

# INFORME ANUAL ASPIME DE OFICINAS DE FARMACIA

*PRINCIPALES CONCLUSIONES DE LA SITUACIÓN DE LA OFICINA DE  
FARMACIA ESPAÑOLA*

*XVII EDICIÓN*



COLEGIO  
OFICIAL DE  
FARMACÉUTICOS DE  
ZARAGOZA

23/11/2016

# ÍNDICE

1. *Conceptos básicos*
2. *La farmacia según volumen de ventas*
3. *La farmacia según tipos de venta*
4. *Análisis y comparativas entre tipologías de farmacias*
5. *Los números de la farmacia “tipo” española y comparativas provinciales*
6. *Principales conclusiones*



COLEGIO  
OFICIAL DE  
FARMACÉUTICOS DE  
ZARAGOZA

# 1. Conceptos básicos

- ▶ ¿Qué es el margen bruto?
- ▶ ¿De dónde proviene el margen neto?
- ▶ Farmacia turística, media y populosa



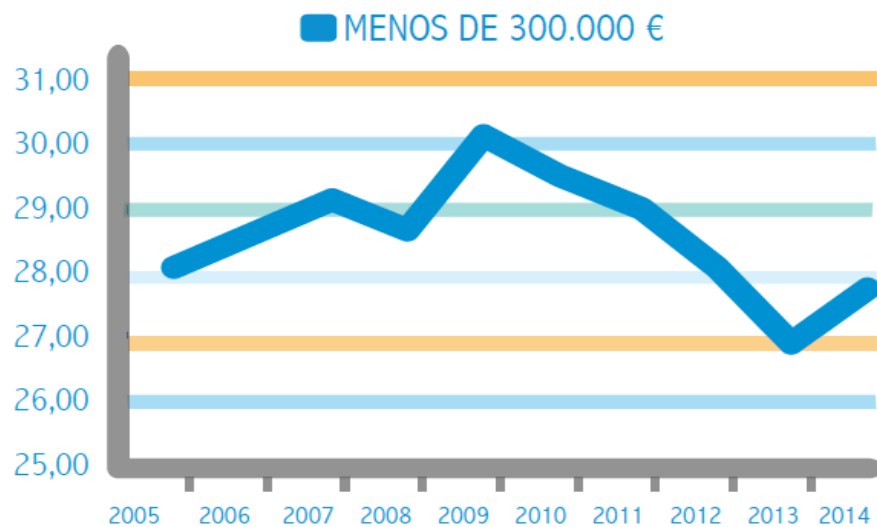
COLEGIO  
OFICIAL DE  
FARMACÉUTICOS DE  
ZARAGOZA

## 2. La farmacia según volumen de ventas

### ► 2.1 Farmacias de facturación por debajo de 300.000€

#### MARGEN BRUTO

El margen bruto medio aumenta ligeramente en el ejercicio 2014, quedando la evolución histórica de la siguiente forma:



#### MARGEN NETO

El margen neto en el ejercicio 2014 repunta y se sitúa en un 8,91%, llegando a parámetros parecidos al 2010 y rompe la tendencia bajista del 2013, que cerró con un 6,08% sobre lo facturado. La evolución de los márgenes de los últimos 7 ejercicios es la siguiente:

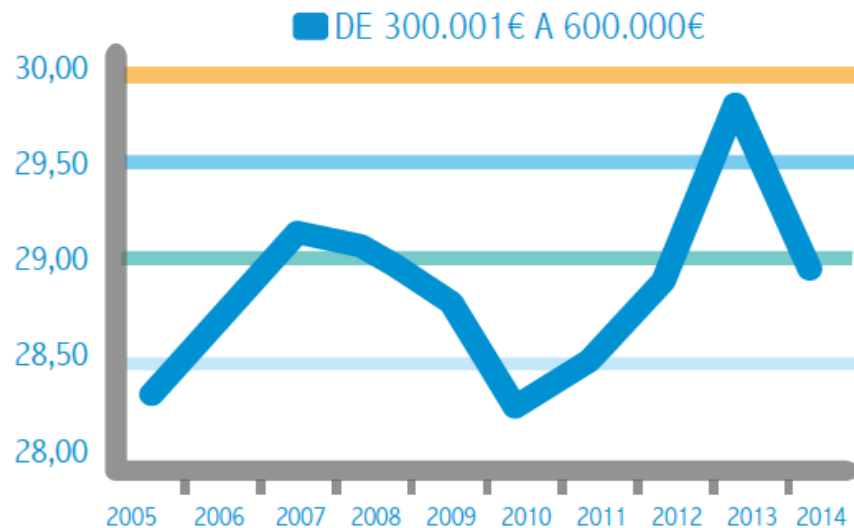
	Margen bruto	Margen neto
2014	28,88%	8,91%
2013	27,00%	6,08%
2012	28,25%	7,21%
2011	29,13%	7,71%
2010	29,60%	8,55%
2009	30,23%	8,88%
2008	28,74%	8,58%

## 2. La farmacia según volumen de ventas

### ► 2.2 Farmacias de facturación de 300.001€ a 600.000€

#### MARGEN BRUTO

Las farmacias de este tramo siguen afectadas por el RDL 5/2000. Este ejercicio se ha visto reducido pero se mantiene cerca del 29%.



#### MARGEN NETO

Si analizamos el margen neto o beneficio antes de impuestos, observamos que se sigue la tendencia creciente del ejercicio 2013. Recordemos, que mediante una rigurosa planificación fiscal puede conseguirse una minimización de los costes fiscales en algunas unidades familiares.

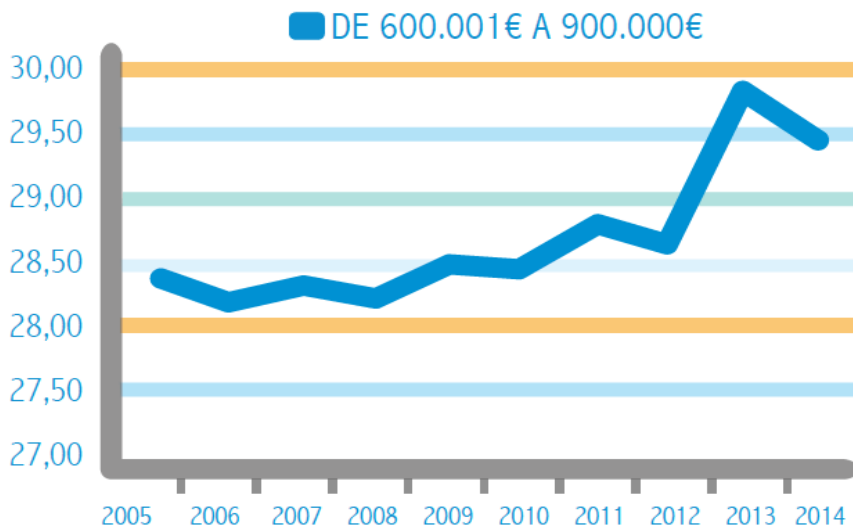
	Margen bruto	Margen neto
2014	28,96%	9,13%
2013	29,88%	7,06%
2012	28,92%	6,50%
2011	28,48%	6,87%
2010	28,22%	7,12%
2009	29,08%	7,37%
2008	29,16%	7,55%

## 2. La farmacia según volumen de ventas

### ► 2.3 Farmacias de facturación de 600.001€ a 900.000€

#### MARGEN BRUTO

El margen bruto del ejercicio 2014 se ve retraído respecto al del 2013, que consiguió un repunte positivo. Estas farmacias, como sus compañeras de intervalo, consiguen su objetivo de “intentar aguantar el temporal” en lo que a costes comerciales se refiere



#### MARGEN NETO

El margen neto antes de impuestos vuelve a mejorar los datos obtenidos en 2013, con una cifra en el 2014 del 9,34%.

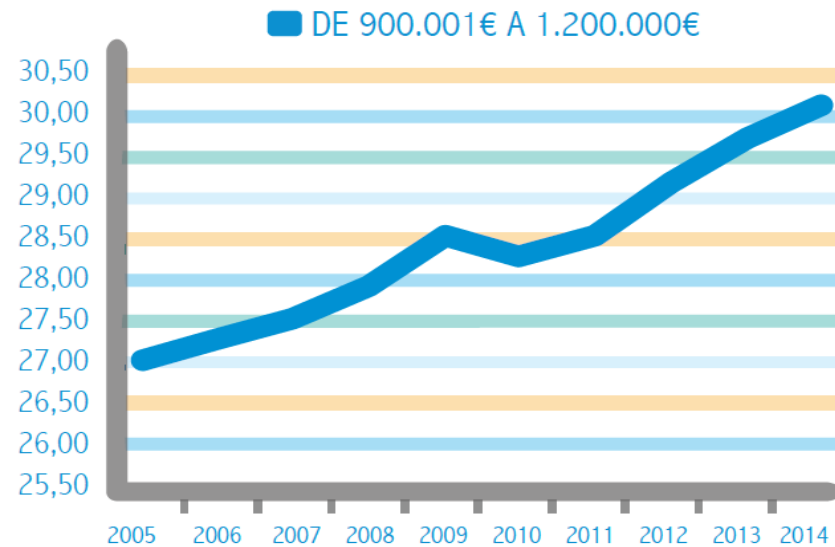
	Margen bruto	Margen neto
2014	29,27%	9,34%
2013	29,88%	8,41%
2012	28,71%	6,95%
2011	28,85%	6,91%
2010	28,51%	7,66%
2009	28,56%	7,73%
2008	28,29%	8,15%

## 2. La farmacia según volumen de ventas

### ► 2.4 Farmacias de facturación de 900.001€ a 1.200.000€

#### MARGEN BRUTO

Todo parece indicar que se asienta la tendencia alcista durante este ejercicio 2014, situándose el margen bruto en un 30,39%.



