



# El Boletín de ASEFARMA

Compraventa - Asesoría - Consultoría



*Contigo de principio a fin*

**FISCAL:** ¿Podemos ahorrar impuestos antes de finalizar el año? (Pág. 4) ... **COMPRAVENTA:** Claves para elegir una farmacia (Pág. 6) ... **CONSULTORÍA:** Indicadores de gestión o KPI's de la oficina de farmacia (Pág. 8) ... **JURÍDICO:** ¿Es posible disponer de un asesor nutricional externo en la oficina de farmacia? (Pág. 10) ... **GESTIÓN - CONCEP:** Visual merchandising para asegurar las ventas durante las rebajas (Pág. 12)/ La exposición de productos en la oficina de farmacia: ¿qué y cómo? (PÁG. 14) **LABORAL:** En enero 2025 entra en vigor la cotización adicional de solidaridad (Pág. 16) ... **FINANCIERO:** Balance de fin de año (Pág. 18)/ Inversiones financieras en busca de la deducción fiscal PÁG. 19).



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

*“Hay que estar muy pendientes de las novedades que vienen y estar abiertos a aplicarlas”.*

# Editorial

## La llegada de la IA y el impacto en el día a día de la oficina de farmacia

Queridas/os compañeras/os,

Como os anunciaba en mi último editorial, efectivamente este último trimestre del año ha estado lleno de Congresos, Meetings y Encuentros, en los que nos hemos reunido más de un millar de farmacéuticos con el fin de seguir aprendiendo y debatir en los diversos temas que nos preocupan. Con la visión que me da tantos años en el asesoramiento de farmacias, y ahora también desde detrás del mostrador de mi propia farmacia, quisiera hacer referencia al tema más relevante: la llegada de la Inteligencia Artificial y el impacto que puede tener en nuestro día a día. Ahora mismo no somos capaces de calibrar la revolución que supondrá, pero imaginemos que disponemos de un colaborador que nos hace las compras, tanto las del día a día como las directas, de manera optimizada y eficiente, que además nos controla el stock y de manera automática pone máximos y mínimos según las necesidades reales de la farmacia, que nos indica que producto tenemos que vender en cada ocasión por margen y oportunidad, se anticipa a las necesidades de nuestros clientes, que ofrece el mejor consejo farmacéutico, que nos proporciona formación y planes de desarrollo de la farmacia, que nos dice en que podemos mejorar y cómo hacerlo, en que estamos fallando y como corregirlo. Imaginadlo, porque esto ya es real y ya está aquí. Lo hemos podido escuchar en todas esas jornadas a las que me refiero, pero especialmente en los Encuentros de Asefarma 2024. Esto va a suponer una mejora importante en la rentabilidad de las farmacias y también nos va a ahorrar un montón de tiempo. Hay que estar muy pendientes de las novedades que vienen y estar abiertos a aplicarlas en nuestras farmacias. La IA no es un “rollo” tecnológico más que nos toca sufrir, es que va a suponer una auténtica revolución en nuestra forma de gestionar la farmacia, en nuestras vidas y en las de nuestros pacientes/clientes.

No quiero terminar estas líneas sin mandar un mensaje de cariño y solidaridad a todas las víctimas de la DANA de Valencia, que aún sobrecoge por su poder destructivo. Nos queremos quedar con la ola de solidaridad que ha recorrido España en contraste con la incapacidad, sectarismo e incompetencia de los políticos que nos gobiernan.

Y ya sin más preámbulos os dejo con la lectura de este boletín, siempre interesante, y pensado para serle útil al farmacéutico. Destacaré especialmente el artículo de la sección fiscal, por la importancia que tiene realizar una planificación y revisión fiscal antes de que acabe el año, y que nos permitirá ahorrar impuestos en el IRPF de 2025.

Que tengáis todos unas felices fiestas navideñas y una estupenda entrada en el nuevo año 2025.

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

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





Para cada farmacia la mejor receta.

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



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



Consis E - el robot con cargador automático



**¡Aprovecha la ventaja fiscal!**

Ejemplo de inversión:  
**50.000,00 €**

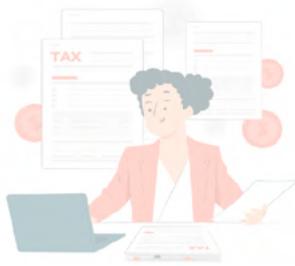
Ahorro fiscal total  
**23.302,51 €\***

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](mailto: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.

# ¿Podemos ahorrar impuestos antes de finalizar este año?



Alejandro Briales, economista y asesor fiscal, Director General de Asefarma, explica en este artículo los puntos a tener en cuenta para poder ahorrar impuestos.



[fiscal@asefarma.com](mailto:fiscal@asefarma.com)

**E**ste ejercicio 2024 no nos ha traído significativas novedades fiscales en el ámbito de la oficina de farmacia y vamos camino de un 2025 con pocas expectativas de tener unos nuevos presupuestos generales, por lo que todo parece pensar que nos traerá más de lo mismo. A pesar de ello, y dado que aún tenemos margen de maniobra antes de que termine este 2024, voy a hacerle algunas recomendaciones para no llevarnos las manos a la cabeza a la hora de elaborar nuestra declaración de la renta.

Es muy importante tener una **estimación del importe a abonar en la declaración de IRPF del próximo junio** para poder tomar medidas si fueran necesarias y es por eso que desde Asefarma elaboramos a nuestros clientes, antes de que finalice el año, el informe Pre-Renta para conocer anticipadamente la cuantía a pagar en su declaración y saber si nos interesa, siempre con la finalidad de reducir impuestos, aportar a un plan de pensiones, aumentar el pago de su vivienda habitual, etc., y la cantidad necesaria. Antes de que finalice este ejercicio 2024 le recuerdo lo siguiente:

## Aporte a planes de pensiones (PPA)

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

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

## Aporte a un PPES o a un PPSE para usted o para usted y sus trabajadores

Los Planes de Previsión de Empleo Simplificados (PPES) y los Planes de Previsión Social Empresarial (PPSE) son un producto de previsión social que permite a los trabajadores autónomos instrumentar planes de pensiones de empleo y, en su caso, incluir aportaciones a sus empleados. De esta manera podrá aportar a planes de pensiones hasta 5.750 euros anuales (los primeros 1.500 euros para planes de pensiones individuales y los restantes 4.250 euros únicamente se pueden aportar a planes de pensiones empleo simplificados (PPES) o a planes de previsión social empresarial (PPSE)).

En el caso de los **Planes de Previsión Social Empresarial** el tomador es la empresa que tiene acuerdos con sus empleados, los cuales son los asegurados, y realiza aportaciones a los mismos. En este caso, el propio autónomo puede incorporarse al PPSE, con el límite antes comentado ya que el PPSE es compatible con un Plan de Previsión Asegurado (PPA) individual, por lo que de esta manera sería posible aumentar el límite de la aportación hasta 5.750 € (4.250 € al PPSE y 1.500 € al PPA). Por su parte, las aportaciones realizadas por el autónomo a sus trabajadores serán un gasto deducible en la actividad.

En el caso de los **Planes de Previsión de Empleo Simplificados (PPES)**, no exige la realización de aportaciones a sus empleados y tendría el mismo límite de aportación comentado de 5.750 € (4.250 € al PPES y 1.500 € al PPA).

