

300 planes de negocio

**Plan de negocio
FARMACIA**

Sector de Comercio

Datos de 2007



UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de
Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa

Este documento es una de las medidas llevadas a cabo dentro de la Red de Emprendedores de los Montes de Granada, que se integra en el proyecto TEMA (Proyecto integrado de desarrollo sostenible de los TERRITORIOS DE MONTAÑA en la provincia de Granada) - Proyectos cofinanciados por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional en un 70%, en el marco del Programa operativo de Andalucía 2007 - 2013, con cargo a la convocatoria de 2007 de la Secretaría de Estado de Cooperación Local, para la cofinanciación de proyectos de desarrollo local y urbano-.

1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

En este proyecto se describe la creación de una farmacia. Un negocio dedicado a actividades dirigidas a la producción, conservación y dispensación de los medicamentos, así como a la colaboración en los procesos analíticos, fármaco-terapéuticos y de vigilancia de la salud pública.

1.1. Aspectos jurídicos específicos a considerar en la creación del negocio

La legislación básica que hay que observar a la hora de desarrollar este proyecto es la que hace referencia a la titularidad, planificación farmacéutica y del medicamento. Esta normativa se recoge principalmente en:

Normativa comunitaria:

- Directiva 2005/36/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 7 de septiembre de 2005 relativa al reconocimiento de cualificaciones profesionales (deroga las Directivas 1985/432/CEE, sobre coordinación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas para ciertas actividades farmacéuticas y 1985/433/CEE, sobre reconocimiento mutuo de diplomas, certificados y otros títulos de farmacia).

Normativa Nacional

- Ley General de Sanidad de 1986.
- Ley 16/1997, de 25 de abril, de Regulación de Servicios de las Oficinas de Farmacia.
- Real Decreto-ley 5/2000, de 23 de junio, de Medidas Urgentes de Contención del Gasto Farmacéutico Público y de racionalización del Uso de los Medicamentos.
- Ley de Cohesión y Calidad del Sistema Nacional de Salud de 2003.
- Ley 44/2003, de 21 noviembre, de ordenación de las profesiones sanitarias.

- Real Decreto 2402/2004, de 30 de diciembre, por el que se desarrolla el artículo 104 de la Ley 25/1990, de 20 de diciembre, del Medicamento.
- Ley Garantías y Uso Racional de los Medicamentos y Productos Sanitarios de 2006 (que deroga la Ley 25/1990, de 20 de diciembre, del Medicamento).

Normativa Andaluza

- Decreto 72/1992, de 5 de mayo, por el que se aprueban las normas técnicas para la accesibilidad y la eliminación de barreras Arquitectónicas, Urbanísticas y en el Transporte en Andalucía.
- Decreto 16/1994, de 25 de Enero, sobre autorización y registro de centros y establecimientos sanitarios, de la Consejería de Sanidad de la Junta de Andalucía
- Decreto 353/2003, de 16 de diciembre, por el que se establecen la planificación farmacéutica y los procedimientos de autorización relativos a oficinas de farmacia.
- Anteproyecto de Ley de Farmacia de Andalucía (2006).

Además, habrá que tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Licencia de obra y trámites de apertura.
- El regente de la farmacia debe ser un farmacéutico que, además, debe estar colegiado en el Colegio Nacional de Farmacéuticos.

1.2. Perfil del emprendedor

Este proyecto resulta idóneo para personas que tengan la licenciatura en Farmacia, ostentando los conocimientos precisos para el desarrollo de la actividad. Como se ha comentado, será necesario que quien sea el gerente de la farmacia esté inscrito en el Colegio Nacional de Farmacéuticos.

También es importante que las personas que vayan a desarrollar este negocio tengan habilidades en la atención al cliente, dotes comerciales y un buen desempeño del trabajo.

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1. El sector

El sector farmacéutico es un sector, en general, muy regulado.

Los datos que a continuación se exponen, extraídos de un estudio realizado por el Real e Ilustre Colegio Oficial de Farmacéuticos de la Provincia de Sevilla en 2006, reflejan lo siguiente:

- ◆ El 99% de la población dispone de farmacia en su propio municipio.
- ◆ Más de 2.149 municipios españoles, con una población menor de 1.000 habitantes, cuentan con una farmacia.
- ◆ En 2005, se abrieron en España un total de 118 farmacias. Las tres cuartas partes de ellas se establecieron en el medio rural.
- ◆ España es uno de los países europeos que más farmacias tiene por habitante. Precisamente, este promedio se sitúa actualmente en un nivel crítico, que, de disminuir, incidiría notablemente en la calidad del servicio. En España, el número de habitantes por oficina de farmacia se sitúa en 2.087 (sólo superado por Grecia y Suecia).