#### MARGEN NETO

El margen neto se mantiene en un tipo elevado en comparación con los últimos 5 ejercicios. Siendo el tipo medio de margen neto de 9,51%.

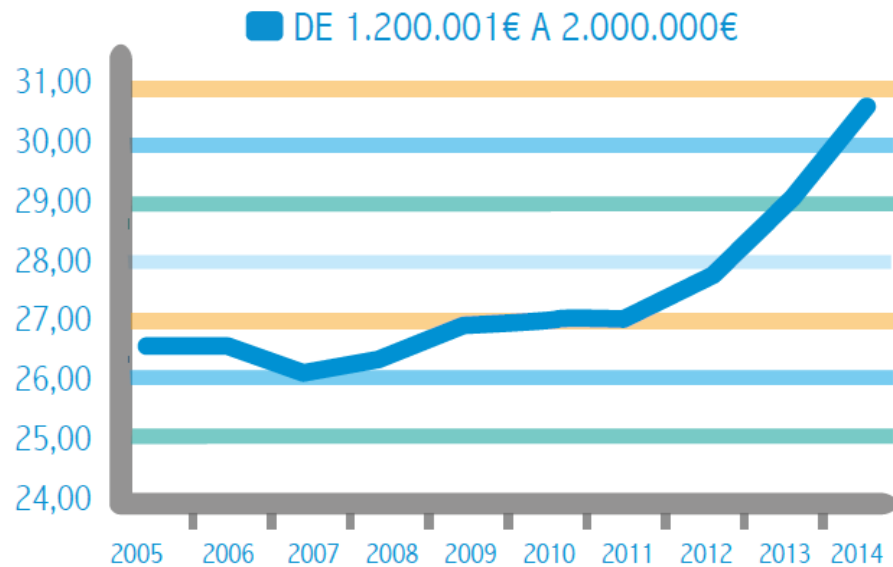
	Margen bruto	Margen neto
2014	30,09%	9,51%
2013	29,73%	6,91%
2012	29,17%	6,42%
2011	28,57%	6,68%
2010	28,32%	7,42%
2009	28,54%	7,65%
2008	27,97%	10,69%

## 2. La farmacia según volumen de ventas

### ► 2.5 Farmacias de facturación de 1.200.001€ a 2.000.000€

#### MARGEN BRUTO

El margen bruto de las farmacias contenidas en este tramo mejora ostensiblemente las cifras de los últimos años.



#### MARGEN NETO

El margen neto se ha visto reducido este último ejercicio 2014. No obstante, se encuentra entre el 6% y 7% desde el 2011.

	Margen bruto	Margen neto
2014	30,21%	6,69%
2013	28,88%	6,94%
2012	27,83%	6,09%
2011	27,38%	6,23%
2010	27,26%	7,41%
2009	27,14%	7,70%

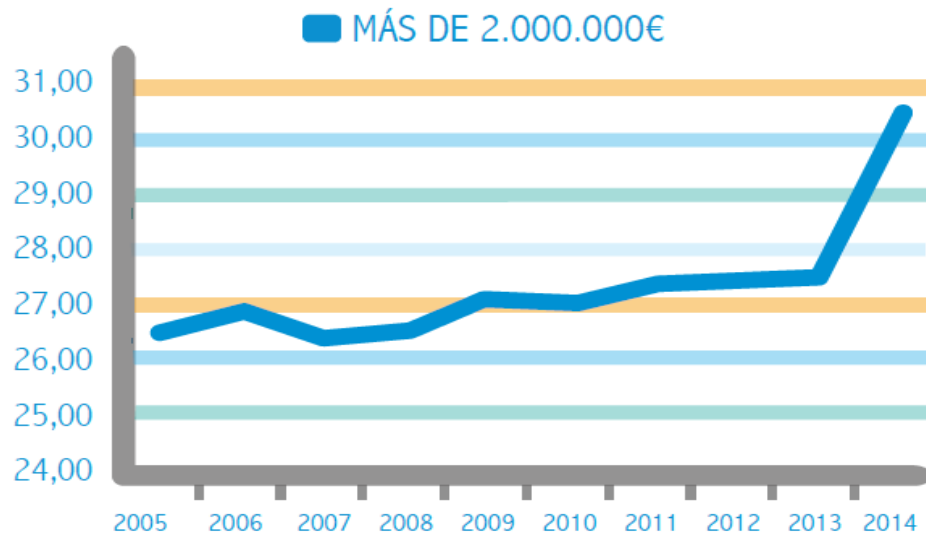


## 2. La farmacia según volumen de ventas

### ► 2.6 Farmacias de más de 2.000.000€ de facturación

#### MARGEN BRUTO

Las farmacias contenidas en este tramo de facturación se encuentran con un aumento significativo en el tipo de margen bruto en este ejercicio 2014.



#### MARGEN NETO

El beneficio antes de impuestos sufrió un descenso desde el 2003 hasta el 2012, rompiéndose esta tendencia en los ejercicios 2013 i 2014 y consiguiendo un margen del 9,86%.

	Margen bruto	Margen neto
2014	30,37%	9,86%
2013	27,47%	6,03%
2012	27,39%	5,39%
2011	27,35%	5,40%
2010	27,05%	6,78%
2009	27,07%	7,81%

## 2. La farmacia según volumen de ventas

### ► 2.7 RESUMEN EJERCICIO 2014

	M.BRUTO	C.LABORALES	INVERSIONES	M.NETO ai	M.NETO di
Menos de 300.000€	28,88	9,08	3,75	8,91	6,92
De 300.001€ a 600.000€	28,96	10,06	3,89	9,13	7,33
De 600.001€ a 900.000€	29,27	11,36	4,11	9,34	7,39
De 900.001€ a 1.200.000€	30,09	11,49	4,14	9,51	7,41
De 1.200.001€ a 2.000.000€	30,21	11,88	4,32	9,69	7,66
Más de 2.000.000 €	30,37	11,50	4,35	9,86	7,77

## 2. La farmacia según volumen de ventas

### ► 2.8 Porcentaje de ventas

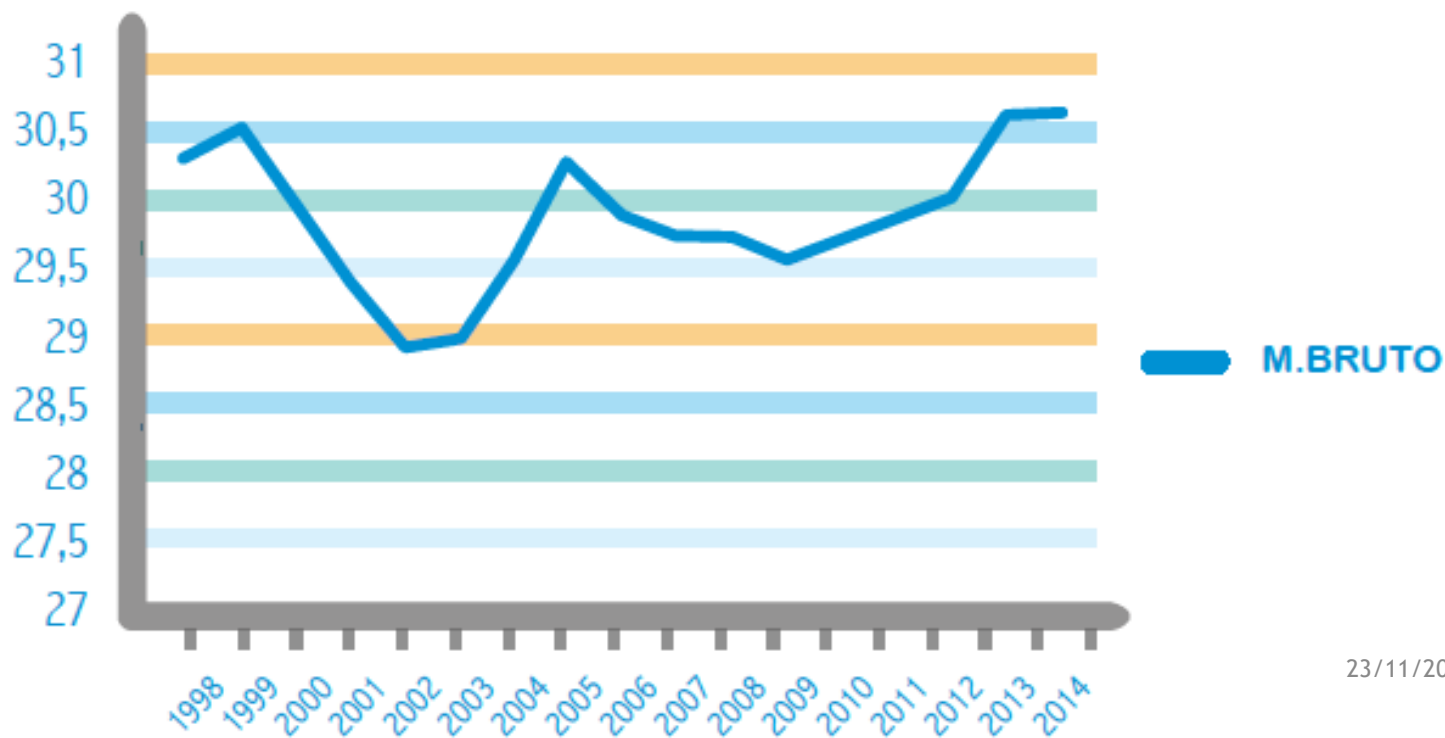
	SOE	LIBRE
Menos de 300.000	69,59	30,41
De 300.001 a 600.000	65,88	34,12
De 600.001 a 900.000	57,61	42,39
De 900.001 a 1.200.000	55,89	44,11
De 1.200.001 a 2.000.000	52,18	45,34
Más de 2.000.000	30,37	47,82