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

### Financie determinados proyectos culturales

Puede resultar interesante si el beneficio de su farmacia es elevado, la deducción por inversiones en producciones cinematográficas, series audiovisuales y espectáculos en vivo de artes escénicas y musicales. Para ello, las personas físicas con actividades económicas que participen en la financiación de producciones españolas de largometrajes y cortometrajes cinematográficos y de series audiovisuales de ficción, animación, documental o producción y exhibición de espectáculos en vivo de artes escénicas y musicales, podrán aplicar una deducción en su IRPF del 120% del importe de las cantidades que hayan aportado para financiar la producción cumpliendo el resto de requisitos que exigen la aplicación de la misma y siempre con el límite conjunto del 50 por ciento de la cuota íntegra que corresponda al beneficio de la actividad.

### Haga donativos

Recuerde el importante beneficio fiscal que tienen los donativos además de lo importantes que son para **ayudar en tragedias como por ejemplo la de la Comunidad Valenciana**.



### Amortización fondo de comercio

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

### Exención en las plusvalías para mayores de 65 años.

Quiero recordarle que **existe un beneficio fiscal establecido desde el 1 de enero de 2015** con respecto a la exclusión de tributación de las ganancias patrimoniales por la transmisión de elementos patrimoniales (como la venta de su Farmacia) por contribuyentes mayores de 65 años, siempre que el importe total obtenido por la transmisión se destine en el plazo de seis meses a constituir una renta vitalicia asegurada a su favor

con condiciones concretas y con el límite máximo de 240.000 euros. Si aún está a tiempo, puede que le merezca la pena analizarlo.

### Donación de un negocio familiar

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

### Gastos de difícil justificación

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

### Reducción por inicio de actividad económica

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

### Deducción por reinversión de beneficios

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

### Seguro médico

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

## Claves para elegir una farmacia



Raquel Escribano, Asesor Financiero, responsable de Financiero en el área de Compraventa de Farmacias de Asefarma explica, a modo de resumen, cuáles son las claves a tener en cuenta a la hora de elegir farmacia.



[transmisiones@asefarma.com](mailto:transmisiones@asefarma.com)

**N**o nos cansaremos de repetir que la compra de una farmacia es una decisión muy importante que, llegado el momento, toma el profesional farmacéutico a lo largo de su carrera profesional. Una decisión para la que siempre es bueno contar con un intermediario de confianza que le guíe y le explique que existen muchos pasos intermedios a contemplar desde que se elige la farmacia hasta que se acaba instalando en ella.

Si cree que ha llegado el momento de emprender, si considera que sí está preparado para comprar y de hecho, quiere comprar, le proponemos que revise estas cinco claves que detallamos a continuación, porque serán fundamentales a la hora de elegir una farmacia.

### 1.- Perfil del comprador

Lo primero que tiene que pensar es cuál es su perfil como comprador de farmacia según su edad, la facturación que busca, la cercanía, la proyección que tiene en mente... Hay muchos tipos de farmacias en el mercado, pero no todos se ajustan al perfil que puede presentar el farmacéutico como comprador o a las expectativas y posibilidades económicas que pueda tener.

### 2.- Búsqueda

Una vez que hemos determinado el tipo de farmacia que buscamos es la hora de analizar si hay alguna farmacia en el mercado que se ajuste a nuestras necesidades y expectativas, por facturación, horario, personal, tipo de local, ubicación, etc. De hecho, es importante que, si nos gusta alguna farmacia más que otra, acudamos a visitarla varias veces y, a ser posible, a diferentes horas del día e incluso en distintos días de la semana para poder ver cómo funciona

el barrio, el tipo de clientela que hay y conocer de primera mano la posibilidad de ampliación horaria, la incorporación de nuevas líneas de producto, negocio... como decía Oscar Wilde, "no hay una segunda oportunidad para una primera buena impresión".

Cuando ya hemos localizado el tipo de oficina farmacia que nos gusta y que nos encaja cualitativamente, es el momento de hacer un análisis económico más detallado de lo que vamos a comprar.

Para ello deberemos estudiar la evolución económica de los tres últimos años en cuanto a facturación, gastos y especialmente el personal de la farmacia, lo importante es poder determinar la rentabilidad neta de la mismo.

### 3.- Análisis jurídico

Especial atención merece la disponibilidad jurídica del local donde se ubica la farmacia, sobre todo si es en régimen de alquiler. Además, también deberemos contemplar si vamos a utilizar como garantía hipotecaria el Fondo de Comercio de la farmacia.

En caso de alquiler, el contrato tiene que recoger los siguientes puntos:

- Plazo arrendamiento: tiene que ser al menos igual al plazo de la hipoteca
- Cesión de uso: tiene que permitir la cesión libre
- El arrendador debe manifestar que conoce que se va a realizar una hipoteca mobiliaria y la consiente

### 4.- Financiación

Por último y no menos importante hay que tener en cuenta si con nuestro patrimonio podemos

hacer frente a la operación, ya sea con fondos propios, o con financiación ajena. Las entidades bancarias pueden financiar hasta el 90% de la operación total siempre y cuando se cumplan las siguientes premisas:

- La aportación en fondos propios sea de un 10% mínimo, aunque lo ideal es que sea de un 20%
- La operación financiera debe quedar debidamente garantizada: la Farmacia es la principal garantía que se utiliza para las financiaciones de este tipo de operaciones, a la que podremos añadir el local y otro tipo de inmuebles. Para no tener que añadir

inmuebles la aportación en Fondos propios debería ser de un 40% aproximadamente.

Lo más importante, en cualquier caso, será sentirse acompañado a lo largo de todo el proceso. Se trata de una decisión que seguramente marcará un antes y un después en la vida personal y profesional del farmacéutico y sentirse solo ante algo así puede derivar en un mayor número de complicaciones que si se hace con alguien experto al lado.

Tanto si lo que necesita es orientación en torno a la búsqueda, como en el análisis jurídico y, por supuesto en la financiación, sepa que puede contar con Asefarma. Llevamos más de 30 años acompañando al farmacéutico.

## Notifarma

# Aforo completo del Auditorio Asefarma en la celebración de su VII Encuentro

## *Humanismo tecnológico: La Nueva Farmacia de Servicios*

Cerca de un centenar de farmacéuticos asistió el pasado **19 de noviembre** al VII Encuentro, el evento que ya es toda una referencia en el sector y que este año ha abordado la inteligencia artificial, la digitalización y el influjo de las Nuevas Tecnologías en los procesos diarios de la oficina de farmacia. Este año llevó por título **'Humanismo tecnológico, la Nueva Farmacia de Servicios'** y contó con representación institucional de D. Manuel Martínez del Peral, presidente del COFM, Dña. Mercedes Navío Acosta, Gerente Asistencial de Hospitales del SERMAS de la Comunidad de Madrid o Gonzalo Arévalo Nieto, Comisionado para el PERTE de la Salud de Vanguardia del Ministerio de Ciencia e Innovación.

A lo largo de la jornada, se desarrollaron varias conferencias y mesas redondas, en las que pudimos contar con ponentes de excepción llegados de la empresa privada, laboratorios, universidad y oficina de farmacia, para abordar cómo de eficiente es la

IA y cómo puede ayudar al farmacéutico a gestionar la farmacia, a comunicarse con el paciente-cliente y a desarrollar su consejo profesional.

El evento contó con el patrocinio de entidades como el banco CBNK (antes Bancofar), Ti-Medi, Alliance Healthcare, Alphega Farmacias, Fulcri Ibérica y BD Rowa. Y con la colaboración de medios como ImFarmacias, Farmanatur, Revista Mi Farmacéutico y empresas como Humanithics.