Los datos procedentes de Farmaindustria, la OCDE y la Agrupación Farmacéutica de la Unión Europea reflejan que España, respecto a los países que integran la Unión Europea, cuenta con:

- ◆ Un consumo de medicamentos ligeramente por encima de la media de la UE.
- ◆ El precio medio de los medicamentos más bajo, sin tener en cuenta a Francia.
- ◆ Las ventas medias por oficina de farmacia de las más bajas de Europa.

Por otra parte, según un artículo extraído de la página de la Organización Farmacéutica Colegial (www.portalfarma.com), la farmacia es uno de los servicios mejor valorados por

la sociedad. Las reclamaciones que se reciben en las organizaciones de consumidores representan sólo el 0,27%, mientras que otros servicios llegan al 14%.

Otros datos recopilados de las citadas fuentes son los que se citan a continuación:

- ◆ El empleo de las oficinas de farmacia ha crecido un 20% en los últimos seis años, alcanzando los 65.000 trabajadores.
- ◆ El 96% de las oficinas de farmacia están informatizadas e invierten en nuevas tecnologías al servicio de la mejora de la prestación farmacéutica.

Por último, según información extraída de la memoria anual del año 2006 elaborada por Farmaindustria, España es el quinto mercado más importante en Europa en volumen de ventas y generación de empleo en la industria farmacéutica.

En lo que se refiere a ventas de especialidades farmacéuticas éstas aumentaron un 7,3% en 2006. De dicho total de ventas, el 76,2% se realizaron a través de oficinas de farmacia y el resto a través de hospitales. En cuanto a los medicamentos genéricos, sus ventas han aumentado en España un 14,6%, hasta alcanzar los 545 millones de euros en 2006.

En conclusión, montar una farmacia puede ser muy rentable pero presenta el inconveniente de la dificultad de llevarla a cabo por estar el sector muy regulado.

2.2. La competencia

Para el análisis de la competencia hay que distinguir los siguientes competidores:

- *Otros establecimientos de farmacia* que se encuentren en la misma zona de influencia.
- *Farmacias abiertas 24 horas.*
- *Parafarmacias:* Están autorizadas para comercializar los productos que son fabricados o distribuidos por laboratorios farmacéuticos, que no tienen la categoría de medicamentos y que se utilizan para el cuidado de la salud y del bienestar personal como los cosméticos, productos de alimentación infantil, accesorios de higiene para niños y adultos, ortopedia, herboristería, etcétera.

-
- *Grandes superficies y centros comerciales:* Como El Corte Inglés, que entre toda la gama de productos y servicios cuentan con algunos de los artículos que se venden en las farmacias.

2.3. Clientes

No hay distinción entre los clientes de este tipo de negocio, ya que el público objetivo de una farmacia es muy amplio, abarca a toda la población en general. Sí es cierto que a medida que las personas avanzan en edad, van surgiendo mayores problemas de salud, por lo que las personas de la tercera edad serán los clientes más habituales.

Por otro lado, serán los bebés y niños de corta edad los mayores consumidores de productos de parafarmacia como higiene personal, alimentación infantil y derivados (chupetes, biberones, etc.).

3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

Este negocio está muy regulado, por lo que las alternativas estratégicas son escasas. Más bien, podríamos hablar de las características que debe poseer el mismo para alcanzar el éxito. En general, se basa en ofrecer siempre una oferta de calidad, un trato exquisito y proporcionar consejos sanitarios ajenos a la dispensación.

Algunas de las actuaciones que podrían llevarse a cabo para buscar el éxito en una farmacia podrían ser:

- *Atención personalizada:* El trato exquisito e individualizado con el cliente, la calidad del servicio y la formación continua del personal son aspectos que la clientela va a valorar enormemente y que puede ayudar a fidelizar a los clientes.
- *Diversificación:* Existe actualmente una clara tendencia a la diversificación, ofreciendo servicios alternativos y novedosos.
- *Promociones:* Se considera la posibilidad de llevar a cabo promociones en determinadas épocas, dependiendo de la patología más común en dicha época. En invierno (resfriados, congestión, tos), en primavera (alergias, anticelulíticos, reductores, para preparar el cuerpo para el verano), en verano (productos solares, antimosquitos) etc.

