, incapacitación judicial o declaración judicial de ausencia, en cuyo caso se deberá transmitir en el plazo de 24 meses, contados a partir de la fecha en que se produzcan los hechos causantes para evitar la caducidad de la autorización.

### Aragón

En el caso de esta comunidad autónoma, la oficina de farmacia debe haber permanecido abierta al público y mantenido la misma titularidad **durante tres años consecutivos**, salvo muerte o declaración judicial de ausencia o de incapacidad del titular o de uno de los titulares de la OF (la ley no menciona expresamente la jubilación, pero también es una excepción para la jurisprudencia).

Además, en caso de copropiedad, los farmacéuticos copropietarios podrán ejercer el derecho de retracto legal, en los términos previstos por la legislación civil, cuando se produzca la enajenación de una porción indivisa de una OF a favor de un tercero.

En los supuestos de cierre forzoso de una OF por sanción administrativa o inhabilitación profesional o penal del titular, éste no la podrá transmitir durante el tiempo que la misma permanezca clausurada.

No se permiten copropiedades sobre una OF por un porcentaje, para cada propietario, inferior al 25% del total de la misma.

### Asturias

En Asturias se exige que la oficina de farmacia haya permanecido abierta al público y mantenido la misma titularidad o cuota de titularidad si fuera el caso, **durante seis años consecutivos**.

El derecho de transmisión de una oficina de farmacia decaerá automáticamente cuando el titular o los cotitulares de la misma obtengan la autorización de apertura de una nueva farmacia. Asimismo, no se podrán constituir cotitularidades sobre una OF por un porcentaje inferior al 25% del total.

Tampoco se podrá transmitir la OF en los casos de clausura o cierre obligatorio por sanción administrativa o por inhabilitación temporal profesional o penal de su titular durante el tiempo en que persista esta circunstancia. No obstante, si durante ese tiempo el titular cumple 65 años, dispondrá de un plazo de 60 meses para proceder a la transmisión de la misma.

Las farmacias no se podrán transmitir desde el momento de publicación de la convocatoria del concurso para la autorización de nuevas farmacias al que su titular o cotitulares presenten solicitud. Esta limitación se mantiene en tanto no se agote la vía administrativa y, en su caso, se extenderá hasta que se resuelva con carácter definitivo en vía jurisdiccional, salvo que renuncie expresamente a continuar en el procedimiento. El incumplimiento de este precepto comportará la pérdida automática del derecho del transmitente a continuar en el concurso, por establecimiento reglamentario del procedimiento de exclusión.

No podrán participar en el procedimiento de autorización de farmacias los farmacéuticos que hayan transmitido su titularidad o cotitularidad sobre una farmacia en un plazo de tiempo inferior a cinco años respecto del momento de publicación de la convocatoria.

*“Formas, condiciones, plazos y demás requisitos para la transmisión quedan especificadas en las normativas autonómicas”*

### **Baleares**

Las oficinas de farmacia en Baleares, para poder transmitirse, deben llevar abiertas al público y con la misma titularidad un **mínimo de tres años**, salvo fallecimiento, jubilación o incapacidad judicial del titular o de algunos de los titulares.

Además, el adjudicatario por concurso de una oficina de farmacia que proceda a su efectiva apertura no podrá proceder a su transmisión total o parcial a título oneroso en un plazo de diez años, a contar desde la fecha de la resolución de adjudicación.

El titular de una farmacia no podrá transmitirla desde el momento en que haya presentado solicitud en un procedimiento de autorización de otra farmacia y se mantendrá la imposibilidad de transmisión hasta que se agote la vía administrativa o, en su caso, se resuelva con carácter definitivo en la vía jurisdiccional, salvo que presenten escrito de renuncia al concurso con

carácter previo a la transmisión, algo que –por otra parte– es obligado para el titular o cotitular que participe en un concurso de méritos en el momento en el que formalice la elección de una nueva oficina de farmacia.

Asimismo, en el supuesto de que obtenga autorización para una nueva farmacia decaerá automáticamente la anterior, así como el derecho a la transmisión, por cualquier título, de la misma. La Administración podrá entonces añadirla al catálogo farmacéutico o amortizarla. En caso de tratarse de un cotitular, se considerará que renuncia a su cuota de cotitularidad a favor del resto de cotitulares de la OF y se dictará resolución que recoja esta circunstancia. Tampoco pueden participar en los concursos quienes hayan transmitido su titularidad o cotitularidad dentro de la Unión Europea **durante los siete años anteriores** a la fecha de convocatoria del concurso. Por ello en el Decreto 30/2015 de 8 de mayo sobre apertura de nuevas OF se indica que, en el caso de que hubiera transmitido la OF o la hubiera cerrado, tendrá que acreditar la transmisión o el cierre y las fechas.

No se puede transmitir a título oneroso la oficina de farmacia al farmacéutico que haya renunciado –expresa o tácitamente– a la farmacia adjudicada o elegida en concurso de nueva apertura, en un período de cuatro años a partir de la renuncia. El mismo plazo se aplica al adjudicatario que no haya llegado a abrir por causa imputable al mismo.

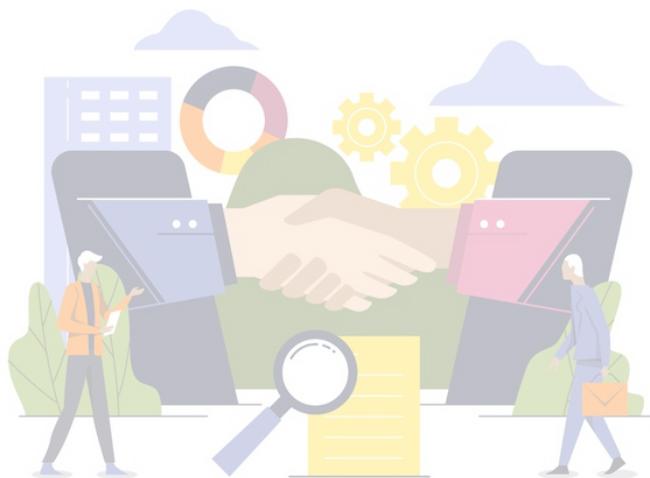
### **Canarias**

Las farmacias de nueva apertura deberán llevar abiertas al público bajo la misma titularidad durante los **diez años anteriores** para poder transmitirse, salvo los supuestos excepcionales de fallecimiento, declaración judicial de ausencia y reconocimiento de incapacidad física o psíquica del titular. La ley no dice nada en caso de jubilación.

En los supuestos de existencia de un cotitular de oficina de farmacia con anterioridad al inicio del procedimiento, quedará exonerado del cumplimiento del plazo de diez años, en los casos de inhabilitación profesional o penal del titular y que esta exceda de dos años.

Tampoco podrán participar en concursos de nueva apertura los farmacéuticos que sean titulares o cotitulares de una autorización de farmacia ni los que lo hayan sido en los diez años anteriores.

El farmacéutico titular de una farmacia que participe en un concurso de traslado no podrá transmitirla una vez iniciado el procedimiento y hasta su finalización. En el caso de que, como resultado del citado concurso, obtenga autorización de traslado,



la anterior decaerá automáticamente, así como el derecho a su transmisión por cualquier título.

## Cantabria

En el caso de esta comunidad autónoma, la farmacia debe llevar abierta al público y con la misma titularidad un mínimo de seis años para poder transmitirse (la ley de acompañamiento a los presupuestos de 2014 ha reducido a seis años el anterior plazo de diez años para ejercitar el derecho de transmisión *inter vivos* de las OF). Cantabria se acerca así a la gran mayoría de las comunidades autónomas, que establecen plazos más cortos.