Se puede encontrar más información al respecto en la web de Asefarma: [www.asefarma.com](http://www.asefarma.com)



# Indicadores de gestión o KPI's de la oficina de farmacia



Belinda Jiménez, Farmacéutica y consultora del departamento de Consultoría de Asefarma, explica cuáles son los indicadores, también llamados KPI's, a tener en cuenta en la gestión diaria de la farmacia.



[consultoria@asefarma.com](mailto:consultoria@asefarma.com)

Según las diferentes áreas de gestión de la farmacia podemos establecer diferentes indicadores:

## Indicadores de compras

- Margen: margen bruto que se obtiene en cada venta.

Una gestión de compras óptima repercute en la obtención de un buen margen.

- Relación % compra mayorista - % compra directa.

Incrementar la proporción de compra directa nos permite optimizar el margen.

## Indicadores de stock

### Inventario:

- Valor inventario: debe estar situado entre el 8% y 12% de la facturación anual de la farmacia.
- Análisis ABCD: clasifica en cuatro grupos los artículos que tenemos en el inventario según su rotación, de manera que los grupos A y B son los de mayor rotación y el grupo D incluye los productos inmovilizados y de menor rotación.

**Errores de stock:** stock negativo, stock fantasma, artículos sin precio.

**Cobertura del stock.** Periodo de tiempo en el que la

Los indicadores de gestión o KPIs (Key Performance Indicator) de la oficina de farmacia son datos que pueden extraerse del programa de gestión y nos aportan información suficiente para valorar el desempeño de los distintos ámbitos de actividad de la farmacia, con el objetivo de detectar aquellos aspectos que se pueden optimizar y repercutir favorablemente en la gestión de la farmacia.

Para la planificación de estas mejoras, es necesario establecer previamente unos objetivos, a cumplir en un determinado periodo de tiempo. Los objetivos deben estar correctamente establecidos y ser alcanzables por el equipo de la farmacia.

Los KPI deben ser sencillos, fáciles de calcular y controlar, entendibles por el equipo y estar programados con plazos de implantación determinados.

*“Antes de iniciar y planificar cualquier mejora, es necesario establecer previamente unos objetivos, a cumplir en un determinado periodo de tiempo”*



**Asefarma**

Contigo, de principio a fin



[www.asefarma.com](http://www.asefarma.com)



farmacia puede vender sin necesidad de incorporar más productos en su inventario.

**Rotación:** el coeficiente de rotación anual medio de la farmacia debe situarse entre 7 y 10.

**Nivel de servicio.** Para asegurar el grado de satisfacción del cliente este valor estará situado entre el 93% y 95%.

### Indicadores de ventas

- Relación % venta receta - % venta libre
- Número de operaciones: venta receta y venta libre
- Número de unidades vendidas
- Número de artículos vendidos por operación (APO)
- Ticket medio por operación (TM)
- PVP medio por artículo vendido

Es importante medir este tipo de indicadores en cada una de las categorías de la farmacia, considerando cada una de ellas como unidad de negocio independiente que debe ser rentable por sí misma.

En un entorno competitivo es fundamental conocer cómo evoluciona el mercado y las farmacias del entorno, para poder situarnos y compararnos.

### Indicadores del equipo

- KPIs de venta por empleado: ventas, operaciones, unidades, ticket medio y número de artículos por operación.
- Coste empresa-empleado. Debe situarse entre el 7% y el 14% de la facturación, en función de la tipología de farmacia (horario de apertura, % venta libre, oferta de servicios, etc.)
- Facturación media anual por empleado: 230.000€-270.000€. Este indicador puede variar en función del horario de apertura y la situación financiera de la farmacia.

### Indicadores de clientes

- Número de clientes totales. Este indicador incluye los clientes registrados, con ficha.
- Número de clientes que compran. Se trata de clientes activos en el último año.
- Frecuencia de visita del cliente. Mide el número de visitas medio mensual de cada cliente.
- Gasto medio del cliente por producto.
- Número de clientes de sexo masculino y número de clientes de sexo femenino.
- Número de clientes por rango de edad.
- Consumo medio del cliente.

**Cada farmacia debe establecer los indicadores que precise conocer y comparar**, y además sean reveladores, en relación con la gestión del plan estratégico o de negocio que vaya a seguir.

A través de la ayuda de un buen cuadro de mando se posibilita realizar una correcta medición de los KPIs de forma rápida y sencilla de manera que, utilizando muy poco tiempo, el farmacéutico puede conocer la evolución de su farmacia y detectar todos aquellos aspectos que necesita mejorar.

En la actualidad, podemos acceder a **cuadros de mandos automatizados** que extraen de forma directa y en tiempo real los datos del programa de gestión de la farmacia, lo que aporta grandes garantías de que la información utilizada para el análisis es veraz.

Desde Asefarma recomendamos el uso de este tipo de herramientas que facilitan las labores de análisis del farmacéutico para que pueda llevar a cabo una toma de decisiones correcta y desarrollar un buen plan estratégico adaptado a las necesidades de su farmacia.



## Automatiza tu farmacia con BD Rowa

Gana hasta 6 horas al día con nuestra solución



Y disfruta de condiciones especiales como socio de ASEFARMA

Escanea para solicitar tu proyecto o contáctanos a [rowaspain@bd.com](mailto:rowaspain@bd.com)

# ¿Es posible disponer de un asesor nutricional externo en la oficina de farmacia?

Adela Bueno, Abogada y responsable del departamento Jurídico de Asefarma, explica todo lo que debe tener en cuenta el farmacéutico en caso de estar interesado en implementar el servicio de nutrición en su oficina de farmacia.



[juridico@asefarma.com](mailto:juridico@asefarma.com)

D

Desde el Departamento Jurídico de ASEFARMA, nos gustaría alertarle sobre un servicio de asesoramiento nutricional externo que se está ofreciendo a las oficinas de farmacia desde una empresa cuyo objetivo es comercializar, a través de la farmacia, su línea de complementos alimenticios.

Para ello la referida empresa proporciona la posibilidad de disponer de un asesor/colaborador del titular de la farmacia, justificando la legalidad de tal colaboración con un informe jurídico sobre *ADECUACIÓN A LA NORMATIVA VIGENTE DE LA PRESTACIÓN POR XXX DE LA ACTIVIDAD DE COLABORACIÓN Y AUXILIO AL FARMACÉUTICO EN LA PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN DE LA SALUD A TRAVÉS DEL ASESORAMIENTO NUTRICIONAL, LOS HÁBITOS DE VIDA SALUDABLE Y LA ACTIVIDAD FÍSICA Y EL DEPORTE*.

Me gustaría hacer las siguientes matizaciones al referido informe de legalidad del servicio:

## 1.- Objeto del acuerdo de colaboración ofertado:

"...la colaboración y auxilio por parte de XXX con el titular del centro farmacéutico en la prevención y promoción de la salud a través de la educación de la población en buenos hábitos alimenticios, ejercicio, actividad física y vida saludable en general. Se realizarán recomendaciones nutricionales generales y consejos sobre hábitos alimenticios y actividad física en el marco de la atención farmacéutica".

"... El objeto del presente acuerdo será realizado por profesionales sanitarios debidamente titulados en nutrición y dietética, integrantes de la plantilla laboral de XXX".

Pues bien, sabemos que por la propia formación universitaria de la que dispone el titular

farmacéutico de la farmacia, se encuentra perfectamente capacitado para prestar un servicio de asesoramiento nutricional en el contexto de una actividad de prevención y promoción de la salud, sin embargo, para implementar una sección de nutrición y dietética en una oficina de farmacia se requiere de una autorización sanitaria previa y estar en posesión del título académico o habilitación profesional del profesional sanitario de la sección, que en todo caso deberá formar parte de la plantilla de la oficina de farmacia.