4. PLAN COMERCIAL

4.1. Artículos y desarrollo de las actividades

En este tipo de negocio, los productos principales que se ofrecerán a los clientes serán los siguientes:

- *Medicamentos que se dispensan con receta médica.*
- *EFF (Especialidades Farmacéuticas Publicitarias):* Medicamentos que pueden despacharse sin receta médica.
- *Productos de parafarmacia:* Aquellos que se utilizan para el cuidado de la salud y del bienestar personal (cosméticos, productos de alimentación infantil, accesorios de higiene para niños y adultos, ortopedia, herboristería, etc.)
- *Productos elaborados en la farmacia (fórmulas magistrales).*

Al margen de estos productos, que son los que sustentan a una farmacia, se podrían ofrecer otros de menor relevancia como son: gafas graduadas previamente, toallitas limpiadoras, etc.

Además de la venta de los artículos establecidos en los párrafos anteriores, la farmacia podrá ofrecer una serie de servicios que los clientes suelen recibir de buen grado y que permite fidelizarlos para el futuro. Entre ellos se encuentran una serie de servicios tales como: toma de tensión, análisis de sangre y orina, test de embarazo, etc.

Respecto a la disposición de la tienda, los artículos de parafarmacia, principalmente los relacionados con el cuidado, higiene y alimentación infantil, deben ser expuestos en estanterías amplias, para que el público pueda escoger lo que desea libremente.

También deben estar expuestos, ya sea dentro o fuera del mostrador todos los productos relacionados con el cuidado personal, tales como cremas, geles, productos capilares, champú, etc. Hay que tener en cuenta que si están expuestos fuera del mostrador han de estar en vitrinas bajo llave.

DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES

En este negocio se desarrollarán todas aquellas actividades relacionadas con el asesoramiento a los clientes, la dispensación de medicamentos y venta de los productos.

- 1. Dispensación de recetas:** Acto mediante el cual interpreta la receta médica y entrega del medicamentos recetado. Normalmente este acto va acompañado del consejo apropiado.
- 2. Asesoramiento:** El farmacéutico analiza los síntomas menores y aconseja el producto más adecuado para la carencia existente, informando de las distintas posibilidades que se ofertan.
- 3. Venta:** Se procederá a la venta del producto, procurando conseguir un beneficio mutuo para las dos partes.

4.2. Precios

La estrategia de precios para un establecimiento de farmacia debe distinguir los medicamentos (con precio prefijado) y los productos de parafarmacia cuyos precios están liberalizados. La estrategia de precios debe basarse en ofrecer una adecuada relación calidad/precio/servicio, además de una amplia variedad de artículos.

El cliente exige un buen precio, que va a estar orientado en función de los precios de la competencia, pero, tratándose de la salud, lo valora conjuntamente con la relación anterior.

4.3. Comunicación

Según el modelo de farmacia español, no se permite a los farmacéuticos hacer publicidad de su propia oficina de farmacia. Sí pueden publicitar medicamentos que se puedan dispensar sin receta médica y productos de parafarmacia.

Puede ser interesante diseñar una página web del propio emprendedor que permita consultas on-line y que incluya una sección de consejos.

Es fundamental tener en cuenta que la imagen del establecimiento se convierte en un elemento clave de comunicación. En este sentido se deben usar las técnicas de merchandising para distribuir los artículos en el interior del establecimiento y recurrir a técnicas de escaparatismo (iluminación, colores, composición, etc.).

Otra alternativa que puede resultar beneficiosa es la de pertenecer a algunas de las asociaciones profesionales de farmacéuticos de nuestro país.

5. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

5.1. Personal y tareas

Las tareas a desarrollar en el negocio serán las siguientes:

- 1) Realizar pedidos y devoluciones.
- 2) Recepcionar artículos.
- 3) Establecer políticas de precios y promociones con la idea de incrementar el margen bruto por periodo.
- 4) Implantar los criterios de merchandising (de tienda y escaparate).
- 5) Atender y asesorar a la clientela.
- 6) Cobro a clientes y pago a proveedores.
- 7) Cierre de caja diario.

Para realizar estas tareas, sería conveniente tener dos trabajadores a jornada completa:

- Una de las personas será el emprendedor, para lo que deberá darse de alta en el Régimen de la Seguridad Social de autónomo y será quién gestione el negocio, Esta persona debe ser Licenciada en Farmacia, ya que la norma exige que la persona que rija el negocio debe ser un farmacéutico que esté inscrito en el Colegio Nacional de Farmacéuticos.

Sus funciones serán las de gestionar el negocio y, además, realizar todas aquellas tareas que requieran la formación como farmacéutico.