No podrá transmitirse desde el momento en que el titular o cotitular haya presentado una solicitud de autorización de apertura de otra farmacia. Esta limitación se mantendrá en tanto no se agote la vía administrativa en la resolución del expediente de apertura y, en su caso, se extenderá hasta que no se resuelva con carácter definitivo en la vía jurisdiccional. La renuncia del solicitante a la autorización le permitirá recobrar el derecho que pudiera corresponderle a la transmisión según lo regulado en la ley. En todo caso, cuando el titular o cotitular de una farmacia obtenga una autorización firme de apertura de una nueva oficina, la autorización originaria decaerá automáticamente, así como el derecho de transmisión de la misma e incluso cuando uno de los cotitulares obtenga autorización de apertura de una nueva farmacia, la autorización originaria decaerá para sí y para los restantes cotitulares.

En los casos de clausura o cierre obligatorio de las oficinas de farmacia por sanción de inhabilitación profesional o penal, temporal o definitiva de cualquier índole, se prohíbe la transmisión de las farmacias.

## Castilla-La Mancha

Para poder transmitirse la farmacia *inter vivos* en Castilla-La Mancha, debe llevar abierta al público y con la misma titularidad o cotitularidad un mínimo de tres años desde la fecha de apertura o desde la última transmisión (desde la reforma legal de 2015 se ha reducido el plazo que antes era de seis años y de tres años para núcleos de población de menos de 500 habitantes). La limitación de tres años se refiere exclusivamente a la autorización administrativa.

Las farmacias no se podrán transmitir si el titular cumple los 75 años de edad (caduca la autorización).

En caso de concurso no pueden participar los titulares de farmacia hasta transcurridos seis años desde la fecha en que le fue concedida la última autorización de apertura.

En las transmisiones de farmacia en régimen de cotitularidad, cuando un titular enajene su parte a cualquier tercero ajeno a la cotitularidad, se podrá ejercitar por el resto de los farmacéuticos cotitulares el derecho de retracto legal que otorga la legislación civil.

*“En Castilla-La Mancha las farmacias no se podrán transmitir si el titular cumple los 75 años de edad”*

## Castilla y León

En Castilla y León para poder transmitirse la farmacia debe llevar abierta al público y con la misma titularidad un mínimo de tres años, salvo en el supuesto de muerte, jubilación, incapacitación judicial o declaración judicial de ausencia.

En el supuesto de farmacias de nueva apertura por concurso convocado y resuelto a partir de la Ley de Salud Pública de 2010, la titularidad deberá mantenerse inalterada durante los diez años siguientes a su puesta en funcionamiento, salvo en el supuesto de muerte, incapacitación judicial o declaración judicial de ausencia.

No se puede transmitir en los supuestos de cierre forzoso de una farmacia por sanción administrativa o inhabilitación profesional o penal del titular, durante el tiempo que la OF permanezca clausurada por los motivos indicados.

## Cataluña

Para poder transmitirse la farmacia en Cataluña, el establecimiento debe haber permanecido abierto al público un **mínimo de seis años** (salvo en los casos habituales de fallecimiento, jubilación o incapacidad) aunque, a diferencia de otras normativas autonómicas, no se exige expresamente la permanencia bajo la misma titularidad durante ese período.

## Extremadura

En Extremadura, para poder transmitirse la farmacia debe llevar abierta al público y con la misma titularidad o cotitularidad **al menos durante tres años**, salvo en los casos de fallecimiento, declaración judicial de ausencia o incapacidad o incapacidad permanente del titular.

No se permitirá la transmisión de parte indivisa de una farmacia que origine que alguno de los cotitulares obtenga o se quede con una cuota inferior al 25% de la farmacia.

En los nuevos concursos pueden participar los titulares de farmacia si renuncian a la suya, o cotitulares si en el momento de la publicación de la convocatoria se comprometen a solicitar la transmisión de su cotitularidad dentro del plazo de 15 días desde que se hace efectiva la apertura de la farmacia, dejando a salvo los derechos de tanteo y retracto.

## Galicia

Para poder transmitirse la farmacia en Galicia, ésta debe llevar abierta al público y con la misma



*“En Extremadura, no se permite la transmisión de parte indivisa de una farmacia, que haga que alguno de los cotitulares obtenga una cuota inferior al 25% de la misma”*

titularidad o cotitularidad al menos durante tres años, salvo en los supuestos de fallecimiento, jubilación, declaración judicial de ausencia, incapacitación física o jurídica del farmacéutico titular o de uno de los titulares de la OF, en los que bastará que la OF esté abierta al público en la fecha de producción de estas circunstancias.

La farmacia no podrá transmitirse desde el momento en que su titular haya presentado solicitud de autorización de apertura de otra farmacia. Esta limitación se mantendrá en tanto no se agote la vía administrativa en la resolución del expediente de apertura, extendiéndose, en su caso, hasta que no se resuelva con carácter definitivo en la vía jurisdiccional. Cuando obtenga la autorización firme de apertura de la nueva farmacia, la autorización primera caducará automáticamente, así como el derecho de transmisión de la misma.

La caducidad de una autorización y el consiguiente cierre de la farmacia no afectarán al régimen legal aplicable a los locales, instalaciones y enseres, de conformidad con la legislación civil.

En caso de cierre forzoso de una farmacia por sanción administrativa o inhabilitación profesional o penal o de cualquier otra índole de su titular, éste no podrá transmitirla durante el tiempo en que la misma permanezca clausurada.

Las autorizaciones de funcionamiento de OF caducarán al cumplir el farmacéutico 70 años de edad, lo que supone que no se podrá transmitir si no se ha hecho con anterioridad. Además, la ley dispone que con un mes de antelación a que se produzca la caducidad, el farmacéutico habrá de comunicar esta circunstancia a la delegación provincial de la consejería competente para proceder al cierre de la OF bajo amenaza de expediente de cierre y sin perjuicio de las responsabilidades a las que pudiera dar lugar.

## Madrid

Para poder transmitirse la farmacia debe llevar abierta al público un **mínimo de tres años**, salvo

fallecimiento, jubilación, incapacidad judicial o declaración judicial de ausencia del titular o de uno de los farmacéuticos titulares.

No se puede transmitir desde el momento en que su titular haya presentado solicitud de autorización de apertura de otra farmacia. Esta limitación se mantendrá en tanto no se agote la vía administrativa en la resolución del expediente de apertura y, en su caso, se extenderá hasta que no se resuelva con carácter definitivo en la vía jurisdiccional. En el caso de cotitularidad, esta limitación solo afectará al cotitular que haya solicitado la apertura de una nueva OF. Cuando el titular de una farmacia obtenga una autorización firme de apertura de una nueva farmacia, la autorización originaria decaerá automáticamente con la recepción de la resolución de funcionamiento de la nueva OF, así como el derecho de transmisión de la misma, debiendo incorporarse tal vacante a la misma convocatoria en curso para su adjudicación de acuerdo con los criterios de prioridad fijados al efecto en la misma. En los supuestos de copropiedad, la pérdida de autorización no afectará al resto de cotitulares.

La anulación de una autorización de OF, cualquiera que sea la causa que lo motive, y el consiguiente cierre definitivo de la misma, no afectará a los derechos que se ostenten sobre los locales, instalaciones y demás enseres que existiesen en la misma.

En casos de cierre obligatorio de una farmacia por sanción de inhabilitación profesional, administrativa o penal de su titular, éste no podrá transmitirla durante el tiempo en que permanezca cerrada por tales motivos.

### Murcia

Para poder transmitirse total o parcialmente la farmacia debe llevar abierta al público y con la misma titularidad o cotitularidad un **mínimo de tres años** desde la apertura o desde la última transmisión, salvo en los supuestos de muerte, jubilación,



### *“En Murcia, los farmacéuticos colindantes de la zona farmacéutica no tienen derecho de opción de adquisición previa de una farmacia”*

incapacitación judicial y declaración judicial de ausencia del titular o de uno de los farmacéuticos titulares.