## 2.- Justificación de la legalidad de la incorporación del asesor/colaborador

"Para la realización del referido servicio de asesoramiento el farmacéutico puede disponer de distintas herramientas de colaboración y auxilio en su trabajo como pudiera ser un profesional sanitario de nuestra empresa, que en ningún caso es responsable de la actividad de asesoramiento y que en nada menoscaba la responsabilidad y dirección profesional del Farmacéutico.

Los trabajadores/as que prestan este servicio de auxilio al farmacéutico tienen contrato laboral indefinido por cuenta ajena con la empresa XXX, empresa que dispone también de un seguro de responsabilidad civil obligatorio".

No es correcto ni se ajusta a la legalidad vigente el enfoque ofrecido por la empresa que oferta el servicio de colaboración al farmacéutico, sobre la siguiente base legal:

A) Art. 17 de la LOAF de la Comunidad de Madrid, respecto de los recursos humanos en la oficina de farmacia.

2. Son recursos humanos de la oficina de farmacia los farmacéuticos titulares, regentes, sustitutos y adjuntos y otros profesionales que ejerzan su

actividad en la oficina de farmacia y estén en posesión de la titulación oficial o habilitación profesional correspondiente y resulten necesarios para el correcto desarrollo de las funciones, servicios y secciones propios de aquélla.

B) Art. 11 de la LOAF de la Comunidad de Madrid. Titularidad y funciones de la oficina de farmacia.

2. Todas las funciones y servicios de la oficina de farmacia se desarrollarán bajo la supervisión, control, dirección y vigilancia del farmacéutico titular y con el seguimiento de la Consejería con competencias en materia de sanidad.

C) Art. 5. Presencia y actuación profesional de la Ley 16/1997, de 25 de abril, de Regulación de Servicios de las Oficinas de Farmacia.

1. La presencia y actuación profesional de un farmacéutico es condición y requisito inexcusable para la dispensación al público de medicamentos. La colaboración de ayudantes o auxiliares no excusa la actuación de farmacéutico en la oficina de farmacia, mientras permanezca abierta al público, ni excluye su responsabilidad profesional

Evidentemente, **el informe pretende dar apariencia de legalidad a la contratación de profesionales externos en la farmacia para la prestación de**

**un servicio de asesoramiento nutricional** que el titular farmacéutico puede prestar por sí mismo sin necesidad de colaboración de personal ajeno a la farmacia. Además, se debe incidir en que para la implantación de una sección de dietética y nutrición en la que aparte del asesoramiento nutricional se realicen dietas personalizadas al paciente es preceptivo disponer de autorización de sanidad.

Sobre la base de los artículos reseñados, no es posible que un tercero ajeno a la farmacia y de cuya actividad profesional sería responsable el farmacéutico titular, sea colaborador del titular en la prestación del servicio de asesoramiento nutricional para la que **no es posible tal forma de colaboración**, en los términos planteados en el informe. ¿Cómo va a responsabilizarse el titular de la farmacia de la actuación profesional de un tercero contratado por cuenta ajena por otra empresa? Sencillamente, como con la nueva regulación se exige la contratación del nutricionista por la farmacia, estas empresas se han visto obligadas a retorcer la normativa con la finalidad de dar apariencia de legalidad al servicio ofrecido.

Si tiene cualquier duda al respecto, puede contactar con el departamento Jurídico de Asefarma y le asesoramos sobre cómo implementar la sección de nutrición y dietética en la oficina de farmacia.

## Ser de Asefarma es...

Acceder a interesantes **descuentos y promociones** de empresas, laboratorios, centros de formación y equipamientos como rotulación, mobiliario o productos para la farmacia que ayudarán a incrementar la rentabilidad de la misma.

Contacta con nosotros e infórmate de las ventajas que tiene ser de Asefarma.



# Visual merchandising para asegurar las ventas durante las rebajas

Dorianne Delaurens – Farmacéutica y Consultora en Concep Farmacias



*El merchandising y la colocación de producto son elementos clave para rentabilizar al máximo el espacio de salud. Te contamos cómo asegurar las ventas en la farmacia durante las rebajas utilizando las técnicas del visual merchandising.*

**H**emos superado el Black Friday, el Cyber Monday y, en un abrir y cerrar de ojos, las Navidades. Pero no debemos perder el foco en lo que está por llegar: el periodo de rebajas de invierno. La farmacia ha de seguir preparada para las semanas posteriores de ofertas y promociones puesto que, de realizarlo bien, conseguirá importantes beneficios, tan básicos como retener o aumentar el número de clientes. Nuestra misión no es otra que la de ayudarte a sacar la máxima rentabilidad a tu farmacia, motivo por el cual creemos de vital importancia centrarnos en una técnica que hará que las ventas de la farmacia durante las rebajas sean mayores de lo esperado: el visual merchandising.

Nuestro cerebro trabaja constantemente recibiendo información a través de nuestros sentidos. Ya lo comentamos a priori en nuestro post sobre el Audiomarketing: somos, esencialmente, seres sensoriales. Y es la vista el sentido por el que percibimos tres cuartas partes de esa información. Siendo esto así, cuidar el aspecto visual de la farmacia resulta de suma importancia y es, en este punto, donde entra el concepto de visual merchandising.

## Colocación del producto en la farmacia

Sin embargo, no debemos perder esto de vista: ¿cuántas veces has visto a tus clientes paseando por la farmacia sin prestar atención a algunos productos? Lo que ocurre es que su cerebro, al igual que el del resto de personas, es estimulado por un exceso de información, y al entrar en la farmacia,

pasean, miran, pero no hay nada lo suficientemente llamativo que les llame la atención, dicho en otras palabras, en ningún momento se dan cuenta de todo lo que les estáis ofreciendo.

El cerebro discrimina y organiza la información. Para conseguir colarnos dentro de su información filtrada, el visual merchandising nos da una lección: en el mundo visual en el que vivimos solo aquello que se nos presenta de manera atractiva llama nuestra atención. Y nos enseña que son tres los elementos principales con los que tenemos que jugar para que el cliente que entra en nuestra farmacia se fije en los productos que nos interesan: iluminación, tamaño y ubicación.

## Iluminación

La luz artificial no solo nos sirve para ver, sino también para destacar unas zonas sobre otras. Si queremos que algo llame la atención, iluminémoslo para destacarlo del resto. Y para reforzar aún más este contraste, también debemos incorporar el uso de la gamma de colores. Por ejemplo, podríamos incluir en nuestra farmacia una góndola de algún material o color dispar al principal con una luz específica e integrada en ella para exponer producto estacional, un top ventas o nuevos lanzamientos.

## Tamaño

Sin duda alguna, los elementos más voluminosos son los primeros en los que nos fijamos. Es lo que visualmente llama más la atención a nuestro cerebro. Por lo tanto, si nos interesa vender un producto

determinado, además de nuestra conocida amiga Facing o unidad frontal de producto expuesto, existen otro tipo de técnicas para exponer un gran número de producto conformando, por ejemplo, una figura geométrica (triángulo, torre) o ubicándolo en una peana destinada exclusivamente al producto en cuestión.

### Ubicación

Otro de los criterios que marca el visual merchandising es cómo nuestros ojos realizan una lectura del espacio. De manera vertical, la información que leemos más rápidamente, la de primer impacto, es la que se encuentra a la altura de nuestros ojos, seguida por la que está a la altura de nuestras manos. En general, tendemos a despreciar lo que está en el suelo y lo que se sitúa por encima de nuestra cabeza. De manera horizontal, la primera información que recibimos es la de la parte central, seguida de la parte derecha y, por último, de la parte izquierda. Por tanto, a la hora de organizar y distribuir los productos en la farmacia, tendremos que tener muy presentes estas bases.