- Además del emprendedor, es conveniente que la tienda disponga de otro trabajador, que le ayude a colaborar en lo que se refiere a la atención al cliente, ya

que los clientes no deben ser desatendidos en ningún momento. Esta persona será Auxiliar de farmacia.

Según la evolución de las ventas y el nivel de concentración de las mismas se decidirá la contratación temporal, por incremento de actividad, de otra persona.

HORARIOS

Normalmente, el horario de apertura del establecimiento es el horario comercial habitual. Si se quiere ampliar el horario sobre el mínimo legal se debe comunicar con anterioridad a la Autoridad Competente.

Cada vez más, una manera de diferenciación es la ampliación del horario de apertura, abriendo 12 ó 24 horas. Sin embargo, el hecho de que la ley requiera la presencia de un titulado en Farmacia en las horas de atención al público implica que en el presente proyecto desechemos esta opción, puesto que, en principio, será el emprendedor la única persona licenciada en Farmacia del negocio.

5.2. Formación

Como se ha comentado en repetidas ocasiones, es necesario que el titular de este establecimiento sea un licenciado en Farmacia. Por ello, es necesario que el emprendedor haya cursado la carrera universitaria de Farmacia para obtener el título requerido. Además, esta persona debe estar colegiada en el Colegio Nacional de Farmacéuticos.

Asimismo, el emprendedor deberá contar con los conocimientos básicos de gestión de un negocio, que se pueden agrupar en:

- Organización y gestión del establecimiento.
- Política de precios, estudios de costes, marketing, promociones y merchandising.
- Informática de gestión y manejo del software para el sector.

Parte de estas tareas pueden contratarse a una asesoría para que ésta lleve temas contables, fiscales, etc.

Respecto a la persona de apoyo, no es necesaria ninguna titulación específica, aunque se recomienda que ostente la titulación de Formación Profesional de Técnico en Farmacia. Por otra parte, es imprescindible que sepa tratar con el público y sepa asesorar a los clientes sobre los medicamentos y resto de los productos que se comercializan en el establecimiento.

6. PLAN DE INVERSIÓN

Para realizar la cuantificación de la inversión necesaria para iniciar el negocio se ha consultado a los principales proveedores del sector. En función de la información facilitada por estas fuentes, la inversión necesaria se desglosa en:

6.1. Las instalaciones

UBICACIÓN DEL LOCAL

La apertura de oficinas de farmacia queda sujeta a la autorización administrativa de la Consejería de Sanidad, previa comprobación de que tanto el titular como los locales e instalaciones propuestas reúnan los requisitos e instalaciones exigidas. Por tanto, pueden solicitar la apertura de una oficina de farmacia los farmacéuticos y farmacéuticas que hubiesen obtenido dicha autorización administrativa.

Las farmacias están sujetas a criterios de ordenación territorial, por lo que hay que tener muy presente la ley aplicable, mediante la cual no se puede establecer una farmacia a una distancia inferior a 250 metros de la más próxima ni respecto de cualquier centro sanitario.

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LAS INSTALACIONES

1. Requisitos higiénico-sanitarios.

Los locales e instalaciones, de uso exclusivo para el ejercicio profesional propio de las oficinas de farmacia y aquellas otras actividades que, tradicionalmente o bien por regulación específica, se realicen en las oficinas de farmacia, deberán reunir las condiciones higiénico-sanitarias necesarias para prestar una adecuada asistencia farmacéutica, así como unas condiciones de humedad y temperatura óptimas para la conservación de los medicamentos, productos sanitarios y materias primas necesarias para la elaboración de fórmulas magistrales.

2. Accesos

Las oficinas de farmacia tendrán acceso libre, directo y permanente a una vía pública, de forma que se garantice el acceso a los peatones tanto durante el horario habitual de apertura al público como durante los servicios de urgencia.

Así mismo, dispondrán de accesos para personas con alguna discapacidad de acuerdo con la normativa vigente al respecto.

3. Superficie mínima y requisitos estructurales

Los locales de las oficinas de farmacia dispondrán de una superficie útil mínima de e 80/85 metros cuadrados (80 metros cuadrados según legislación vigente y 85 según anteproyecto de Ley de Farmacia de Andalucía), en una o varias plantas contiguas y consecutivas entre sí, siendo la planta de acceso a la vía pública de 35 metros cuadrados como mínimo. Nosotros supondremos para este proyecto una superficie de unos 90 metros cuadrados.