Los farmacéuticos colindantes de la zona farmacéutica no tienen derecho de opción de adquisición previa de una farmacia, para amortización y cierre definitivo de esta.

No se puede transmitir la farmacia desde el momento en que su titular haya presentado solicitud de autorización de apertura de otra farmacia. Esta limitación se mantendrá en tanto no se agote la vía administrativa en la resolución del expediente de apertura y, en su caso, se extenderá hasta que no se resuelva con carácter definitivo en la vía jurisdiccional. En caso de cotitularidad, las limitaciones solo afectarán al farmacéutico cotitular que haya solicitado la apertura de una nueva farmacia. Cuando el titular de una farmacia obtenga una autorización firme de apertura de una nueva oficina, la autorización originaria decaerá automáticamente, así como el derecho de transmisión de la misma. En caso de copropiedad, la pérdida de la autorización afectará sólo al cotitular que hubiese obtenido una nueva autorización de apertura de farmacia. En esta situación, la Consejería de Sanidad y Política Social iniciará de oficio un expediente de apertura para la zona farmacéutica en donde decaerá la autorización, sin que ello suponga limitación alguna a que se inicie a instancias de las entidades, administraciones o particulares habilitados legalmente para ello.

La caducidad de una autorización y el consiguiente cierre de la farmacia no afectará al régimen legal aplicable a los locales, instalaciones y enseres, de conformidad con la legislación civil.

En los casos de cierre forzoso de una farmacia por sanción administrativa o inhabilitación profesional o penal o de cualquier índole de su titular, éste no podrá transmitir dicha farmacia durante el tiempo que permanezca clausurada.

### Navarra

En el caso de Navarra, las oficinas de farmacia abiertas al público pueden cambiar de titularidad sin más limitación que la previa autorización de la comunidad autónoma.

## La Rioja

En el caso de La Rioja, para poder transmitirse la farmacia debe llevar abierta al público un **mínimo de tres años**, salvo que esta se produzca a favor de un heredero, sea por jubilación, incapacitación física o jurídica, o muerte del farmacéutico titular.

Tras la reforma de 2006 no pueden participar en nuevo concurso de farmacia aquellos farmacéuticos que hubiesen transmitido o cedido total o parcialmente su farmacia hasta que no transcurra un plazo de 15 años desde la última transmisión o cesión.

La farmacia no se podrá transmitir o ceder desde el momento en que su titular se haya presentado como concursante en un procedimiento de apertura de nueva farmacia. Esta limitación se mantendrá en tanto no se agote la vía administrativa en la resolución del expediente de apertura y, en su caso, se extenderá hasta que no se resuelva con carácter definitivo en la vía jurisdiccional. En caso de contravenir lo señalado en este punto, el farmacéutico autorizado perderá la nueva autorización, pasando al siguiente farmacéutico concursante. La renuncia del solicitante a la autorización le permitirá recobrar el derecho que pudiera corresponderle a la transmisión o a la cesión. En caso de que el adjudicatario fuese titular de una oficina de farmacia radicada fuera de La Rioja, deberá acreditar haber renunciado de forma voluntaria a los derechos de transmisión o cesión que le otorga la autorización concedida por otra comunidad autónoma. En caso contrario, el farmacéutico adjudicatario perderá la nueva autorización concedida, pasando la misma al siguiente farmacéutico concursante. En todo caso, cuando el farmacéutico que hubiere obtenido autorización firme de apertura de nueva farmacia proceda a la apertura de la misma, la autorización originaria decaerá automáticamente, así como el derecho de transmisión o cesión de la misma.

En los supuestos de cotitularidad, si alguno de los cotitulares se presentase a un concurso de OF o resultare finalmente adjudicatario, conservarán el resto de cotitulares su participación en la misma, debiendo el adjudicatario transmitir o ceder el porcentaje que disponía de la misma.

En los casos de pérdida de autorización por la transmisión o cesión de la oficina de farmacia, la antigua oficina de farmacia sita en el territorio de la comunidad autónoma de La Rioja, saldrá a nuevo concurso de autorización, siempre y cuando ello sea posible por cumplirse las ratios de habitantes necesarias para la apertura.

## Comunidad Valenciana

Para poder transmitirse, en la Comunidad Valenciana la farmacia debe llevar abierta al público diez años para poderse transmitir, salvo en los casos de muerte, declaración legal de incapacidad o de ausencia, invalidez permanente total para profesión habitual, incapacidad permanente absoluta para todo trabajo o gran invalidez del farmacéutico titular. Por ley de acompañamiento a los presupuestos de la Generalitat 2007, se modificó la ley de ordenación para clarificar que esta limitación de diez años es aplicable a todas las OF, con independencia de que la autorización se obtuviera antes o después de la entrada en vigor de la Ley 6/1998 y con independencia del régimen o circunstancias que originaron su apertura. Por la Ley de Medidas de la Generalitat de 2016 (Ley 10/2015 de 29 de diciembre) se volvió a modificar el artículo 26 para aclarar que en el cómputo del plazo de diez años se incluirá tanto el tiempo que hubiese permanecido abierta al público la OF cuya autorización hubiese sido declarada nula por resolución judicial firme, como el que hubiese permanecido abierta al público la segunda OF que, en su caso, hubiese sido autorizada en sustitución de la declarada nula.

## País Vasco

Para poder transmitirse la farmacia debe llevar abierta al público un **mínimo de tres años**, desde la apertura o desde la última transmisión, salvo por fallecimiento, jubilación, incapacitación o declaración judicial de ausencia del farmacéutico titular.

La transmisión de la porción indivisa de uno de los copropietarios a un tercero no afectará al derecho de los demás copropietarios a transmitir su porción, pudiendo ejercitarlo en el momento que consideren oportuno, sin que les resulte de aplicación el plazo de los tres años.

## Melilla

Para poder transmitirse la farmacia debe llevar abierta al público **al menos seis años**, salvo en el supuesto de muerte del farmacéutico titular.

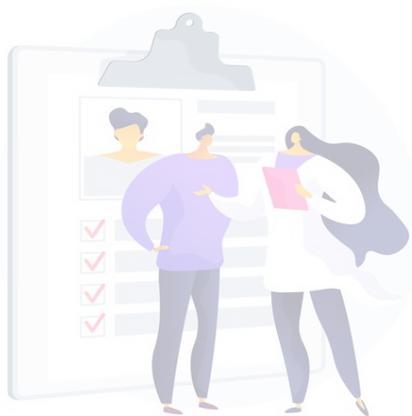
## Ceuta

Para poder transmitirse la farmacia debe llevar **abierta al público seis años**, salvo las excepciones habituales (fallecimiento, etc.).

En cualquier caso, si necesita trasladarnos cualquier consulta o necesita realizar alguna gestión al respecto, puede contactar con nosotros por e-mail en [transmisiones@asefarma.com](mailto:transmisiones@asefarma.com)

## La diferenciación de la farmacia a través de los servicios

Eva Ruiz, Farmacéutica y responsable del departamento de Consultoría de Asefarma explica en este artículo que una de las claves para que la farmacia se diferencie del resto puede ser el ofrecer servicios especializados para el paciente.



centro de salud de proximidad donde la relación y la confianza del cliente con el equipo farmacéutico sea tan estrecha y tan personal como para recuperar el sentido asistencial de la oficina de farmacia de antaño.

La mejor forma de conseguir que dos farmacias no sean iguales, sin perder esencia, es a través de la especialización. Y para lograr ese posicionamiento hemos hablado siempre de mejorar el conocimiento a través de la formación. Porque especializarse, significa ser muy bueno en algo. Es justo tratar de llegar a ser único, llegar a ser especialista. Podemos asimilar el concepto tratando de emularlo con los conocimientos generales de un médico de cabecera y los de un médico especialista como puede ser un dermatólogo o un cardiólogo al que acudimos sin duda cuando el problema es más concreto confiamos en que serán las personas idóneas para ello. El médico de cabecera tiene conocimientos generales; el especialista se forma específicamente en un campo en concreto.