Farmacia Alcalá, Madrid. Arquitecto Inés Martínez.

# La exposición de productos en la oficina de farmacia: ¿qué y cómo?

Rebeca Sánchez – Especialista en Marketing Farmacéutico



*Saber qué producto exponer en la farmacia y cuál es la mejor manera de hacerlo, disparará la decisión de compra del cliente, maximizando la rentabilidad de tu espacio de venta y de tu farmacia. Sigue leyendo para descubrir algunas pistas que te ayudarán a lograrlo.*

**E**l merchandising es una técnica comercial que, de conocer sus claves y aplicarlas correctamente, nos va a permitir lograr lo siguiente: exponer el producto de la manera más atractiva, visual, efectiva y, en definitiva, irresistible, para el cliente. ¿Te han venido a la mente algunas de las consecuencias directas de que esto ocurra? Un espacio de venta bien gestionado, que invita a interactuar con el producto y descubrir novedades y en el que la decisión de compra del cliente se dispara. Así es: saber qué producto exponer en la farmacia y cómo hacerlo correctamente maximizará la rentabilidad de tu espacio de venta y de tu farmacia y queremos darte algunas pistas para que lo logres.

## Primer paso

### ¿Qué producto exponer en la farmacia?

La manera de dar una respuesta acertada a esta pregunta es llegando a ella a través de un estudio de mercado. Hacer una radiografía del cliente de la farmacia para saber su edad, su sexo, su nivel adquisitivo e intereses o investigar nuestra competencia nos dará las pistas necesarias para definir los productos idóneos para ser expuestos.

Dentro de ese análisis, debemos incluir también el que debemos hacernos a nosotros mismos, nuestra farmacia y nuestro modelo de negocio para definir objetivos, la imagen que queremos

transmitir, nuestros puntos fuertes y débiles, nuestras posibilidades... Solo así podremos extraer algunas conclusiones importantes a la hora de asegurar una correcta gestión de los productos expuestos como, por ejemplo, el stock que conviene tener expuesto no solo cuantitativamente si no también cualitativamente.

"Hacer una radiografía del cliente de la farmacia o investigar nuestra competencia nos dará las pistas necesarias para definir los productos idóneos para ser expuestos."

## Segundo paso

### ¿Cómo exponer el producto en la farmacia?

Una vez sabemos qué exponer, el siguiente paso es saber cómo exponerlo. Debemos optimizar la colocación de los productos de manera que facilitemos su rotación y obtengamos de ellos su máxima rentabilidad. En relación a ello, debes tener en cuenta aspectos que debes poner en práctica y otros que debes evitar:

- Entre las prácticas recomendadas, además de asegurar limpieza, orden y espacio entre productos y entre baldas, las técnicas de merchandising recomiendan dedicar cada balda a una sola clase de producto o concepto, evitar las barreras entre producto-cliente o no poner más de 3 marcas en una sola balda. Tenemos que lograr que el cliente visualice de

manera rápida y cómoda toda la información que le estamos enseñando.

- Entre las prácticas NO recomendadas, debemos destacar el descuido a la hora de reponer regularmente, controlar las fechas de caducidad o dejar huecos vacíos, emplear excesivos complementos y ornamentos entre los productos y llenar demasiado los lineales.

***“Debemos optimizar la colocación de los productos de manera que facilitemos su rotación y obtengamos de ellos su máxima rentabilidad”***

Además de tener en consideración estas recomendaciones, deberás ir más allá para conseguir que la exposición del producto sea también la más óptima y rentable. No se trata solo de que el producto esté expuesto de manera bonita, clara y ordenada, sino también de organizarlos de manera que aseguremos la exploración del cliente por todo el expositor u estantería.

Está demostrado que los niveles que mayor atención reciben son, en primer lugar, el que se encuentra al nivel de los ojos y, después, el de a nivel de las manos. Teniendo esta información, una decisión inteligente a la hora de definir dónde colocar el producto, sería escogiendo estas zonas de mayor atracción para los productos más interesantes pero de menos salida porque requieren mayor tiempo de decisión y destinar las zonas menos visibles para aquellos productos de mayor necesidad o de fácil salida.



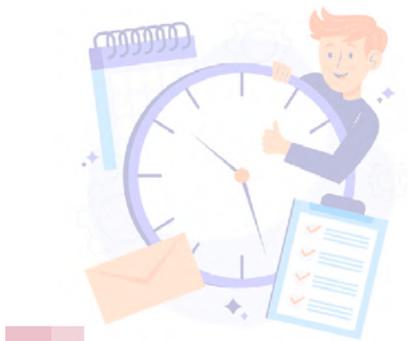
Farmacia Nuevo Portil, Huelva. Arquitecto: Jesús Díaz

# En enero 2025 entra en vigor la cotización adicional de solidaridad

Eva M<sup>a</sup> Illera, Abogada y responsable del departamento Laboral de Asefarma, explica qué es la cotización adicional de solidaridad, que entra en vigor este próximo año.



[laboral@asefarma.com](mailto:laboral@asefarma.com)



**E**l 1 de enero de 2025 entrará en vigor la cotización adicional de solidaridad por la que empresas y trabajadores tendrán que contribuir a la Seguridad Social por las retribuciones que superen la base máxima de cotización establecida anualmente por la Ley de Presupuestos Generales del Estado.

Las cuotas de cotizaciones a la Seguridad Social, tanto las soportadas por la empresa con motivo de las contrataciones, como por el trabajador, se calculan en función del salario de este (tomando como referencia las bases de cotización).

Hasta la fecha, en el sistema español de cotización, han existido unos **límites máximos y mínimos en las bases de cotización** de tal modo que, a partir de un determinado importe salarial, la cuota a ingresar es la misma (puesto que aun teniendo retribuciones muy altas, la base de cotización máxima se encuentra topada).

Pues bien, dada la actual situación existente en la hucha de las pensiones, se han llevado a cabo diferentes medidas cuya finalidad radica, básicamente, en el incremento de la recaudación anual. Entre ellas, se encuentra la del llamado "destope" de las cotizaciones, consistente en eliminar el tope máximo con la finalidad de cotizar por el salario real y no por el límite máximo, en los casos en los que el primero supera al segundo.

En este contexto, surgió la cuota de solidaridad, como una fórmula intermedia a tal destope, regulada en el Real Decreto-ley 2/2023, de 16 de

marzo, de medidas urgentes para la ampliación de derechos de los pensionistas, la reducción de la brecha de género y el establecimiento de un nuevo marco de sostenibilidad del sistema público de pensiones. **Este real decreto modificó el texto refundido de la Ley General de la Seguridad Social, e introdujo en ella un nuevo artículo 19 bis sobre la cotización adicional de solidaridad**, para aumentar las contribuciones a la Seguridad Social, que ya no estarán topadas por la base máxima de cotización. Con las modificaciones normativas introducidas, se confirma el cambio estructural del sistema de cotización español, mediante el cual, a partir de la entrada en vigor de la cotización adicional de solidaridad los trabajadores y las empresas contribuirán por importes superiores a la base máxima, a diferencia de lo que, como hemos indicado, venía ocurriendo hasta ahora.