# 3. La farmacia según tipos de venta

## ► 3.1 Farmacia turística

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
M.BRUTO	30,3	30,6	29,88	29,03	28,36	28,43	29,22	30,25	29,67	29,5	29,46	29,26	29,47	29,67	29,85	30,71	30,77

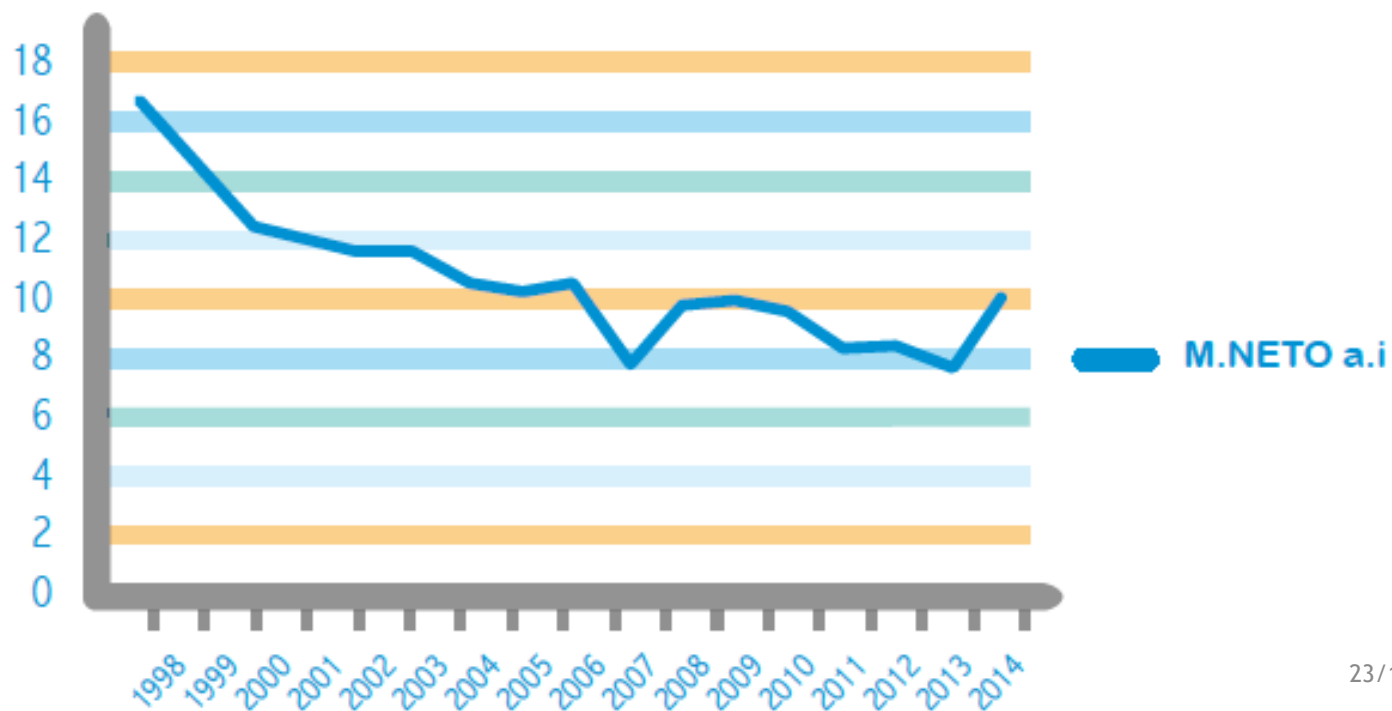




# 3. La farmacia según tipos de venta

## ► 3.1 Farmacia turística

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
M.NETO a.i	16,7	14,68	12,52	12,1	11,73	11,68	10,45	10,18	10,5	7,5	9,66	9,78	9,27	8,16	8,08	7,27	9,87

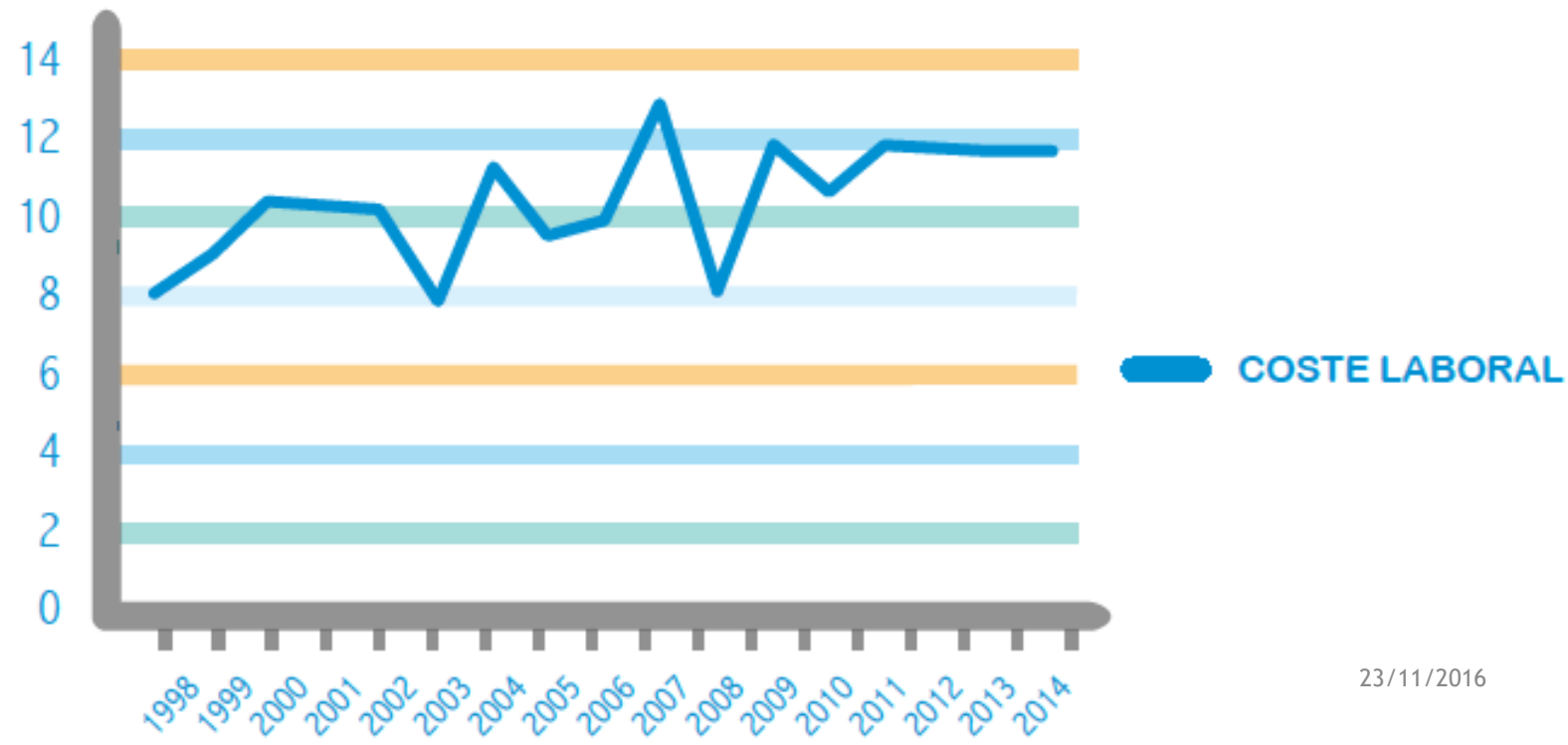




# 3. La farmacia según tipos de venta

## ▶ 3.1 Farmacia turística

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
LABORAL	8,31	9,25	10,49	10,41	10,36	8,08	11,35	9,69	10,08	12,97	8,28	11,96	10,79	11,9	11,85	11,7	11,81