La farmacia que quiere ser diferente y que sabe que eso pasa por la especialización, sabe también que debe profundizar en sus conocimientos en un área concreta. Y, puesto que cuando uno se especializa es porque uno quiere destacar, tendrá que, tras dicha formación, seleccionar minuciosamente un surtido y delimitar una zona dentro del área de ventas donde destacar ese posicionamiento. Creando ese espacio "especial y diferente" en el que posicionar y ubicar todo lo relacionado con esa especialización.

Esto no sólo la hará diferente, sino que, bien gestionada, dará notoriedad a la marca concreta de cada farmacia. Pues si renombramos esta especialización como un servicio de salud de la piel, en el caso de la dermocosmética o del cuerpo en

**E**l gerente de la farmacia, al menos anualmente, se debe sentar a pensar en la estrategia que debe trazar para y por su farmacia. Pues no debe olvidar que siendo como es empresa, debe aplicar en ella criterios de gestión empresarial. Pero también hay que darse cuenta de que cuando piensa en farmacia el consumidor, a su mente acude el lugar donde el paciente podrá encontrar respuesta a sus necesidades de salud, donde solucionan sus problemas gracias a un equipo cualificado dentro de su ámbito de actuación, lógicamente, de forma muy cercana. Es por eso por lo que la farmacia puede, sin duda, llegar a ser (o incluso hoy es referencia) como servicio sanitario a disposición de la comunidad dentro de su área de influencia.

Pero la farmacia que hoy se limita a ofrecer productos relacionados con una u otra patología, sin realizar un seguimiento del paciente, se equivoca. Hay que recuperar el sentido de farmacia asistencial desde la que el farmacéutico ofrezca un asesoramiento profesional especializado y personalizado, a largo plazo, con el que hacer ese seguimiento y vincularlo además a servicios de valor añadido relacionados con la prevención, la salud o el cuidado personal. La visión del gerente de hoy se debe, además, transmitir al equipo para que sirva de inspiración. Y, por supuesto, es su obligación crear un clima de trabajo en el que de forma entusiasta el equipo trabaje al servicio del paciente con el fin de conseguir lo que siempre ha sido la farmacia: un

el caso de la ortopedia, lo natural o la dietética, seremos cada vez más diferentes.

Una parte importante que no debe faltar en la estrategia de especialización es vincular a la misma elementos que aporten valor añadido a la farmacia especialista. Y una oportunidad clara es el tema de los servicios. Incorporar una cartera de servicios adaptada al tipo de cliente de la farmacia y a la especialización que queremos dar a conocer reforzará la imagen de farmacia asistencial. Igualmente importante, además de la incorporación de dicho servicio, es conocer cómo llevarlo a cabo, y conocer si hay una posible demanda del mismo. Por eso, a la hora de definir y establecer los servicios a implantar, el titular también tendrá que planificar sus capacidades de:

- Espacio físico, porque puede requerir llevarlo a cabo asegurando un espacio donde el cliente se encuentre cómodo para ofrecerle una atención personalizada que preserve la confidencialidad del paciente, ya que en ocasiones, determinados servicios según la normativa reguladora exige una determinada superficie y características de instalación y utillaje. Éste es el caso de las secciones de óptica, ortopedia con adaptación individualizada, análisis clínicos y audiometría.
- Tiempo que desde gerencia y equipo se puede dedicar.
- Recursos económicos y humanos.

Hay que tener en cuenta que para implantar una cartera de servicios en la farmacia el equipo farmacéutico:

- Se habrá tenido que formar convenientemente de forma específica antes de la implantación para poder desarrollar cada uno de ellos.
- Se tendrán que elaborar unos protocolos definidos que todo el equipo debe conocer y seguir en cada servicio.
- Se tendrá que ofrecer el servicio de forma complementaria a su especialización o dentro del proceso de la dispensación para dar a conocer su posicionamiento a cada paciente, pues con cada actuación surgirá una oportunidad de vinculación con la farmacia del cliente como herramienta de fidelización.
- Se tendrá que evaluar la respuesta por parte del paciente con respecto al servicio y analizar su evolución y posibles mejoras a implantar.

*“La farmacia que quiere ser diferente sabe que debe profundizar sus conocimientos en un área concreta”*

Es importante tener en cuenta que hay determinados servicios que requieren acreditaciones más específicas y algunas de ellas van vinculados al profesional que desarrolle la misma: como es el caso del servicio de SPD o el servicio de análisis de la piel. Sabiendo, además, que en muchos casos, para poder ofrecerlos, dicha acreditación es válida únicamente si el poseedor de la misma es el propio titular, puesto que dicha acreditación no va ligada a la farmacia en sí, sino a la persona que realiza el servicio.

De esta forma, el cliente/paciente se asegura de que el servicio que se le oferta en la oficina de farmacia es de calidad y cumple con todas las garantías sanitarias. Aunque en algunos casos sólo se permite su implantación en farmacia si es el propio titular quien está acreditado como Director Técnico propietario de la farmacia, como en el caso de la nutrición, la óptica, la ortopedia, los análisis clínicos y la audiometría.

La cartera de servicios que desde la oficina de farmacia se puede ofrecer al cliente es un claro elemento de diferenciación. Seremos más diferentes cuanto más extensa sea nuestra cartera de servicios y con ellos lograremos convertir a la farmacia, en definitiva, en un servicio asistencial de salud desde donde ofrecer actividades como la formulación magistral, el SPD, los análisis clínicos, la puesta de pendientes, la secesión tabáquica o el servicio de nutrición... Algunos de estos servicios como decíamos anteriormente se podrán ofrecer desde el mostrador como complemento al consejo activo, como complemento a la dispensación. Éste es el caso de estos dos últimos por ejemplo, pues en el caso de los pacientes hipertensos con riesgo cardiovascular, ofrecerlos supone la oportunidad de un estrecho seguimiento del paciente y una mayor fidelización. Otros como el análisis de la piel, el estudio de la pisada o la elaboración de plantillas serán un elemento añadido con la que parametrizar dicha especialización en dermocosmética o en ortopedia que, queremos mostrar como un nuestro nuevo posicionamiento a nuestro cliente y al cliente potencial.

Invito a reorientar las oficinas de farmacia hacia la especialización y a la puesta en marcha de servicios para, en un futuro, estar claramente posicionadas. Y ser una firme competencia del comercio online y de las grandes cadenas, como la farmacia asistencial del futuro.

Si necesita trasladarnos cualquier consulta o necesita realizar alguna gestión al respecto, puede contactar con nosotros a través del e-mail a la dirección: [consultoria@asefarma.com](mailto:consultoria@asefarma.com)

## Claves en el diseño de farmacias estrechas para crear espacios óptimos

Arianne Alzola, Project Manager en Concep · by Glintt, muestra cómo sacar el máximo partido de los espacios estrechos de la farmacia para aumentar su rentabilidad.



### Farmacias largas y estrechas, ¿ventaja o desventaja?

La tipología de nuestro local de farmacia puede parecer un hándicap en un inicio. Sin embargo, cuando confiamos a un profesional el diseño de nuestro negocio podemos lograr, con un buen planteamiento, sacarle partido y convertir los inconvenientes en oportunidades.

Las farmacias estrechas, que no tienen por qué ser necesariamente pequeñas, suponen un reto proyectual.

Por un lado, la fortaleza de este tipo de planta consiste en que la exposición de producto cercana al cliente beneficia la venta ya que casi todo el recorrido se convierte en una zona templada o caliente, quedando todo el producto al alcance de la mano del cliente.

Por otro lado, debemos conseguir crear un espacio atractivo y confortable, que no dé sensación recargada o agobiante, convertida en un largo pasillo sin fin. Plantear un concepto único y singular será clave en el éxito de tu farmacia.