*"Dada la situación actual se han llevado a cabo diferentes medidas cuya finalidad radica en el incremento de la recaudación anual..."*

En concreto, la cuota de solidaridad funcionará así:

- Esta nueva obligación afectará tanto a los trabajadores con salarios más elevados como a sus empresas, ya que se aplicará cuando las retribuciones de aquellas superen la base máxima de cotización establecida anualmente por la Ley de Presupuestos Generales del Estado.
- La nueva cotización se aplicará a la diferencia que resulte entre el importe de la base máxima

de cotización por contingencias comunes y el salario mensual del trabajador con arreglo a los siguientes tramos y porcentajes:

- 5,5% a la parte de retribución comprendida entre la base máxima de cotización y la cantidad superior a la referida base máxima en un 10 % (primer tramo).
  - 6% a la parte de retribución comprendida entre el 10% superior a la base máxima de cotización y el 50% (segundo tramo).
  - 7 % a la parte de retribución que supere el anterior porcentaje (tercer tramo).
- El ingreso de la cotización adicional de solidaridad finalizará el último día del mes siguiente a aquel en el que deban abonarse las retribuciones (junto con el resto de las cotizaciones).
  - Las empresas que se vean afectadas por esta nueva obligación deberán comunicar por medios electrónicos a la Tesorería General de la Seguridad Social la siguiente información:
    - Los datos identificativos de los trabajadores por esta cotización adicional.

- El periodo en el que deban abonarse las retribuciones.
- El importe de las retribuciones que determinen una base de cotización que supere la base máxima de cotización aplicable y de las bases de cotización comprendidas entre la base máxima y la determinada por las retribuciones computables a estos efectos.

**La aplicación de la nueva cotización adicional será progresiva hasta 2045**, y se irá realizando mediante un incremento gradual del tipo de cotización, manteniéndose la misma proporción de distribución entre empresario y trabajador que en la cotización por contingencias comunes. De ese modo, en el año 2025, se empezará con un tipo de cotización del 0,92 % en el primer tramo, del 1 % en el segundo tramo y del 1,17 % en el tercero.

Por todo lo anterior puede deducirse que el nuevo sistema, supone un incremento del coste de personal con salarios más altos, afectando únicamente a las empresas, que tenga personal cuya nómina supere la Base Máxima de Cotización (en 2024 fijada en 4.720,50 euros mensuales) y una reducción de los salarios netos de este personal.

Conoce o visita...

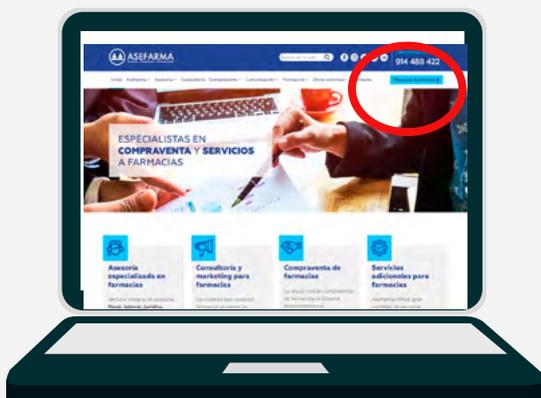
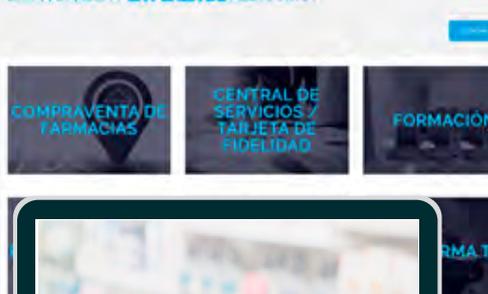
**LA PLAZA DE ASEFARMA**  
[www.asefarma.com](http://www.asefarma.com)

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

Más información en:  
[info@asefarma.com](mailto:info@asefarma.com)

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

BIENVENIDO A LA PLAZA DE ASEFARMA



# Balance de fin de año



José Manuel Retamal, responsable del área de Gestión Patrimonial y miembro de la European Financial Planning Association España, analiza por qué se debe tener una visión global en todo lo concerniente a las inversiones.



[financiero@asefarma.com](mailto:financiero@asefarma.com)

**F**inalizando el 2024, podemos decir que está siendo un **buen año para los mercados financieros** (crucemos los dedos) y por ende, para los inversores y ahorradores. A la rentabilidad obtenida por los activos de riesgo, léase, bolsa, se ha unido el oro, activo refugio por excelencia, así como parte de la renta fija. Respecto al mercado inmobiliario, sector tan arraigado en España, igualmente ha tenido una evolución positiva, sobre todo el residencial de las grandes urbes y áreas metropolitanas.

inmobiliario o el energético se podrían beneficiar y en general la mayoría de los activos de riesgo, es decir, la bolsa americana.

En resumen, buena cosecha la del 2024 con tintes de continuidad en 2025, eso sí en menor medida. Europa, fundamentalmente los países del norte, siempre más industriales, mantienen un débil crecimiento, mientras que el arco mediterráneo, con unas economías más vinculadas a los servicios son las que tiran del carro.

Para su carteras, un clásico, **visión global, diversificación, ajustarse al nivel de tolerancia del riesgo y seguimiento**, que no obsesión, a ser posible de la mano de un profesional.

Tras dos años de endurecimiento de la política monetaria para contener **la inflación, acuérdesse, el principal enemigo del ahorrador**, ya vamos en Europa por la tercera bajada de tipos (0,75%) en el año y puede que no sea la última. El BCE considera que se está cumpliendo el plan y la presión inflacionista decrece, aunque con un ligero repunte en este final de año, algo previsto, para dar paso a una normalización en el entorno del 2%. Pero no solamente el BCE reduce los tipos, si no, la mayoría de los bancos centrales en el mundo, algo contradictorio puesto que seguimos a nivel global con políticas monetarias expansivas (sí, se reducen, pero siguen siendo expansivas) con una deuda pública que no para de crecer (sí, a menor ritmo, pero crece) y con un riesgo de recesión relativamente bajo tanto en la unión europea como en los Estados Unidos de Norteamérica. Por otro lado tenemos a China, quien ha implantado una serie de estímulos económicos en busca de frenar la desaceleración de su economía, algo que puede venir muy bien a la débil Europa, fundamentalmente a la renqueante Alemania.

Y a todo esto, irrumpe un tal Donald de apellido Trump. ¿Qué esperar? Aranceles, políticas proteccionistas, desregulación y bajada de impuestos al capital y las empresas van en su programa. Veremos hasta dónde llega, pero, a priori, sectores como la construcción,