La distribución interior de la oficina de farmacia contará con los espacios diferenciados, al menos funcionalmente y con criterio de mínimos, que se citan a continuación:

- *Zona de atención al usuario.*
- *Zona de atención farmacéutica individualizada.*
- *Zona de recepción, revisión y almacenamiento de medicamentos.*
- *Laboratorio de preparación de fórmulas magistrales y preparados oficinales.*
- *Zona administrativa (despacho del farmacéutico).*
- *Aseo para uso personal de la oficina de farmacia.*

COSTES POR ACONDICIONAMIENTO DEL LOCAL

Aquí se incluyen los conceptos relativos a:

- **Acondicionamiento externo:** Rótulos, lunas del escaparate, cierres...

- **Acondicionamiento interno:** Hay que adecuar el local para que se encuentre en condiciones para su uso. Además la ley obliga a incorporar un aseo para uso personal.

Todas las oficinas de farmacia tienen que:

- Disponer de un letrero donde figure, en caracteres fácilmente visibles, la palabra "Farmacia".
- Contar con una cruz griega o de malta verde.
- Colocar en la fachada principal una placa que identifique a la farmacéutica o farmacéutico titular de la oficina de farmacia o cotitulares, en su caso.

Para el acondicionamiento del local habrá que realizar una serie de obras que dependerán del estado en el cuál se encuentre el mismo. De este modo también supondrán un coste, a la hora de iniciar la actividad, la licencia de obra, la obra y los costes del proyecto.

Es conveniente que el local sea luminoso, con una decoración agradable, amplio y con un buen escaparate.

Estos costes pueden rondar los 24.000,00 € (IVA incluido) aunque esta cifra varía mucho en función del estado en el que se encuentre el local. De este modo, la cantidad anterior puede reducirse en gran medida si el local ya ha sido acondicionado previamente.

6.2. Mobiliario y decoración

El objetivo debe ser conseguir la máxima funcionalidad en la distribución del mobiliario reparando a su vez en que se cuiden todos los detalles estéticos que transmitan apariencia de modernidad y actualidad acorde con la imagen que queremos para el negocio.

El mobiliario necesario para este negocio estará compuesto por los elementos que se citan a continuación:

- Mobiliario para la zona de venta. Estará compuesto por el mostrador, los expositores y las vitrinas. Además habría que acompañarlo con muebles y cajoneras auxiliares para clasificar los productos de parafarmacia.
- Mobiliario para la zona de recepción, revisión y almacenamiento de medicamentos y productos sanitarios. Estaría compuesto por estanterías y muebles con cajones para tener los medicamentos clasificados adecuadamente.
- Mobiliario para la zona administrativa. Será necesario disponer de una mesa, un sillón y estanterías y cajoneras para el archivo de documentación.

El coste por estos elementos puede rondar los 9.280,00 € (IVA incluido) como mínimo para un mobiliario básico. Esta cantidad será muy superior si los elementos anteriores son de diseño, de materiales especiales, etc.

6.3. Equipamiento

En una farmacia, el equipamiento básico lo constituyen los aparatos para formular.

- Balanza de precisión
- Aparatos de medidas
- Morteros
- Agitador
- Espátulas
- Termómetros
- Lentes de aumento
- Fuentes de calor
- Etc.

Además, los establecimientos que desarrollen funciones de optometría deberán contar con el siguiente equipamiento mínimo:

- Básculas
- Pesabebés
- Tensiómetro
- Frigorífico

Se estima que la inversión mínima por estos conceptos sería de 13.750,00 € (IVA incluido).

En este caso vamos a prescindir de robótica, cuyo coste ascendería a unos 120.000 €.

6.4. Equipo Informático

Es recomendable disponer de TPV compuesto por ordenador, cajón portamonedas y máquina de impresión de tickets y facturas.

El coste de este equipo informático es de, al menos, 1.650,00 € más 264,00 € en concepto de IVA.

6.5. Adquisición del stock inicial

En este caso vamos a distinguir dos grupos de productos: los medicamentos y los productos de parafarmacia, por tener un tratamiento diferente a nivel fiscal.

DESCRIPCIÓN DE LOS ARTÍCULOS	CUANTÍA	IVA (*)	TOTAL CON IVA
MEDICAMENTOS	24.038,46 €	961,54 €	25.000,00 €
PARAFARMACIA	8.500,00 €	1.360,00 €	9.860,00 €
OTROS MATERIALES (Bolsas, material de oficina...)	600,00 €	96,00 €	696,00 €
TOTAL	33.138,46 €	2.417,54 €	35.556,00 €

(*) Los medicamentos gozan de un tipo reducido de IVA (el 4%), mientras que a los demás productos se les aplica el 16%.