*El objetivo final será evitar un “efecto tubo”. Siguiendo algunos consejos podemos lograr que nuestra farmacia alcance todo su potencial.*

### Crear zonas con diferentes ritmos

Debemos evitar espacios aburridos que conviertan el recorrido en una monotonía. Para ello podemos generar zonas diferenciales, que contengan un tratamiento estético y de acabados distinto, donde situar las categorías más relevantes de nuestra farmacia que serán aquellas con las que debemos distinguir nuestra oficina de farmacia de la competencia. Así conseguiremos diseñar un espacio más ameno y atractivo a la vez que potenciamos el producto de cara a aumentar las ventas.

### Apuntar alto

Aunque no dispongamos de mucha distancia entre paredes podemos ampliar el espacio visual si aprovechamos al máximo las oportunidades que nos permita el techo. Si disponemos de mucha altura podemos sacar partido de este espacio extra elevando los techos o incluso dejando el forjado visto. Y si no tenemos tanta suerte, podemos potenciar las zonas de techo con estructuras decorativas como la planteada en la Farmacia Las Hadas de Madrid, donde se planteó un bosque horizontal que representaba el concepto de la farmacia,



convirtiéndolo en un punto “wow” que permanecerá en la memoria de nuestros clientes.

### **Iluminación, el secreto de los maestros**

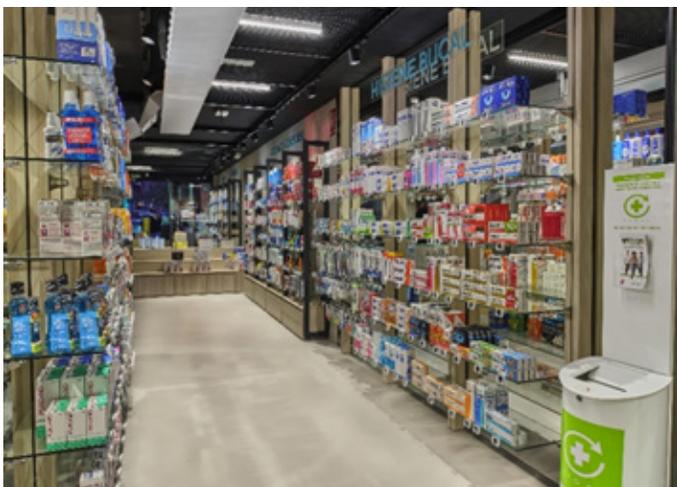
Una buena iluminación es la clave de un interiorismo exitoso. La iluminación nos ayuda a realzar y potenciar el producto y a la vez crear un espacio agradable. Además, la iluminación de los espacios comerciales puede modificar el estado de ánimo de las personas y, por tanto, la posibilidad o no de realizar una compra.

Una mano experta puede conseguir que la iluminación sea la esencia que marque la diferencia en nuestro espacio de ventas.

### **¡Hacer magia con ilusiones ópticas!**

Magia parece, pero no lo es. Gracias a la ubicación clave de acabados como espejos, vidrios o diferentes tonalidades de pintura podemos conseguir agrandar visualmente un espacio ceñido. Se puede jugar también con los cambios de acabados en pavimentos y paredes para zonificar espacios.

En la Farmacia Cruz Vera, de Madrid, se recurrió a este recurso, panelando las paredes con cristal espejo en



una zona realmente estrecha y el resultado ha sido todo un acierto ya que visualmente trasmite mayor amplitud de la que realmente existe.

### **Mobiliario a medida**

El mobiliario a medida nos permite exprimir al máximo

*“Gracias a la ubicación clave de acabados como espejos, vidrios o diferentes tonalidades de pintura podemos conseguir agrandar visualmente un espacio ceñido”.*

las posibilidades de nuestro local. Aprovechar cada centímetro e integrar pilares y otros elementos constructivos junto al mobiliario nos ayudará a aumentar los metros lineales de exposición y las posibilidades de cada categoría. A su vez podemos situar pequeños expositores como peanas o góndolas que nos refuercen la capacidad de exposición sin ser mobiliario fijo.

Debemos recordar que una de las claves de la venta de productos de parafarmacia se encuentra en la capacidad de exposición lineal que tengamos.

### **Traza líneas diagonales**

En farmacias ajustadas pero largas podemos posicionar el mobiliario como los mostradores o incluso el cambio de materiales de forma diagonal, consiguiendo así espacios más amplios sin renunciar a nuestras necesidades.

En definitiva, a la hora de afrontar el diseño de una farmacia es importante convertir las desventajas en ventajas, exprimiendo al máximo las posibilidades que tenemos en nuestro local.

Confianza en grandes profesionales conseguirás sacar el máximo partido a tu farmacia. ¡Y conseguir que tu negocio sea rentable!



## Cómo atraer a más consumidores/ compradores a tu farmacia

Doriane Delaurens, farmacéutica y consultora en Concep · by Glintt, explica las claves para poder atraer a más consumidores y compradores a tu espacio de venta.



Una de las mayores inquietudes de los farmacéuticos es cómo captar nuevos clientes en su farmacia, cómo conseguir un incremento de sus operaciones aumentando el número de visitas diarias. Ante esta preocupación existen diferentes acciones marketinianas que pueden favorecer la atracción o captación de nuevos clientes.

¿Qué tipo de acciones podemos llevar a cabo para mejorar la atracción de consumidores hacia nuestro negocio?

### **Aumentar la visibilidad exterior de tu farmacia:**

El escaparate de la farmacia es su principal carta de presentación. Es importante asegurarnos de que transmitimos nuestros valores de marca y nuestra propuesta de valor diferencial frente a otras farmacias competidoras. Si utilizamos el escaparate para exponer los mismos carteles y las mismas promociones que tienen otras tantas farmacias, no nos estaremos diferenciando en nada.

Si queremos ser una farmacia diferencial o especializada en algún ámbito concreto, también deberemos comunicarlo en este punto. Los escaparates, la cartelería y todos los elementos que armonizan la publicidad exterior, deben ser visibles y atractivos a fin de llamar la atención de los clientes, pero, a su vez, deben transmitir mensajes concretos, claros y sencillos.

### **Mejorar la disposición interna:**

Al entrar en la farmacia, es imprescindible disponer de una Distribución Óptima de Categorías, no sólo para gestionar y poder tratar cada categoría como una unidad de negocio independiente, sino también para ofrecer una experiencia de compra única y memorable que atraiga a nuevos clientes. Además, las categorías estratégicas más importantes de la farmacia, deberán gozar de una ubicación preferencial dentro de nuestro espacio de venta y de una gestión independiente de la misma.

### **Desplegar una estrategia Digital:**

Internet es el escaparate online de la farmacia. Por tanto, crear una página web y promover el uso de las redes sociales para incentivar el *engagement* de nuestro público objetivo nos permite desplazar el espacio físico a la red e interaccionar de una manera más cercana con el usuario.

Debemos generar contenido de calidad, de tipo corporativo, para dar notoriedad a nuestra marca, también de cómo fomentar estilos de vida saludables o de dar consejos sobre medidas higiénico-dietéticas para prevenir o tratar los síntomas menores. Además, también podemos utilizar el espacio digital, para dar información y promoción de los productos y servicios que tenemos en cartera. Es un punto muy a favor para poder conectar con los perfiles más jóvenes que frecuentan menos el punto físico de la farmacia.

### **Dinamizar el espacio físico:**

Cuando hablamos de dinamizar el espacio físico, estamos hablando de desplegar una acción de comunicación comercial a nuestro paciente/cliente ejecutada con un objetivo claro y conciso. Por ejemplo, una acción focalizada en incrementar las ventas de la categoría de dermocosmética en la cuál por la compra de 2 o 3 productos de una rutina de belleza se regale un producto de la primera fase de limpieza.