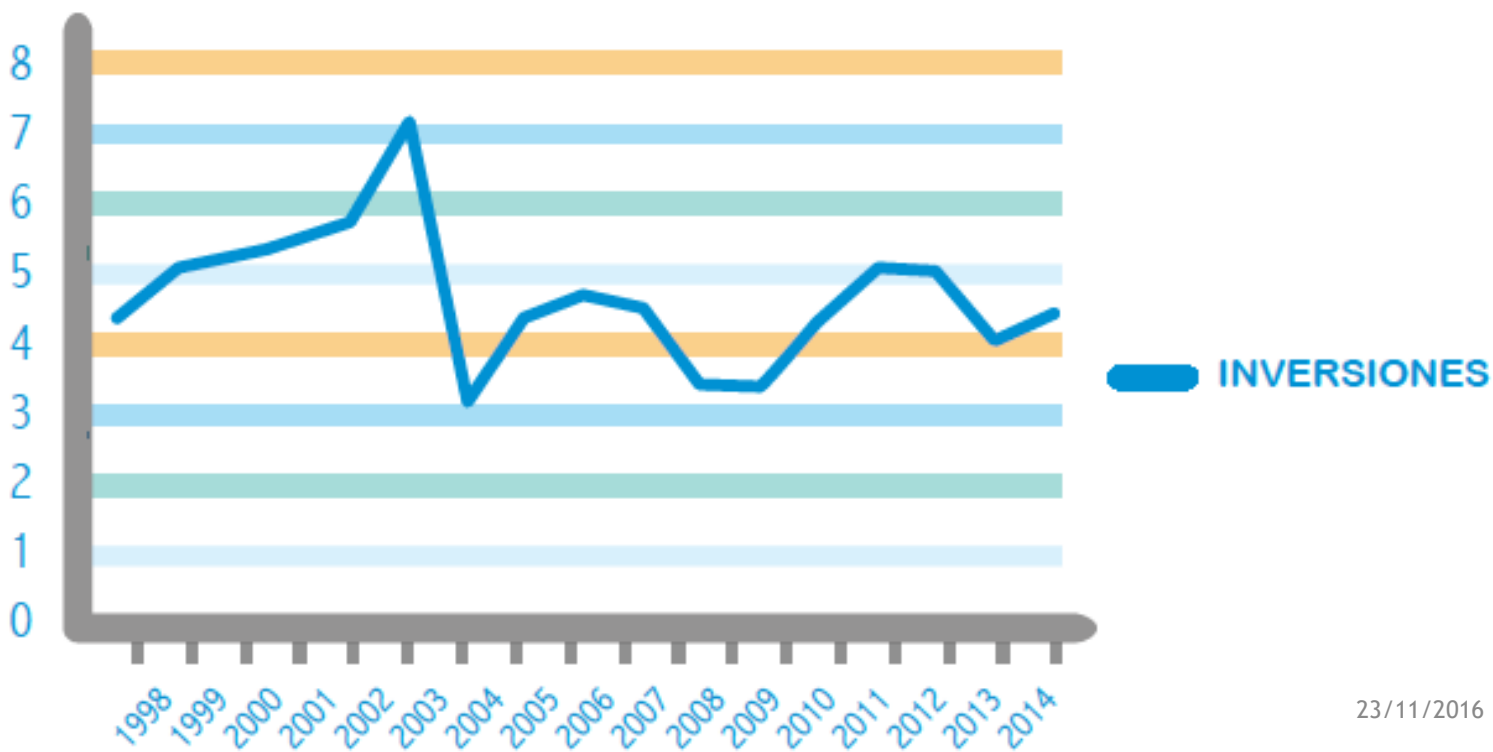




# 3. La farmacia según tipos de venta

## ► 3.1 Farmacia turística

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
INVERSIONES	4,36	5,08	5,23	5,44	5,76	7,24	3,11	4,36	4,66	4,47	3,36	3,31	4,26	5,08	5,00	3,98	4,36

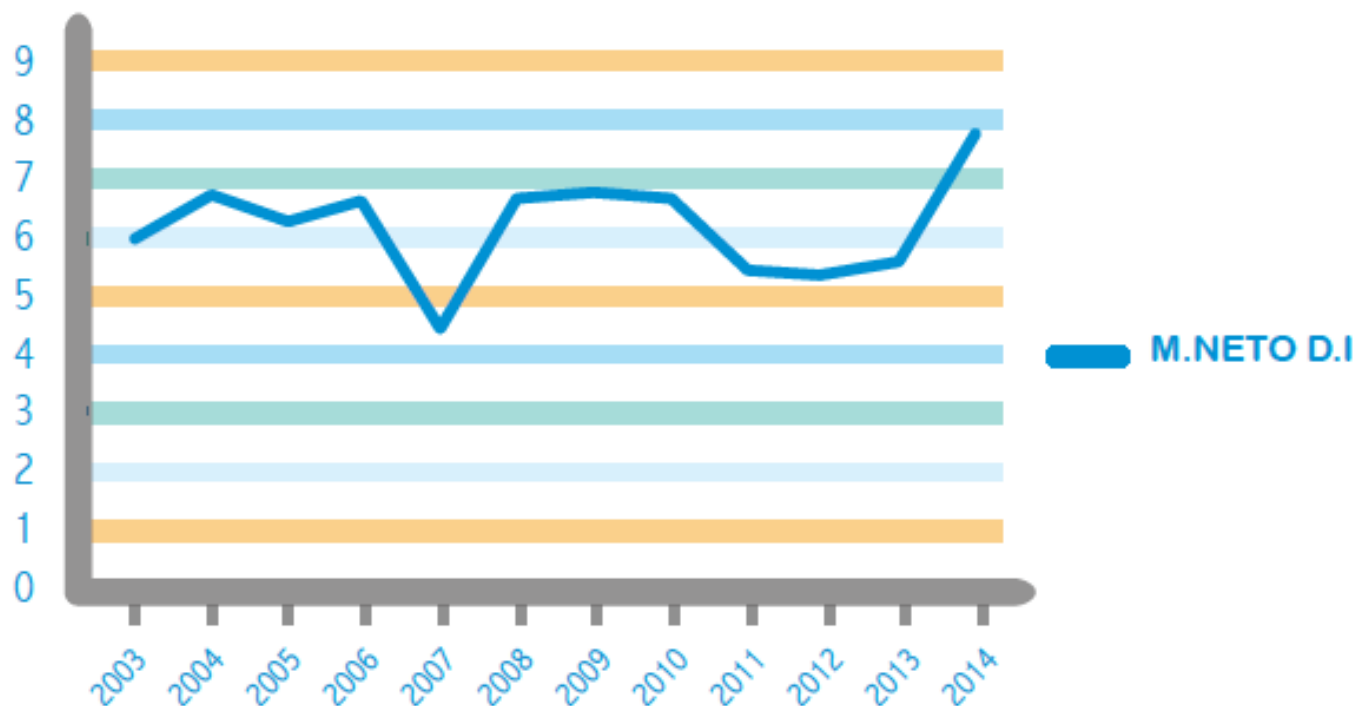




# 3. La farmacia según tipos de venta

## ► 3.1 Farmacia turística

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
M.NETO D.I	6,11	6,79	6,37	6,64	4,56	6,77	6,86	6,74	5,56	5,49	5,70	7,78







# 3. La farmacia según tipos de venta

## ► 3.1 Farmacia turística, resumen

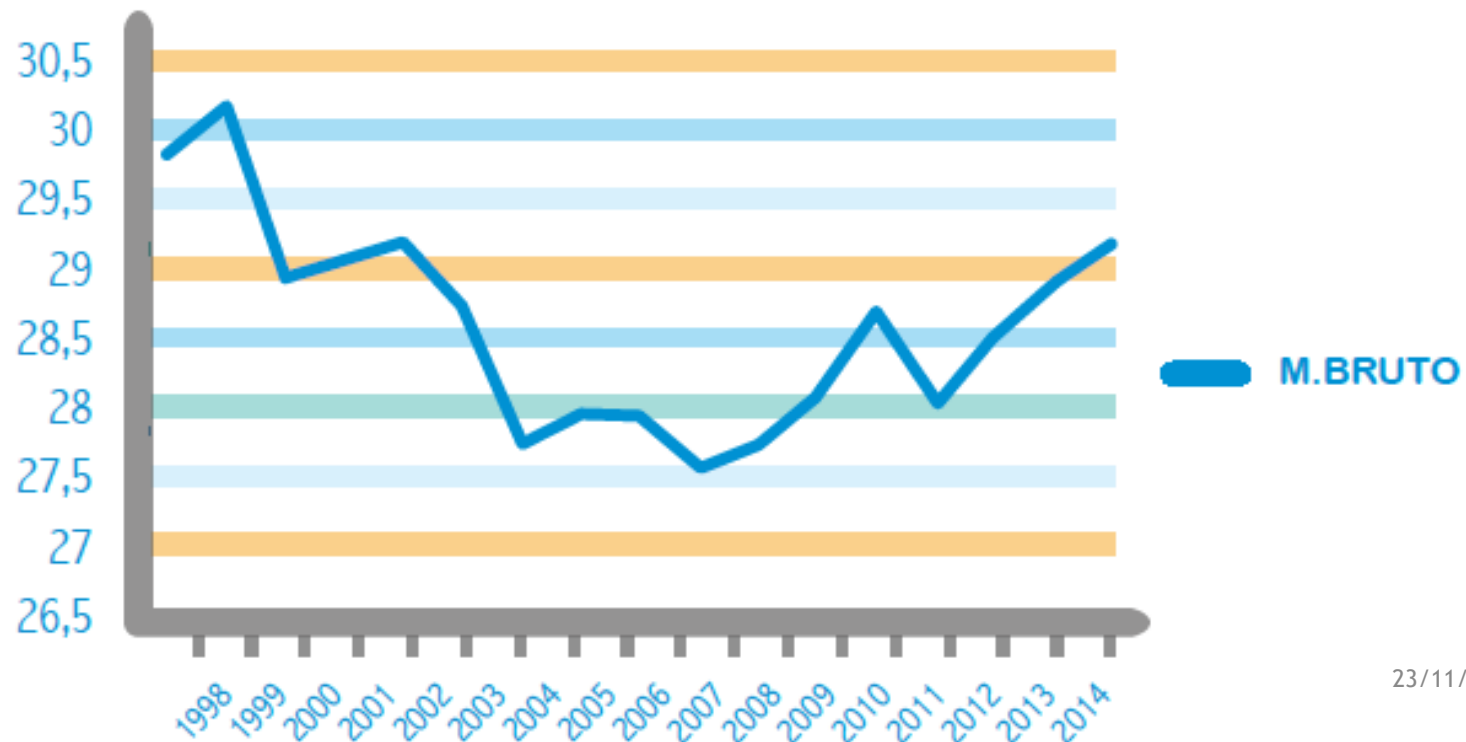
F.TURÍSTICA																	
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>M.BRUTO</b>	30,3	30,6	29,88	29,03	28,36	28,43	29,22	30,25	29,67	29,5	29,46	29,26	29,47	29,67	29,85	30,71	30,77
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>M.NETO a.i</b>	16,7	14,68	12,52	12,1	11,73	11,68	10,45	10,18	10,5	7,5	9,66	9,78	9,27	8,16	8,08	7,27	9,87
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>LABORAL</b>	8,31	9,25	10,49	10,41	10,36	8,08	11,35	9,69	10,08	12,97	8,28	11,96	10,79	11,9	11,85	11,7	11,81
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>INVERSIONES</b>	4,36	5,08	5,23	5,44	5,76	7,24	3,11	4,36	4,66	4,47	3,36	3,31	4,26	5,08	5,00	3,98	4,36
						2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>M.NETO D.I</b>						6,11	6,79	6,37	6,64	4,56	6,77	6,86	6,74	5,56	5,49	5,70	7,78