El stock inicial se ha establecido, por tanto, en 35.556,00 € (IVA incluido).

6.6. Gastos iniciales

Dentro de los gastos iniciales vamos a incluir:

- Los gastos de constitución y puesta en marcha.
- Las fianzas depositadas.

GASTOS DE CONSTITUCIÓN

Se incluyen aquí las cantidades que hay que desembolsar para constituir el negocio. Entre estas cantidades se encuentran: Proyecto técnico, tasas del Ayuntamiento (licencia de apertura); contratación del alta de luz, agua y teléfono; gastos notariales, de gestoría y demás documentación necesaria para iniciar la actividad.

Estos gastos de constitución y puesta en marcha, en el caso de iniciar el negocio como autónomo, serán de aproximadamente 4.408,00 € (incluye IVA). Esta cuantía es muy variable de un caso a otro pues dependerá del coste del proyecto técnico, entre otros. Además aumentará en el caso de que se decida crear una sociedad.

FIANZAS DEPOSITADAS

Es frecuente que se pida una garantía o fianza de arrendamiento equivalente a dos meses de alquiler del local, lo que puede rondar los 2.340,00 € (este coste va a depender mucho de las condiciones del local y sobre todo de la ubicación del mismo).

6.7. Fondo de maniobra

A la hora de estimar el fondo de maniobra se ha considerado una cantidad suficiente para hacer frente a los pagos durante los 3 primeros meses, esto es: Alquiler, sueldos, seguridad social, suministros, asesoría, etc.

Además habría que incluir la cuota préstamo en caso de que la inversión se realizase mediante financiación ajena.

Pagos Mensuales	TOTAL CON IVA
Alquiler	1.357,20 €
Suministros	174,00 €
Sueldos y S.S.	2.763,50 €
Asesoría	110,20 €
Publicidad	110,20 €
Otros gastos	174,00 €
Total Pagos en un mes	4.538,30 €
Meses a cubrir con F. Maniobra	3
FM 3 meses (APROX)	13.614,90 €

6.8. Memoria de la inversión

La inversión inicial necesaria para llevar acabo este proyecto se resume en el siguiente cuadro:

CONCEPTOS	Total	IVA	Total con IVA
Adecuación del local	20.689,66 €	3.310,34 €	24.000,00 €
Mobiliario y decoración	8.000,00 €	1.280,00 €	9.280,00 €
Equipamiento	11.853,45 €	1.896,55 €	13.750,00 €
Equipo informático	1.650,00 €	264,00 €	1.914,00 €
Stock inicial	33.138,46 €	2.417,54 €	35.556,00 €
Gastos de constitución y puesta en marcha	3.800,00 €	608,00 €	4.408,00 €
Fianzas	2.340,00 €	0,00 €	2.340,00 €
Fondo de maniobra	13.910,70 €	0,00 €	13.910,70 €
TOTAL	95.382,27 €	9.776,43€	105.158,70 €

7. ESTRUCTURA DE COSTES

7.1. Márgenes

Para el cálculo del beneficio que por productos farmacéuticos obtiene una oficina de farmacia, debemos remitirnos a lo estipulado en la normativa aplicable (Real Decreto 2402/2004, de 30 de diciembre, y Real Decreto-ley 5/2000, de 23 de junio). En ésta no se establece un margen uniforme para la totalidad de los productos farmacéuticos sino que fija diferentes márgenes de la siguiente manera:

1. El margen profesional de las oficinas de farmacia por dispensación y venta al público de especialidades farmacéuticas de uso humano se fija en el 27,9 % sobre el precio de venta al público sin impuestos, para aquellas especialidades cuyo precio de venta del laboratorio sea igual o inferior a 89,62 euros. Para las presentaciones de especialidades farmacéuticas de precio de venta de laboratorio superior a 89,62 euros, el margen será de 37,94 euros por envase en el año 2005, y de 37,53 euros por envase en el año 2006. Se actualizarán anualmente las cuantías previstas en este apartado, teniendo en cuenta la evolución del índice de precios de consumo, la variación del producto interior bruto y el aumento de las ventas de las oficinas de farmacia.

2. En el caso de dispensación de especialidades farmacéuticas publicitarias, las oficinas de farmacia disponen de la facultad de aplicar descuentos de hasta el 10 % en el precio de venta al público, impuestos incluidos, fijado en el envase que será considerado precio máximo de venta al público, de acuerdo con lo previsto en la disposición adicional octava de la Ley 25/1990, de 20 de diciembre, del Medicamento.