También podríamos aprovechar este intervalo de tiempo que dura la campaña, para animar la farmacia con un evento o taller que enseñe a nuestros clientes a cómo aplicar dichos cosméticos mejorando su efectividad. O incluso realizar una charla informativa sobre qué tipo de necesidades o cuidados necesita un tipo de piel en concreto, esto nos dará pie a conocer los insights de nuestros clientes potenciales.

*“Si queremos ser una farmacia diferencial o especializada en algún ámbito concreto, también deberemos comunicarlo”*

### **Prescriptores:**

Llevar a cabo acciones o campañas tales como la explicada anteriormente, convertirán a tus clientes/pacientes en prescriptores de tu farmacia gracias al boca-oreja. Cuanto más gancho y más ruido generen dichas acciones, más clientes conseguiremos captar a través de esta vía.

### **Maximizar la atención del paciente-cliente.**

Es de vital importancia llevar el consejo farmacéutico a la excelencia. Nuestra misión tiene que ser la de maximizar el cuidado de nuestros pacientes/clientes siendo capaces de detectar sus necesidades de salud elaborando la mejor prescripción farmacéutica posible. El plus de valor añadido en

cada dispensación de mostrador es nuestra ventaja competitiva frente a otros canales y también frente a nuestros competidores más directos.

Para concluir, si queremos atraer más consumidores a nuestra farmacia debemos trabajar nuestra visibilidad exterior, comunicar debidamente, mejorar la disposición interna, realizar campañas de dinamización y, sobre todo, desplegar una presencia digital que nos permita conectar de forma directa con un público mucho mayor. Para asegurarnos de realizar todo ello y procurar no desviarnos por el camino, es recomendable ir de la mano de un consultor experto que nos ayude a planificar y ejecutar dichas acciones, además de controlar y verificar a posteriori los resultados obtenidos.



## ¿Qué medidas de seguridad debemos observar en nuestra oficina de farmacia?

Adela Bueno, Abogada y responsable del departamento Jurídico de Asefarma, explica los puntos a tener en cuenta por la farmacia para tener al día el registro de sus sistemas de seguridad.



**N**os consta que recientemente la Policía, en el marco de su actuación inspectora, ha solicitado a algunos establecimientos de oficinas de farmacia el denominado **libro-catálogo de instalaciones y revisiones de los sistemas de seguridad conectados a centrales receptoras de alarmas o a centros de control o de video vigilancia**. Lo cual ha generado cierta preocupación de los titulares respecto de las medidas de seguridad que deben observarse en la oficina de farmacia y las obligaciones inherentes a las mismas.

Pues bien, vamos a intentar en este artículo aclarar la situación. El **Real Decreto 2364/1994 de 9 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de Seguridad Privada**, establece en el Capítulo II dedicado a las Medidas de Seguridad, en su artículo 131, que:

*"Todas las oficinas de farmacia deberán contar con un dispositivo de tipo túnel, bandeja de vaivén o bandeja giratoria con seguro, que permita adecuadamente las dispensaciones a los clientes sin necesidad de que estos penetren en el interior. La utilización de esta medida será obligatoria únicamente cuando las farmacias presten servicio nocturno o de urgencia".*

Asimismo, la **Orden INT/317/2011, de 1 de febrero sobre medidas de seguridad privada**, dispone en su art. 22:

*"1. Los dispositivos tipo túnel, bandeja de vaivén o bandeja giratoria con seguro, de que deberán*

*disponer las oficinas de farmacia, habrán de estar ubicados en un elemento separador que impida el ataque a las personas que se hallen en el interior.*

*2. Los citados dispositivos podrán ser sustituidos por persianas metálicas, rejillas conforme a la Norma UNE 108142, cristal blindado con una categoría de resistencia P5A según Norma UNE-EN 356, una pequeña ventana practicada en el elemento separador, o cualquier otro dispositivo con similares niveles de seguridad".*

Por tanto, según la normativa vigente de aplicación, **el dispositivo de tipo túnel, bandeja de vaivén o bandeja giratoria con seguro, es la única medida de seguridad de carácter obligatorio que se exige para las oficinas de farmacia**, sin que sea obligatorio para este tipo de establecimientos la instalación de cualquier otro sistema de seguridad.

Sin embargo, ello no es óbice para que el titular de farmacia que desee reforzar las medidas de seguridad de su establecimiento pueda hacerlo implementando otros sistemas de seguridad como pueden ser la instalación de cámaras de seguridad con grabación o una alarma. Por lo que respecta a las oficinas de farmacia que no estando obligadas a la instalación de otras medidas de seguridad diferentes del conocido "guardiero" dispongan de aparatos, dispositivos o sistemas de seguridad conectados con centrales de alarmas, deben tener presente que han de cumplir con las obligaciones establecidas en el Reglamento de Seguridad Privada, aprobado por Real Decreto 2364/1994, de 9 de diciembre.

El artículo 43.4 del citado Reglamento de Seguridad Privada, contempla dos tipos de libros: el **libro-registro de revisiones** que debe llevar la empresa instaladora de los aparatos, dispositivos o sistemas

*“El dispositivo de tipo túnel, bandeja de vaivén o bandeja giratoria con seguro es la única medida de seguridad que se exige para la farmacia”*

de seguridad, o la empresa que, en su caso, realice las revisiones y el **libro-catálogo de instalaciones y revisiones** que debe llevar la empresa cliente o titular de la instalación correspondiente (en este caso la oficina de farmacia si tuviera instalado un sistema de seguridad conectado con una central de alarmas).

Por lo tanto, tratándose de establecimientos, empresas o entidades no obligados a disponer de medidas de seguridad electrónicas, como son las oficinas de farmacia, pero que se hayan conectado con una central de alarmas, también deberán llevarse ambos libros: el de revisiones por la empresa de seguridad instaladora o que realice las revisiones, en su caso, y el de instalaciones y revisiones por la empresa cliente o titular de la instalación. En nuestro caso particular, el titular de la farmacia y titular del sistema de seguridad conectado, deberá adquirir **libro-catálogo de instalaciones y revisiones** y diligenciarlo. Y la empresa que lo instaló, cumplimentar todos los epígrafes del mismo, entre ellos, describir y ubicar los diferentes elementos del sistema y anotar cada uno de los mantenimientos presenciales realizados.

En todo caso, cualquiera de los libros antes reseñados deben ser diligenciados en la forma

prevista en el **artículo 14.1 de la Orden INT/314/2011, de 1 de febrero sobre empresas de seguridad privada**: “Las hojas de los Libros-Registro o, en su caso, las hojas o soportes que se utilicen para la formación posterior de aquellos, deberán ser foliadas y selladas con carácter previo al inicio de las anotaciones. En la primera hoja, la Jefatura Superior de Policía o Comisaría Provincial o Local y, en su caso, la Policía Autonómica, correspondiente a la demarcación territorial de la sede social de la empresa o delegaciones de la misma, asentará la diligencia de habilitación del Libro. En la citada diligencia constarán los siguientes extremos: fin a que se destina, empresa a la que pertenece, número de folios de que consta, precepto que cumplimenta la diligencia, lugar y fecha de la misma, debiendo estar firmada por el responsable de la respectiva dependencia policial o persona en quien delegue”.

A modo de conclusión podemos indicar:

1. Todos los titulares de instalaciones con sistemas de seguridad conectados a centrales de alarmas o centros de control, deberán disponer de un Libro-catálogo de Instalaciones y Revisiones.
2. La adquisición y diligenciado del mencionado Libro es responsabilidad exclusiva de los titulares de los referidos sistemas de seguridad.
3. Las empresas de seguridad habilitadas para la actividad de instalación y mantenimiento, están obligadas a cumplimentar todos los epígrafes del Libro Registro de Instalaciones y Revisiones de los clientes con sistemas conectados.