# 3. La farmacia según tipos de venta

## ► 3.2 Farmacia media

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
M.BRUTO	29,7	30,03	28,93	29,03	29,15	28,73	27,83	28,02	28,01	27,68	27,83	28,14	28,68	28,08	28,53	28,87	29,13

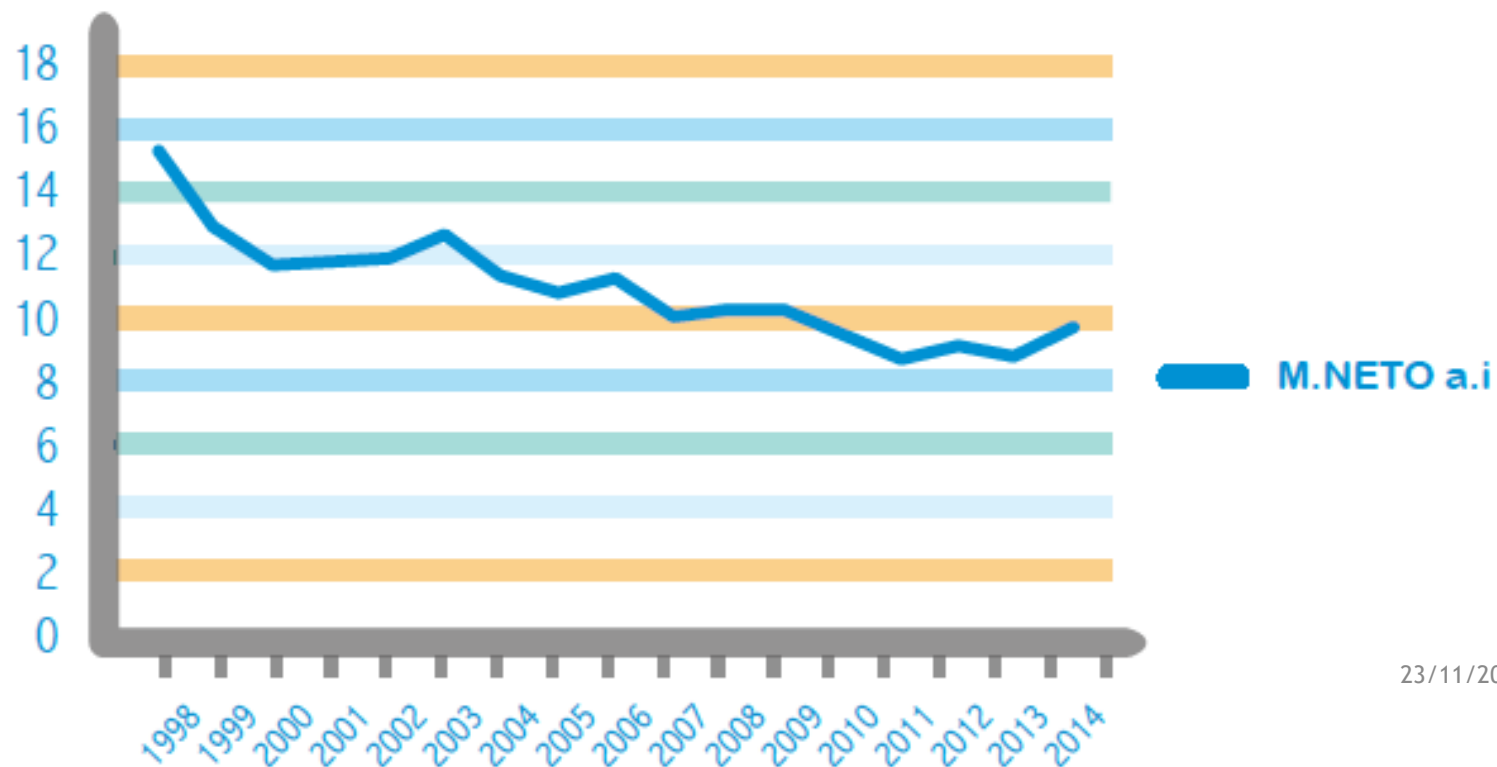




# 3. La farmacia según tipos de venta

## ► 3.2 Farmacia media

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
M.NETO a.i.	15,3%	12,93%	11,79%	11,83%	11,96%	12,63%	11,41%	10,94%	11,31%	10,13%	10,28%	10,31%	9,55%	8,75%	9,14%	8,77%	9,69%

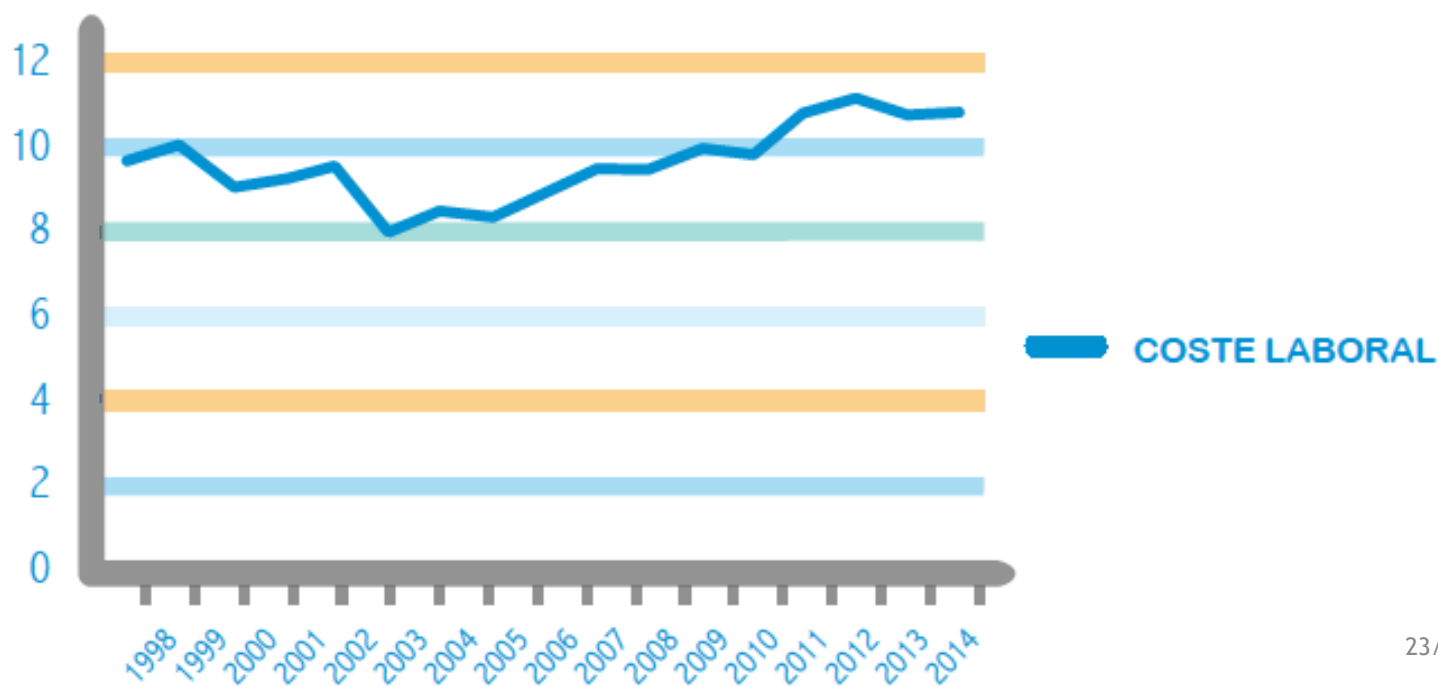




# 3. La farmacia según tipos de venta

## ► 3.2 Farmacia media

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
COSTE LABORAL	9,86	10,21	9,29	9,47	9,74	8,24	8,7	8,57	9,09	9,68	9,7	10,1	10,03	10,94	11,28	10,92	10,96