Lo expuesto es referente exclusivamente al margen bruto s/v de especialidades farmacéuticas, pero no tiene por qué corresponderse con el margen bruto total de la oficina de farmacia, pues al mismo habrá que añadirle el obtenido por venta de productos de parafarmacia para los cuales no existe regulación de márgenes sino solamente unos precios orientativos recomendados por cada proveedor.

El margen comprobado por la Administración Tributaria ha oscilado entre un 32% y un 33%.

Para nuestro estudio vamos a suponer un margen general del 27% para así tener en cuenta posibles pérdidas o mermas.

7.2. Estructura de costes

La estimación de los principales costes mensuales (sin IVA) es la siguiente:

- **Consumo de mercadería:**

El consumo mensual de mercadería se estima en un 73% del volumen de las ventas del mes, este consumo es equivalente al margen del 36,99% sobre el precio de compra.

- **Alquiler:**

Para este negocio es necesario contar con un local de unos 90 m². El precio medio va a depender en gran medida de la ubicación y condiciones del local. Para el estudio se ha estimado un precio de 1.170,00 €.

- **Suministros, servicios y otros gastos:**

Aquí se consideran los gastos relativos a suministros tales como: luz, agua, teléfono, conexión a internet... También se incluyen servicios y otros gastos (limpieza, consumo de bolsas, material de oficina, etc.). Estos gastos se estiman en unos 150,00 € mensuales.

- **Gastos comerciales:**

Como se comentó anteriormente, las farmacias no pueden hacer publicidad, por lo que consideraremos un gasto menor en esta partida. En ella que sólo incluiremos las cuotas que hay que satisfacer para pertenecer a algunas de las asociaciones de farmacéuticos de nuestro país así como la creación de una página web de la propia persona emprendedora en la que ofrece consejos. Supondremos por este concepto un gasto mensual de unos 50,00 € mensuales.

- **Gastos por servicios externos:**

En los gastos por servicios externos se recogen los gastos de asesoría. Estos gastos serán de unos 95,00 € mensuales.

- **Gastos de personal:**

Se ha considerado que los gastos de personal estarán formados por el sueldo para el gerente del negocio y para un empleado a tiempo completo.

Estos gastos quedarán mensualmente del modo siguiente (incluye prorrateadas las pagas extraordinarias):

Puesto de trabajo	Sueldo / mes	S.S. a cargo empresa	Coste mensual
Farmacéutico (Emprendedor autónomo)	1.500,00 €	0,00 € (*)	1.500,00 €
Trabajador	950,00 €(**)	313,50 €	1.263,50 €
TOTAL	2.450,00 €	313,50 €	2.763,50 €

(*) Cotización a la Seguridad Social en régimen de autónomo incluida en el sueldo.

(**) Seguridad Social a cargo de la empresa por el trabajador en Régimen General contratado a tiempo completo.

En las épocas en las que fuera necesario contar con personal de apoyo, se podría contratar a un empleado más para refuerzo de las ventas.

- **Otros gastos:**

Contemplamos aquí una partida para otros posibles gastos no incluidos en las partidas anteriores como seguros, tributos, cuota del Colegio de Farmacéuticos, etc. La cuantía estimada será de 1.800,00 € anuales por lo que su cuantía mensual será de 150,00 €.

▪ **Amortización:**

La amortización anual del inmovilizado material se ha estimado del modo siguiente:

CONCEPTO	Inversión	% Amortización	Cuota anual Amortización
Adecuación del local (*)	20.689,66 €	10 %	2.068,97 €
Mobiliario y decoración	8.000,00 €	20 %	1.600,00 €
Equipo informático	1.650,00 €	25 %	412,50 €
Equipamiento	11.853,45 €	20 %	2.370,69 €
TOTAL ANUAL			6.452,16 €

(*) La amortización de la adecuación del local se ha realizado en 10 años.

El plazo de amortización de la adecuación del local sería el correspondiente a su vida útil pudiéndose aplicar las tablas fiscales existentes para ello. No obstante, dado que se ha supuesto que el local será en régimen de alquiler, dicha vida útil queda condicionada al plazo de vigencia del contrato de alquiler si este fuera inferior a aquella.

Además habría que incluir la amortización de los gastos a distribuir en varios ejercicios (gastos de constitución y puesta en marcha):

CONCEPTO	Inversión	% Amortización	Cuota anual Amortización
Gastos a distribuir en varios ejercicios	3.800,00 €	33,3 %	1.266,67 €
TOTAL ANUAL			1.266,67 €

7.3. Cálculo del umbral de rentabilidad

El umbral de rentabilidad es el punto donde los ingresos son iguales a los gastos, a partir de este punto el negocio comienza a dar beneficio.