En cualquier caso, si necesita trasladarnos cualquier consulta o necesita realizar alguna gestión al respecto, puede contactar con nosotros por e-mail en [juridico@asefarma.com](mailto:juridico@asefarma.com)



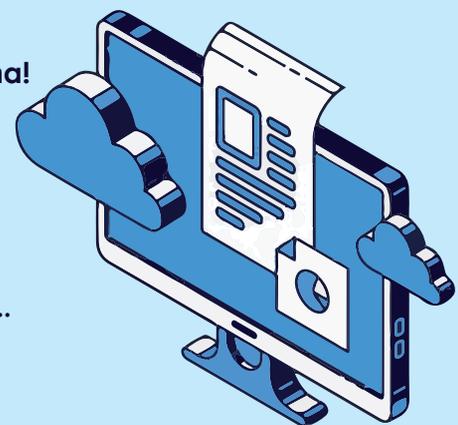
## La Plaza de Asefarma

¡Entra en [www.asefarma.com](http://www.asefarma.com) y descubre el área de clientes de Asefarma!



- Documentación contable
- Farmacias en venta
- Circulares informativas
- Cursos celebrados
- Todos los descuentos negociados con proveedores...

¡A tan solo un clic!



# Requisitos formales del despido por causas objetivas

Eva M<sup>a</sup> Illera, Graduada en Derecho y especializada en Laboral, responsable del departamento Laboral de Asefarma, continúa con este artículo las explicaciones sobre los requisitos del despido por causas objetivas.



**E**n los tres últimos boletines, en la sección laboral, se trataron como modalidades del denominado despido objetivo (el despido por ineptitud del trabajador, por falta de adaptación a las modificaciones técnicas y el despido por causas económicas, técnicas organizativas y de producción). Como broche final, en este artículo, tratamos los requisitos formales que han de observarse en estas situaciones de extinción de la relación laboral, ya que, el despido objetivo depende además de la acreditación de la concurrencia de las causas que lo motivan, del cumplimiento de una serie de requisitos formales regulados en el art. 53.1 ET.

De esta forma, el titular de farmacia que adopte una decisión extintiva basada en las causas para el despido objetivo, debe observar los requisitos siguientes:

- a) Comunicación escrita al trabajador expresando la causa.
- b) Se debe poner a disposición del trabajador, simultáneamente a la entrega de la comunicación escrita, la indemnización de veinte días por año de servicio, prorrateándose por meses los periodos de tiempo inferiores a un año y con un máximo de doce mensualidades.
- c) Concesión de un plazo de preaviso de quince días.

Analizamos a continuación cada uno de los requisitos mencionados:

## La Comunicación escrita

El farmacéutico debe comunicar la decisión extintiva de una forma escrita especificando la causa que la determina y concretando los hechos en base a los cuales se ha optado por el despido. Está claro que no puede ser una relación genérica a una de las causas legales de extinción, sino que ha de especificar los hechos concretos que la motivan. De esta forma, el trabajador tendrá conocimiento de la causa y podrá ejercer el derecho a impugnarla. Se pretende, en definitiva, con esta exigencia, evitar la indefensión jurídica.

### Medio utilizado para la comunicación escrita:

Con respecto a los medios permitidos para realizar la comunicación del despido por escrito, es preciso aclarar que estamos en presencia de un acto recepticio por lo que, no adquiere eficacia ni despliega todos sus efectos hasta que el trabajador no tenga conocimiento del mismo.

Por ello, adquiere especial relevancia el medio utilizado de comunicación escrita y debe ser idóneo para poner en conocimiento del empleado la decisión extintiva: "son medios de comunicación válidos las fórmulas que puedan considerarse inequívocamente idóneas para que la decisión llegue a conocimiento del trabajador".

Así, los medios de comunicación escrita habitualmente utilizados por la empresa para la notificación del despido son: notificación

en mano y burofax. Pero también son eficaces otros medios como: el correo electrónico, SMS, WhatsApp... ya que son medios admitidos en Derecho, siempre y cuando la comunicación contenga los requisitos mínimos para la validez del despido -como las causas que lo motivan, fecha de efectos- y pueda acreditarse el envío y la recepción de la comunicación. No obstante lo anterior, aun siendo admisibles, tanto el SMS como el WhatsApp no parece que sean los más idóneos, puesto que no permiten concretar y motivar suficientemente un despido o un nuevo puesto de trabajo.

*“El despido objetivo depende además de la acreditación de la concurrencia de las causas que lo motivan”*

## La indemnización y su puesta a disposición

El farmacéutico titular debe, al articular esta decisión extintiva, poner a disposición de su empleado y junto con la comunicación, la cantidad correspondiente a la indemnización -con excepciones como pueden ser la alegación de causa económica-. Tal y como vienen estableciendo nuestros tribunales, la puesta a disposición ha de ser efectiva, no siendo válido el mero ofrecimiento. En caso contrario estaríamos ante una improcedencia y admitiendo como

simultaneidad la realización de una transferencia el mismo día.

Es importante reseñar que, tal y como establece el artículo 53, la indemnización que ha de ponerse a disposición del empleado que sufre la decisión extintiva, es de 20 días por año de servicio. Salvo, claro está, que exista acuerdo individual o por medio de convenio colectivo pactando un cálculo superior. La consecuencia de poner a disposición del empleado despedido una cantidad inferior a la preceptiva, es la declaración de improcedencia en caso de ser impugnado el despido; teniendo esta norma general excepciones como es la de aquellos en casos en que se ha producido el denominado “error excusable”.

## El preaviso

La Ley 35/2010 de 17 de septiembre, de medidas urgentes para la reforma del mercado, vino a introducir entre otras, la modificación del art 53.1c) ET. estableciendo un plazo de 15 días en concepto de preaviso, sustituyendo al de 30 días fijado en la regulación anterior.

En caso de no cumplir con este plazo de preaviso, el empresario ha de abonar una indemnización correspondiente a los días incumplidos de preaviso (equivalente a un día de salario por cada uno de falta de preaviso), no pudiendo considerarse el despido nulo por la falta de preaviso.

Para cualquier consulta o gestión, puede contactar con nosotros en [laboral@asefarma.com](mailto:laboral@asefarma.com)

# I FORO ONLINE ASEFARMA

**6 mesas redondas**  
**Ponentes de prestigio en el sector**  
**Más de 6h de contenido de interés para el farmacéutico**



**Hacia dónde evoluciona la farmacia**  
**8, 9 y 10 de junio de 2021**

- Hacia la farmacia de especialización
- La farmacia tecnológica: hacia el humanismo tecnológico en la farmacia
- Tendencias actuales en la gestión de equipos
- Nuevos espacios e imagen integral de la farmacia
- Nuevos modelos en la gestión de farmacia
- Plataformas de compra vs Grupos de compra y mucho más

Disponible en el canal de Asefarma en  YouTube

Suscríbete al canal o entra en [www.asefarma.com/i-foro-online](http://www.asefarma.com/i-foro-online) e inscríbete en el Foro

Patrocinan:



# Resurgir al rebufo de las vacunas

José Manuel Retamal, responsable del área de Gestión Patrimonial, asesor de Patrimonios en Asefarma y miembro de la European Financial Planning Association España, hace una serie de reflexiones acerca de cómo el ritmo de vacunación anima a los mercados.



Y

a por fin, parece que el ritmo de vacunación en Europa y occidente en general, coge velocidad de crucero. Del mismo modo que, por mucha especulación que ha habido, nos hemos mantenido prudentes, alejados de la, desde nuestro punto de vista patrimonialista, excesiva euforia sobre el fin de la pandemia y una posible rotación de las carteras. Ahora sí, creemos que estamos en condiciones de filtrar o pincelar, sectores y activos que pudieran verse favorecidos por la vacunación.