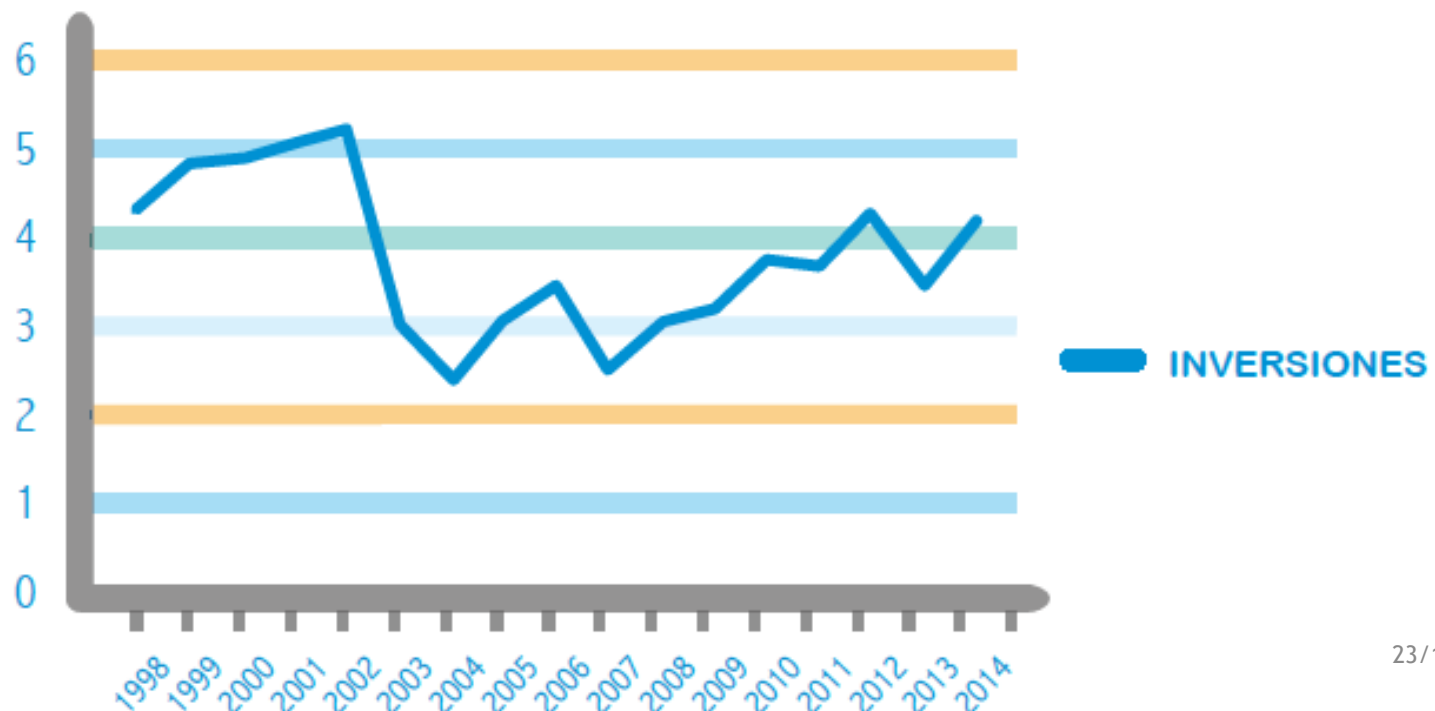




# 3. La farmacia según tipos de venta

## ► 3.2 Farmacia media

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
INVERSIONES	4,29	4,78	4,87	5,02	5,15	2,97	2,39	3,04	3,44	2,49	3,01	3,18	3,71	3,67	4,23	3,46	4,13

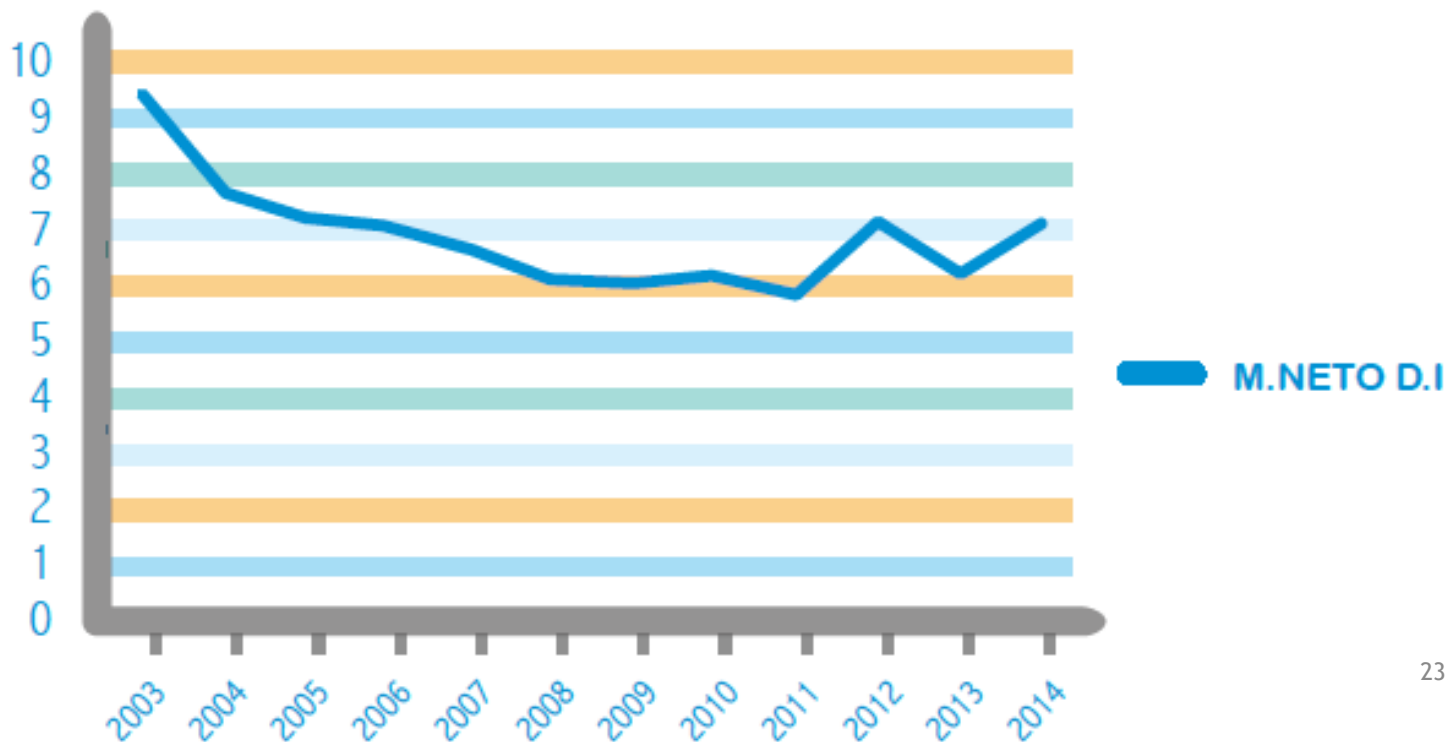




# 3. La farmacia según tipos de venta

## ► 3.2 Farmacia media

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
M.NETO D.I	9,33	7,7	7,22	7,08	6,66	6,13	6,09	3,18	5,89	7,14	6,27	7,07



# 3. La farmacia según tipos de venta

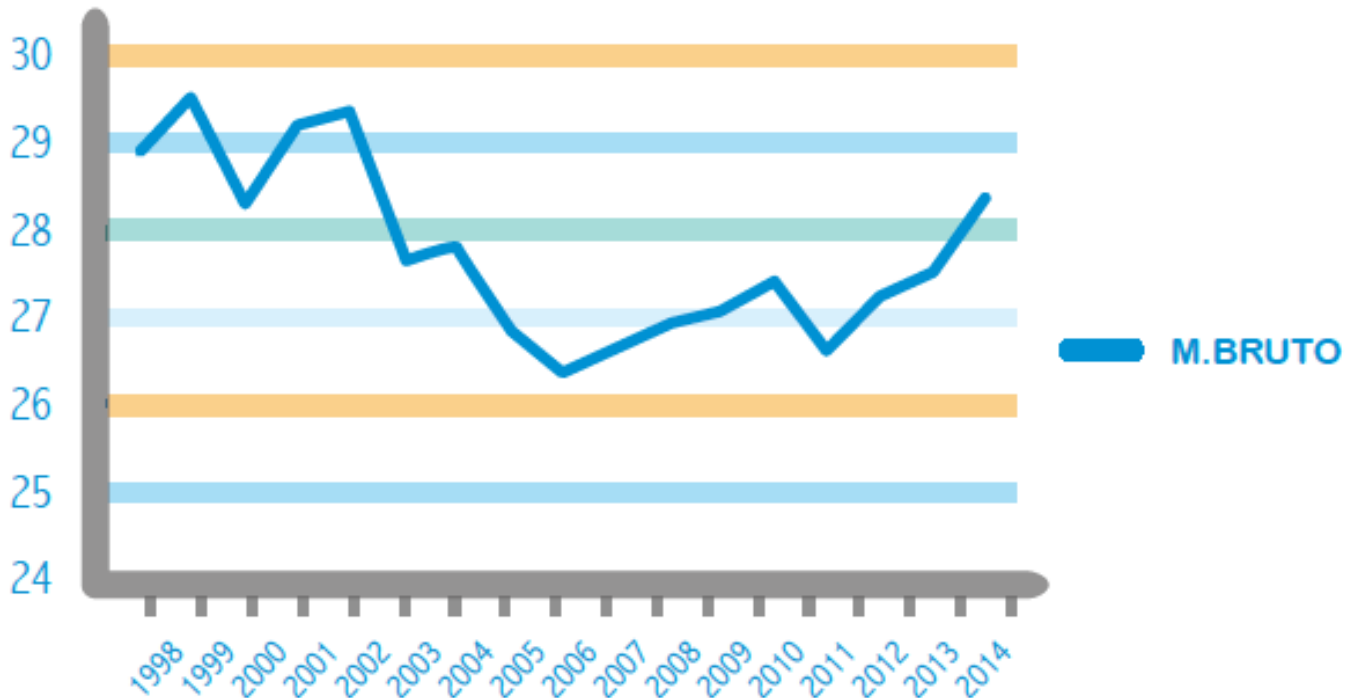
## ► 3.2 Farmacia media, resumen

F.MEDIA																	
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>M.BRUTO</b>	29,7	30,03	28,93	29,03	29,15	28,73	27,83	28,02	28,01	27,68	27,83	28,14	28,68	28,08	28,53	28,87	29,13
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>M.NETO a.I</b>	15,3	12,93	11,79	11,83	11,96	12,63	11,41	10,94	11,31	10,13	10,28	10,31	9,55	8,75	9,14	8,77	6,69
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>COSTE LABORAL</b>	9,86	10,21	9,29	9,47	9,74	8,24	8,7	8,57	9,09	9,68	9,7	10,1	10,03	10,94	11,28	10,92	10,96
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>INVERSIONES</b>	4,29	4,78	4,87	5,02	5,15	2,97	2,39	3,04	3,44	2,49	3,01	3,18	3,71	3,67	4,23	3,46	4,13
						2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>M.NETO D.I</b>						9,33	7,7	7,22	7,08	6,66	6,13	6,09	3,18	5,89	7,14	6,27	7,07