Este umbral se ha calculado del modo siguiente:

- **Ingresos:** Vendrán dados por las ventas.
- **Gastos:** Estarán compuestos por el consumo de mercaderías (se ha supuesto un consumo del 73% de los ingresos por ventas) y la suma de: alquiler, suministros, servicios y otros, gastos comerciales, servicios externos, gastos de personal, amortización y otros gastos.

Gastos	CUANTÍA
Alquiler	14.040,00 €
Suministros	1.800,00 €
Sueldos y S.S.	33.162,00 €
Asesoría	1.140,00 €
Publicidad	600,00 €
Otro gastos	1.800,00 €
Amortización del inmovilizado material	6.452,16 €
Gastos a distribuir en varios ejercicios	1.266,67 €
Total gastos fijos estimados	60.260,83 €
Margen bruto medio sobre ventas	27%
Umbral de rentabilidad	223.188,26 €

(*) Para calcular el umbral se toman los gastos sin IVA.

Esto supondría una facturación anual de 223.188,26 euros. Por tanto, la facturación media mensual para mantener el negocio es de 18.599,02 euros.

8. FINANCIACIÓN

Obtener el dinero para iniciar el negocio es una de las principales cuestiones que habrá que resolver.

Para financiar este negocio existen varias opciones: Financiación propia, subvenciones, préstamos... Cuál será la mejor de ellas va a depender de las condiciones del emprendedor que vaya a poner en marcha el negocio.

9. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO

9.1. Balance de situación inicial

El balance de situación inicial sería el que se muestra a continuación:

ACTIVO	Euros	PASIVO	Euros
Adecuación del local	20.689,66 €	Fondos Propios	FP
Mobiliario y decoración	8.000,00 €	Fondos Ajenos	FA
Equipamiento	11.853,45 €		
Equipo Informático	1.650,00 €		
Gastos de constitución	3.800,00 €		
Fianzas	2.340,00 €		
Mercancía y materiales	33.138,46 €		
Tesorería (*)	13.910,70 €		
IVA soportado	9.776,43 €		
Total activo	105.158,70€	Total pasivo	105.158,70 €

(*) Se consideran 13.910,70 € como fondo de maniobra.

9.2. Estimación de resultados

Para realizar la previsión de ingresos se han supuesto tres posibles niveles de venta:

	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
Ventas	210.000,00	230.000,00	250.000,00
Coste de las ventas (Ventas x 73%)	153.300,00	167.900,00	182.500,00
Margen bruto (Ventas - Coste de las ventas)	56.700,00	62.100,00	67.500,00

La previsión de resultados para el negocio es la siguiente:

PREVISIÓN DE RESULTADOS	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
VENTAS	210.000,00	230.000,00	250.000,00
COSTE DE LAS VENTAS	153.300,00	167.900,00	182.500,00
MARGEN BRUTO	56.700,00	62.100,00	67.500,00
GASTOS DE ESTRUCTURA:			
GASTOS DE EXPLOTACIÓN			
Alquiler	14.040,00	14.040,00	14.040,00
Suministros, servicios y otros gastos	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Otros gastos	1.800,00	1.800,00	1.800,00
GASTOS DE PERSONAL (1)			
Salarios	33.162,00	33.162,00	33.162,00
GASTOS COMERCIALES			
Publicidad, promociones y campañas	600,00	600,00	600,00
GASTOS POR SERVICIOS EXTERNOS			
Asesoría	1.140,00	1.140,00	1.140,00
AMORTIZACIONES			
Amortización del Inmovilizado	6.452,16	6.452,16	6.452,16
GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS			
Gastos a distribuir en varios ejercicios	1.266,67	1.266,67	1.266,67
TOTAL GASTOS DE ESTRUCTURA	60.260,83	60.260,83	60.260,83
RESULTADO antes de intereses e impuestos (2)	-3.560,83	1.839,17	7.239,18

(1) El gasto de personal estará integrado por el sueldo para la persona que gestione el negocio y el sueldo de un trabajador a tiempo completo, a lo que se le suma la Seguridad Social a cargo de la empresa.

(2) Si la inversión se afronta mediante financiación ajena, habrá que sumar a los costes los intereses de dicha financiación. Estos intereses no han sido introducidos en la cuenta de resultados puesto que dependerán de los recursos de los que dispongan las personas concretas que vayan a emprender el negocio.