En ningún momento pretendemos adelantarnos, ser los más listos de la clase, sino, más bien, intentar "pillar alguna buena ola", pero nunca ser pioneros, ya que ello conlleva riesgos que, en plano colectivo y profesional, de conformidad con los perfiles de nuestros clientes, ni podemos ni queremos permitirnos, dada la diligencia debida para con sus patrimonios.

Sería un acto bastante fácil de llevar a cabo entrar en todo aquello que sufrió en 2020 un desgarró descomunal en la valoración, pero creo que hay que distinguir, puesto que no creemos que esta pandemia haya sido un KitKat en el devenir de las economías y de las personas y, sobre todo, porque seguimos lejos del final.

Posiblemente, si todo sigue al ritmo actual y no hay nuevos sobresaltos, para finales de 2021, estaremos en mejores condiciones de poder afirmar o vislumbrar el tan ansiado final.

## RENTA VARIABLE

Geografías			
RV Global		●	
RV Europa		●	
RV EE.UU.			●
RV Emergentes	●		

Estilos y capitalizaciones			
Growth			●
Value		●	
Calidad			●
Cíclicos		●	
Defensivos	●		
Financieros	●		
Pequeñas compañías		●	

Sectores	á É Ď ě í	áá É ĩ ĩ ĩ	-ç ë cá í
Consumo discrecional			🇺🇸 🇪🇺
Lujo			🇺🇸 🇪🇺
Tecnología			🇺🇸 🇪🇺
Comunicaciones			🇺🇸
Bancos y seguros	🇪🇺		🇺🇸
Servicios públicos	🇺🇸 🇪🇺		
Automoción		🇺🇸 🇪🇺	
Consumo básico		🇺🇸 🇪🇺	

## RENTA FIJA

Tipos de activo			
RF Pública Europa	●		
RF Pública EE.UU.		●	
RF Privada Europa			●
RF Privada EE.UU.			●
RF Financiera senior			●
RF Financiera subordinada		●	
RF HY EUR		●	
RF HY EE.UU.			●
RF Emergentes Dólar			●
RF Emergentes Moneda Local		●	

## DIVISAS INVERSIONES ALTERNATIVAS

EUR/USD		●	
Petróleo	●		
Oro			●
Inmobiliario		●	

Fuente: Tressis

*“Posiblemente, si todo sigue al ritmo actual y no hay nuevos sobresaltos, para finales de 2021, estaremos en mejores condiciones de poder afirmar o vislumbrar el tan ansiado final”*

Siguiendo dicha estela y amparados por la artillería de los bancos centrales, cuya actuación ha sido rápida y efectiva, hasta ahora, consideramos que sectores como el consumo, el lujo y las infraestructuras pudieran hacer su agosto de aquí al final del año y aunque estamos asistiendo a recortes significativos en otros sectores como el tecnológico o el farmacéutico, seguimos siendo positivos a futuro. Lo que pasa, es que el año pasado tiraron mucho y ahora toca consolidar.

En el lado de los riesgos, dos por encima de todos: el aumento de la inflación, aunque a día de hoy parece que se está controlando y el riesgo de insolvencia en el sector financiero, ¡ahí es nada! Sector este último sobre el que tenemos una visión negativa de igual modo que respecto a los servicios públicos.

En cualquier caso, sepa que para ésta o cualquier otra cuestión que quiera consultarnos, puede escribirnos al departamento Financiero de Asefarma a través del correo electrónico [financiero@asefarma.com](mailto:financiero@asefarma.com)

## VALENCIA

- Farmacia en **Valencia capital**, 8 horas, muy bien ubicada, libre de personal, con recorrido.
- Farmacia en **Valencia provincia**, cercana a importante población, SOE 90%, local en propiedad y facturación de 240.000€.

## CASTILLA-LA MANCHA

- Farmacia en **Albacete provincia**, bien comunicada y con recorrido.
- Farmacia en **Albacete capital**, con alta rentabilidad y posibilidad de crecimiento.
- Farmacia **Ciudad Real provincia**, ideal para iniciarse.
- Farmacia en **Cuenca provincia**, de fácil gestión y con ventas estables.
- Farmacia en **municipio de Toledo**, local reformado y muy bien ubicado con crecimiento año tras año. Alta densidad de población y afluencia de paso. Facturación 1.000.000€.
- Gran oportunidad para emprendedores, farmacia web a pleno rendimiento, muy estable y bien posicionada, apta para cualquier lugar del país.
- Farmacia rural única en **Toledo provincia** de fácil gestión y gran potencial, mucho recorrido, ideal para comenzar la actividad con 80% SOE y mucho potencial de venta libre.

## CATALUÑA

- Farmacia zona de alta densidad de población en **Barcelona Norte**, facturación 560.000€. Venta por jubilación.
- Farmacia de barrio con afluencia de paso, excelente rentabilidad, a pie de metro. Facturación 950.000€
- Farmacia en **Vallés**, local en propiedad y facturación de más de 1.500.000€
- Farmacia en **Girona provincia**, con facturación estable en torno a los 700.000 €. Jubilación.
- Farmacias en **Lleida provincia**, muy bien comunicadas y con todos los servicios. Facturación de 300.000 a 700.000€.
- Farmacia en **Barcelona** ideal para empezar. Facturación 250.000€.

## ASTURIAS

- **Farmacia** rural, 540.000€ de facturación, local en alquiler, alta rentabilidad
- Farmacia Urbana, 700.000€ de facturación, local en alquiler, opciones de crecimiento.
- Farmacia urbana, 1.000.000€ de facturación, local en propiedad, facturación consolidada.

Todas nuestras  
farmacias en  
venta, aquí



## C. DE MADRID

- Farmacia en **Madrid capital** al lado de centro de salud en construcción. Local de aprox. 235m<sup>2</sup> en propiedad. Posibilidad de potenciar venta libre. Facturación de 550.000€.
- Farmacia en una de las zonas más exclusivas de **Madrid**. Cercana a Hospital. Facturación 1mill. Local de aprox. 120m<sup>2</sup>.
- Licencia en la **Carretera de la Coruña** libre de personal, local en alquiler. 8h. Facturación de 180.000€. Posibilidad de subir o trasladar.
- Farmacia de Barrio en zona de paso. 8h. **Madrid capital**. 500.000€ de facturación. Local en alquiler o propiedad.
- Disponemos de licencia en **Madrid** para trasladar y locales con buena ubicación.
- Farmacia en plena **Sierra de Madrid** de 8h jubilación ideal para primera Farmacia.
- Farmacia con gestión tradicional en **Madrid capital**. 8h. Local en propiedad. Fcion 500.000€
- Farmacia **Comunidad de Madrid** en zona de constante crecimiento. 8h. Amplio local en propiedad. Facturación de 800.000€
- Venta de Farmacia por jubilación en la **Comunidad de Madrid**, zona residencial. Facturación superior a 2 millones. Amplio local en propiedad.

## ANDALUCÍA

- Farmacia en **Málaga**, a 40 minutos de Granada, muy cómoda de llevar y con buena rentabilidad. Facturación de 850.000€.
- Farmacia en **Málaga**, en Costa del Sol, con excelente local en propiedad ubicada en una calle muy transitada. Facturación de 2.000.000€.

## CASTILLA Y LEÓN

- Farmacia urbana en la **provincia de Zamora**, 530.000€ de facturación y local en propiedad, interesante nivel de venta libre.
- Farmacia a 15 minutos de **León capital**, 360.000€ de facturación, libre de personal y sin guardias.
- Farmacia en **Valladolid capital**, facturación media, con posibilidades de mejora.
- Farmacia rural en **Burgos**, facturación de 370.000€, estable, cómoda y bien comunicada.
- Farmacia rural zona sur, facturación de 440.000€, consolidada y con alta rentabilidad.

## CANARIAS

- **Farmacia en Gran Canaria**, con facturación superior a 2.000.000€, 12 horas, amplio local en propiedad, céntrica.