# 3. La farmacia según tipos de venta

## ► 3.3 Farmacia populosa

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
M.BRUTO	28,9	29,5	28,29	29,16	29,36	27,62	27,75	26,8	26,32	26,58	26,88	27,02	27,36	26,58	27,21	27,50	28,33



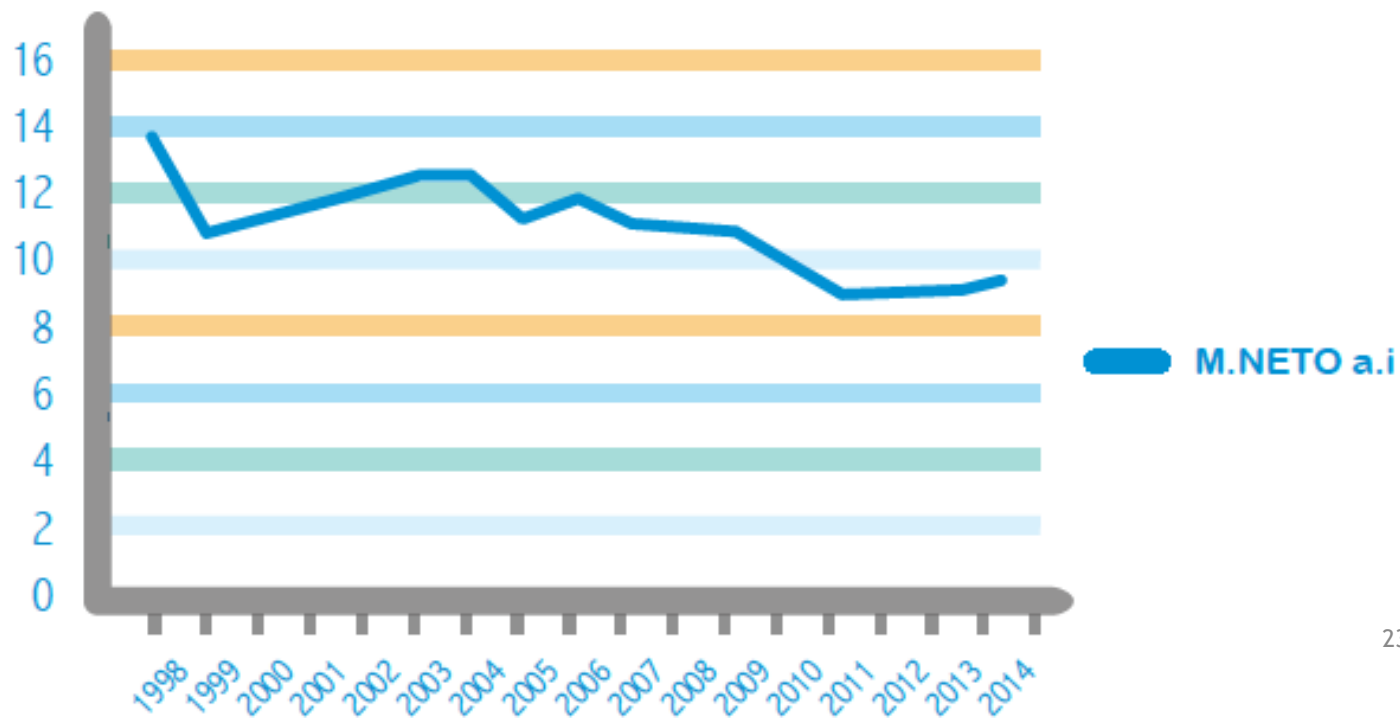




# 3. La farmacia según tipos de venta

## ► 3.3 Farmacia populosa

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
M.NETO a.i	13,7	10,87	11,2	11,67	12,08	12,45	12,43	11,2	11,71	11,03	10,87	10,74	9,89	8,95	8,95	9,08	9,26

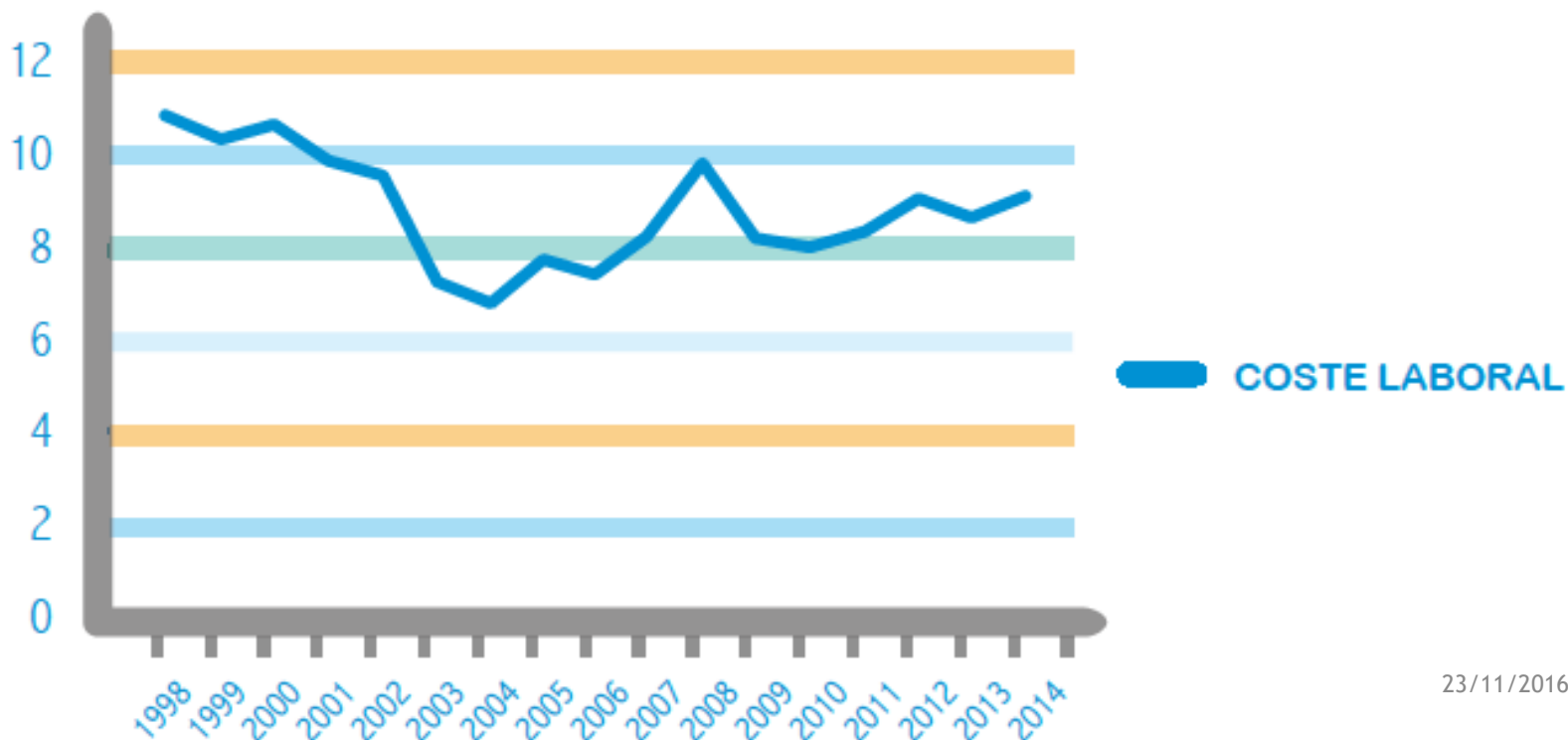




# 3. La farmacia según tipos de venta

## ► 3.3 Farmacia populosa

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
COSTE LABORAL	10,91	10,46	10,74	9,98	9,68	7,36	6,88	7,77	7,54	8,33	9,91	8,30	8,11	8,43	9,14	8,76	9,12