TABLA DATOS MACROECONÓMICOS

Banda Variable					Divisas				
Europe	Last Price	Sem.	2024	Annual	Fronte al Euro	Last Price	Sem.	2024	Annual
Europa Sto	4802,76	8,7%	6,2%	11,1%	EUR/USD	1,0568	-1,7%	-3,2%	-5,1%
Stoxx 600	506,63	-0,8%	8,8%	14,3%	EUR/JPY	164,22	0,8%	-3,2%	-1,2%
DAX	19215,48	-0,2%	14,7%	24,1%	EUR/GBP	0,8289	1,3%	4,0%	5,1%
CAC 40	7338,67	-1,0%	-2,2%	-4,2%	EUR/CHF	0,9386	0,2%	-1,0%	2,6%
IBEX 35	11551,60	-2,5%	14,3%	23,3%	EUR/AUD	1,6233	1,6%	-0,3%	3,9%
FTSE MIB	33814,58	-2,5%	13,4%	18,6%	EUR/BRL	5,1469	3,5%	-12,8%	14,5%
FTSE 100	8072,39	1,3%	-4,6%	5,7%	Fronte al Dólar	Last Price	Sem. <td>2024</td> <td>Annual</td>	2024	Annual
MSCI Europe	9141,68	-0,8%	7,8%	13,1%	USD/JPY	153,64	-1,0%	-0,2%	-1,4%
					USD/CHF	0,878	-1,6%	-4,2%	2,7%
					USD/INR	7,1875	-1,2%	-1,2%	1,4%
					USD/INR India	84,19	-0,3%	-1,4%	-1,3%
EURO					Monedas Privadas				
EURO	Last Price	Sem.	2024	Annual	IBEX35	Last Price	Sem.	2024	Annual
S&P 500	5995,54	4,7%	25,7%	15,8%	Orde	73,950	-1,3%	-4,0%	-9,2%
DOW JONES	43988,99	4,6%	16,7%	26,3%	Dis	2,669,500	-2,3%	20,4%	37,1%
NASDAQ	15386,78	5,7%	28,5%	19,8%	Meta	33,201	-3,9%	31,3%	39,8%
MSCI USA	17094,19	5,1%	28,7%	17,7%	Alfa	426,500	3,4%	-14,5%	15,6%
					Telex	562,550	-1,3%	-18,9%	-14,6%
					Alpaca	71,150	1,7%	-18,9%	-7,1%
					Uefa	253,10	4,4%	33,2%	42,6%
Asia & EM					Bolsa Fija Corporativa				
Asia & EM	Last Price	Sem.	2024	Annual	Trava Pumpa B	Last Price	Sem.	2024	20/12/23
Nikkei 225	39513,32	1,9%	18,1%	21,4%	Trava Europe W <td>208,766</td> <td>-2,5%</td> <td>-6,4%</td> <td>10,473</td>	208,766	-2,5%	-6,4%	10,473
HANG SENG	20398,71	-0,8%	18,2%	16,8%	COX BUKA B <td>47,314</td> <td>-1,3%</td> <td>-14,3%</td> <td>16,466</td>	47,314	-1,3%	-14,3%	16,466
TOPIX	2739,68	3,0%	15,8%	17,2%	COX BUKA W <td>298,53</td> <td>-1,2%</td> <td>-18,2%</td> <td>156,155</td>	298,53	-1,2%	-18,2%	156,155
CSI 300	4311,33	4,7%	20,4%	16,7%					
MSCI China	536,57	1,2%	23,9%	21,1%					
BOVESPA	127829,80	-0,2%	-4,7%	-6,0%					
MSCI Brazil	1529,57	-0,4%	-2,6%	-7,8%					
MSCI EM	805,63	0,9%	18,9%	24,3%					
World					Bolsa Fija Gobierno				
World	Last Price	Sem.	2024	Annual	Muel	Spread	2024	20/12/23	
MSCI World	9291,33	8,2%	19,4%	19,2%	IBEX 10Y	4,304%	19,4%	19,4%	
					Almanca 10Y	3,335%	14,0%	2,021%	
					Ruana 10Y	3,065%	74,0	2,8%	2,981%
					Italia 10Y	3,634%	139,0	-1,8%	3,609%
					Francia 10Y	3,073%	95,3	1,8%	3,552%
S&P 500					Bolsa Índice				
S&P 500	Last Price	Sem.	2024	Annual	PER P13M	AVERAGE PER T12M	EV/EBITDA P12M	AVERAGE EV/EBITDA P12M	
Comunidad Europea	2542,64	8,7%	19,6%	11,1%	Stoxx 600	14,7%	16,4%	10,0%	14,1%
China	1834,48	0,9%	14,8%	22,8%	DAX	14,7%	16,1%	8,5%	11,8%
Francia	1435,31	2,1%	15,2%	14,5%	IBEX 35	10,8%	12,1%	8,0%	10,2%
Financiero	2900,57	2,1%	11,4%	20,0%	S&P 500	25,5%	23,6%	17,1%	14,9%
Salud	2154,13	1,1%	20,6%	41,8%	DOW JONES	23,7%	21,6%	17,4%	12,3%
Industria	5993,84	5,6%	14,6%	41,8%	Nikkei 225	24,7%	49,6%	14,8%	18,6%
IT	1135,13	1,0%	11,4%	14,7%	MSCI EM	13,8%	13,3%	9,0%	9,6%
Materiales	882,39	4,3%	16,4%	44,4%	MSCI World	11,8%	10,4%	14,5%	13,3%
Industria	1381,02	3,2%	20,6%	35,0%					

## Inversiones financieras en busca de la deducción fiscal

Como todos los años, les recomendamos una serie de activos financieros que les permitan aplicarse deducciones en el IRPF. Este año contamos con la aportación a planes de pensiones individuales (límite 1.500 euros) y la aportación a planes de pensiones de empleo simplificado para autónomos (límite 4.250 euros). Además, cuentan con la posibilidad de aportar 1.500 euros a un plan de pensiones para el cónyuge, siempre que éste no supere los ingresos de 8.000 euros en el ejercicio fiscal y la financiación de proyectos culturales con un beneficio fiscal de hasta un 20%, tal y como mis compañeros de fiscal han explicado en su artículo.

Vamos a centrarnos tanto en los planes de pensiones individuales como en los Planes de pensiones de empleo simplificado y les vamos a hacer una serie de recomendaciones al respecto. Tienen que tener

en cuenta que los derechos consolidados históricos son traspasables a otros planes y entidades gestoras.

### Planes de pensiones

**Límite de la aportación individual:** 1.500 euros

Tipo de plan recomendado según la tolerancia al riesgo y el horizonte temporal y contratables a través de Asefarma.

Le mostramos a continuación y de manera gráfica, los planes de pensiones recomendados para cada caso.

Además, pinchando [sobre este enlace](#) puede ver la propuesta de uno de estos planes y en caso de que necesite más información al respecto, puede contactar con nosotros sin problema.

Años que le restan hasta su jubilación

	Más de 10 años	Entre 10 y 5 años	Entre 5 y 2 años	Menos de 2 años
<b>Muy cauteloso</b> Plan recomendado	Renta Variable Mixta Tressis cartera equilibrada responsable	Renta Fija Mixta TREA Conservador PP	Renta Fija Corto Plazo TREA Tranquilidad PP	Renta Fija Corto Plazo BBVA Mercado Monetario PP
<b>Cauteloso</b> Plan recomendado	Renta Variable Mixta Tressis cartera equilibrada responsable	Renta Fija Mixta TREA Conservador PP	Renta Fija largo Plazo Renta 4 renta fija PP	Renta Fija Corto Plazo TREA Tranquilidad PP
<b>Equilibrado</b> Plan recomendado	Renta Variable Tressis Cartera Crecimiento Resp PP	Renta Variable Mixta Tressis cartera equilibrada responsable	Renta Fija Mixta TREA Conservador PP	Renta Fija largo Plazo Renta 4 renta fija PP
<b>Arriesgado</b> Plan recomendado	Renta Variable Tressis Cartera Crecimiento Resp PP	Renta Variable Tressis Cartera Crecimiento Resp PP	Renta Variable Mixta Tressis cartera equilibrada responsable	Renta Variable Mixta Tressis cartera equilibrada responsable
<b>Muy arriesgado</b> Plan recomendado	Renta Variable BBVA Telecomunicaciones PP	Renta Variable BBVA Telecomunicaciones PP	Renta Variable Mixta Tressis cartera equilibrada responsable	Renta Variable Mixta Tressis cartera equilibrada responsable

Categorías de Inverco para Planes de Pensiones	Inversiones
Renta Fija a corto plazo	<b>Monetario.</b> La duración media de la cartera es inferior o igual a dos años.
Renta Fija a largo plazo	<b>Renta Fija.</b> La duración media de la cartera es superior a dos años.
Renta Fija Mixta	Puede invertir un <b>máximo del 30%</b> de su cartera en acciones.
Renta Variable Mixta	Puede invertir <b>entre el 30% y el 75%</b> de su cartera en acciones.
Renta Variable	Invierte un <b>mínimo del 75%</b> de su cartera en acciones.
Garantizados	Existe <b>garantía externa de un determinado rendimiento</b> otorgada por un tercero.

### Plan de pensiones de empleo simplificado para autónomos

**Límite de la aportación:** 4.250 euros.

Planes recomendados y contratables a través de Asefarma. Le citamos dos: Mapfre y Caser.

En el caso del Plan de Pensiones de Empleo Simplificado MAPFRE ATA para Autónomos es una nueva solución en planes de pensiones, que permite a los autónomos aumentar el límite de aportación hasta los 5.750€.

Aunque, como indican desde la compañía, la cuantía máxima de aportación vendrá determinada

de acuerdo a la normativa actual en cada momento teniendo en cuenta la aportación en otros instrumentos de previsión.

En el caso de el Plan de Pensiones Caser, las características generales se centran en que se trata de un plan que contempla diferentes modalidades de inversión, para que el autónomo valore qué le es más rentable dada su casuística personal y particular.

Estamos a su entera disposición para aclarar cualquier duda al respecto, así como facilitarles el acceso a dichos productos o servirles nuestra opinión respecto a lo que quieran o ya tengan contratado, sin compromiso ni coste adicional.

## ASTURIAS

- Farmacia en zona centro, facturación 1.000.000 €, local en propiedad, ajustada en personal, proyecto consolidado, fácil gestión.

## ANDALUCÍA

- Farmacia con recorrido atractivo cercana a la costa de Cádiz con facturación de 900.000€.
- Farmacia en la zona de la sierra de Cádiz idónea para primera farmacia. Local en propiedad.

## MURCIA

- Farmacia muy interesante en la provincia de Murcia con facturación superior a 1.000.000€. Local en venta.

## C. VALENCIANA

- Farmacia con facturación superior a 700.000€ en Valencia Capital con mucha proyección. Local en venta o alquiler. SOE 80%.
- Farmacia con facturación superior a 400.000€ en zona privilegiada de la provincia de Alicante. Local reformado. Posibilidad de mucho recorrido.
- Farmacia con facturación superior a 900.000€ en zona privilegiada de la provincia de Alicante. Local en propiedad. SOE 75%.
- Farmacia con facturación superior a 1.000.000€ en Castellón. Local totalmente reformado.

## BALEARES

- Farmacia buen precio en Baleares, zona playa, facturación 400.000€.

## CASTILLA-LA MANCHA

- Farmacia a la venta por jubilación con facturación superior a 1.200.000€ en importante localidad de Albacete. Local en propiedad. SOE 82%.
- Farmacia con facturación media en interesante población de la provincia de Albacete. Muy buena rentabilidad.
- Farmacia en núcleo urbano en constante desarrollo de la provincia de Guadalajara, situada en área de influencia Corredor del Henares. Local en propiedad.
- Farmacia en la Provincia de Toledo, con facturación superior al 1.000.000€. Posibilidades de mejora.
- Farmacia en la Provincia de Toledo, con gastos muy reducidos y facturación de 400.000€. Ideal como primera farmacia.
- Farmacia rural en la Provincia de Ciudad Real, facturación de 200.000€ horario continuo que facilita la conciliación familiar. Ideal para primera farmacia.
- Farmacia en la Provincia de Ciudad Real, con ventas en torno a 400.000€ y libre de personal. Buena ubicación.

## CASTILLA Y LEÓN

- Farmacia en Ávila Provincia, zona sur, con facturación de 900.000€, posibilidades de mejora y alta rentabilidad.
- Farmacia en Segovia Provincia facturación de 250.000€, muy bien comunicada, cómoda, ideal para inicio de actividad.
- Farmacia en Ávila Provincia, escasos gastos, estable, facturación 250.000€.
- Farmacia semiurbana en León 650.000€ de facturación, local en alquiler.
- Farmacia en León 940.000€ de facturación, local en propiedad.
- Farmacia en Palencia 650.000€ de facturación local en propiedad.
- Farmacia rural en León 390.000€ facturación mucho margen de mejora.

## CATALUÑA

- Zona alta de Barcelona. Farmacia premium, facturación 2.400.000€.
- Barcelona Capital. Ideal para jubilación, alto SOE, ventas 900.000€.
- Farmacia de barrio en Barcelona. Inversión perfecta, 350.000€.
- Zona peatonal en Barcelona. Máxima visibilidad y proyección, 500.000€.
- Baix Llobregat. Farmacia consolidada, ventas estables de 1.230.000€.
- Baix Llobregat. Gran oportunidad con alto SOE, facturación 590.000€.
- Garraf. Farmacia en expansión, recorrido asegurado, 700.000€.
- Lleida. Alta facturación, estabilidad garantizada, ventas 1.700.000€.
- Vallès Oriental. Farmacia sólida y estable, facturación 620.000€.
- Maresme. Farmacia costera con alta rentabilidad, 720.000€.
- Maresme. Local en venta, facturación en fuerte crecimiento, rumbo a 3.000.000€.
- Costa Brava. Farmacia en zona costera con gran proyección, 1.050.000€.

## C. DE MADRID

- Venta por jubilación, 8 horas, Madrid Capital Zona Sur. Buen local en propiedad, facturación 600.000€. SOE 80%. Próxima a nuevo centro de salud.
- Oportunidad. Se vende farmacia muy económica por jubilación. Facturación 400.000€. Local en propiedad. SOE 75%. Con mucho potencial. Madrid Capital Zona Sur. Libre de personal.
- Farmacia 8h, zona residencial con paso, muchas posibilidades de mejora. Zona norte de Madrid Capital.
- Disponemos de licencia para trasladar en Madrid Capital.
- Venta de farmacia con facturación media, ubicada en calle principal de zona con alto poder adquisitivo de Madrid capital.
- Venta por jubilación, farmacia en zona muy populosa del este de Madrid Capital, local en propiedad con posibilidad de alquiler. Facturación superior a 1.500.000€. SOE 61%.
- Farmacia en el norte de Madrid Capital, zona residencial, pero a su vez muy comercial. Amplio local. Facturación según la media de la zona, incrementando mes a mes.
- Farmacia en Sierra Norte de Madrid. Con facturación superior al 1.600.000€. Local en propiedad. SOE 75%.
- Farmacia de facturación media en crecimiento. Libre de personal. Local de aprox. 200m. Zona sur de Madrid.
- ¿Te imaginas tener tu propia farmacia en una ubicación premium en Madrid Capital? Ahora puedes hacerlo realidad. Importante Potencial de crecimiento, libre de personal

## CANTABRIA

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

## GALICIA

- Farmacia en venta por jubilación, en municipio turístico, 8 horas, local en propiedad con posibilidad de alquiler. Facturación 750.000€.

## CANARIAS

- Farmacia en Gran Canaria con alta facturación. Muy bien ubicada.
- Farmacia en Tenerife. Amplias posibilidades de crecimiento.
- Farmacia en Fuerteventura con una facturación aprox. de 1.500.000€.

## EXTREMADURA

- ¡Venta de farmacia en Entorno Medieval de la Provincia de Cáceres! Con un horario de 30 horas semanales de lunes a viernes.
- Venta de farmacia. Local con vivienda en alquiler. Facturación estimada 320.000€ ¡Tu futuro en el mundo farmacéutico te espera en la Provincia de Cáceres!



Consulta aquí todas nuestras farmacias en venta

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