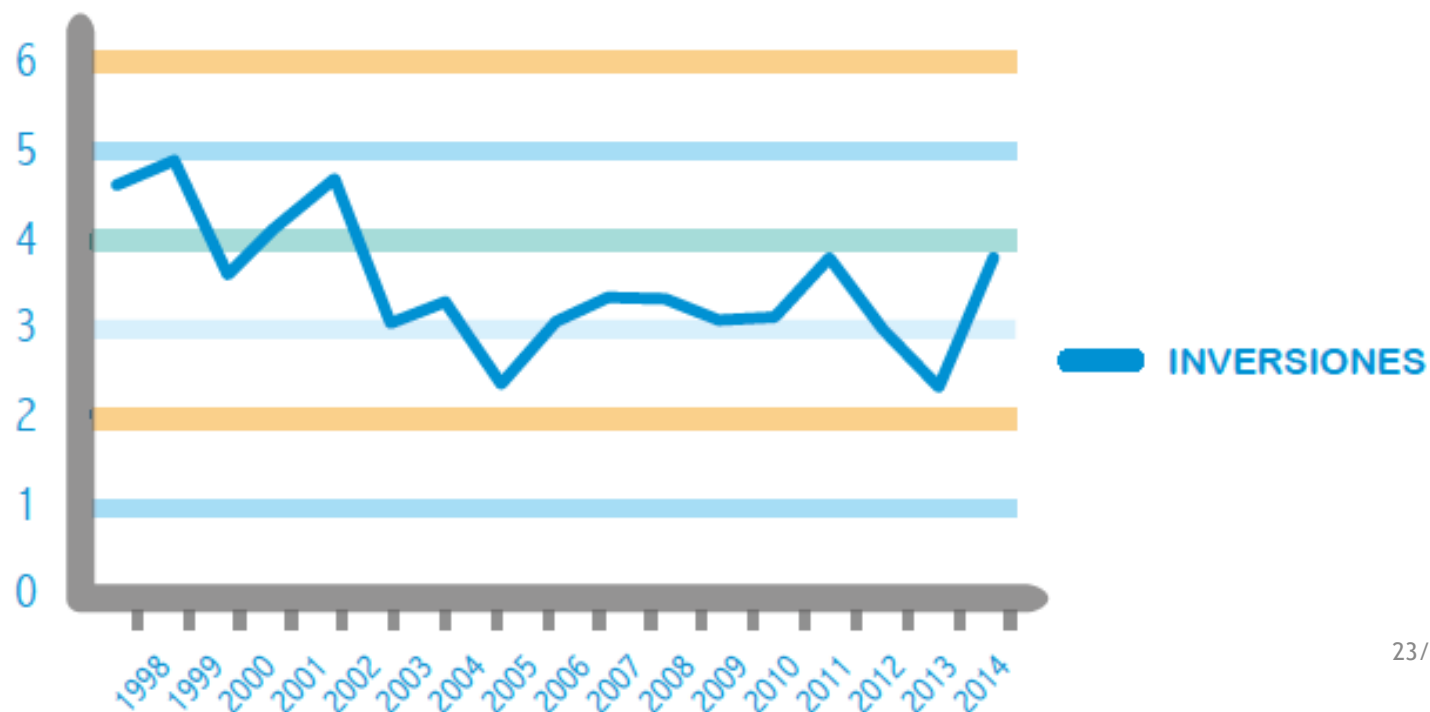




# 3. La farmacia según tipos de venta

## ► 3.3 Farmacia populosa

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
INVERSIONES	4,72	4,93	3,61	4,21	4,7	3,02	3,24	2,29	3,02	3,29	3,27	3,02	3,08	7,75	2,91	2,25	3,77

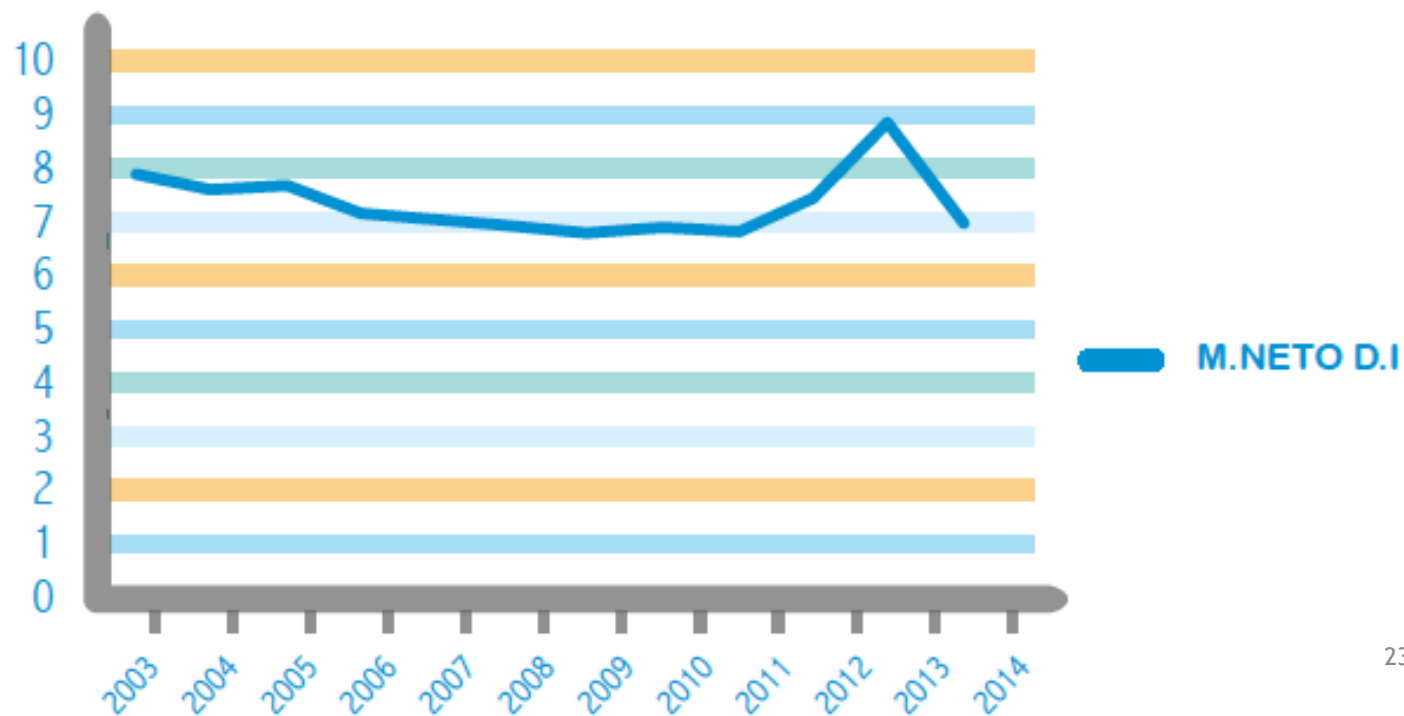




# 3. La farmacia según tipos de venta

## ▶ 3.3 Farmacia populosa

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
M.NETO D.I	7,89	7,62	7,58	7,14	7,01	6,85	6,73	6,79	6,74	7,41	8,91	7,01



# 3. La farmacia según tipos de venta

## ► 3.3 Farmacia populosa, resumen

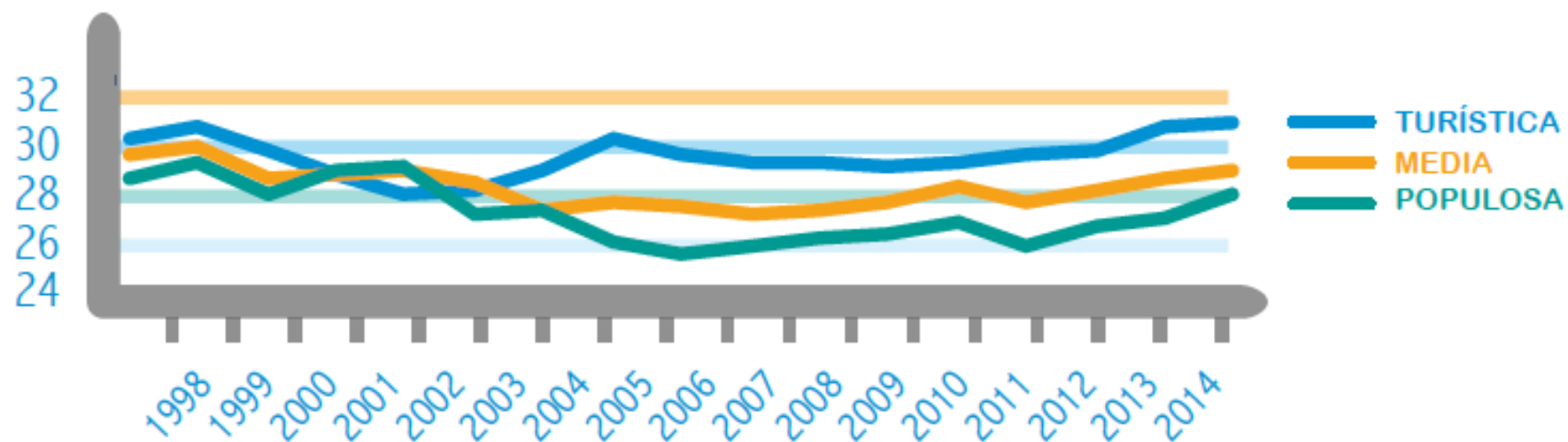
F.POPULOSA																	
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>M.BRUTO</b>	28,9	29,5	28,29	29,16	29,36	27,62	27,75	26,8	26,32	26,58	26,88	27,02	27,36	26,58	27,21	27,50	28,33
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>M.NETO a.i</b>	13,7	10,87	11,2	11,67	12,08	12,45	12,43	11,2	11,71	11,03	10,87	10,74	9,89	8,95	8,95	9,08	9,26
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>COSTE LABORAL</b>	10,91	10,46	10,74	9,98	9,68	7,36	6,88	7,77	7,54	8,33	9,91	8,30	8,11	8,43	9,14	8,76	9,12
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>INVERSIONES</b>	4,72	4,93	3,61	4,21	4,7	3,02	3,24	2,29	3,02	3,29	3,27	3,02	3,08	7,75	2,91	2,25	3,77
						2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>M.NETO D.I</b>						7,89	7,62	7,58	7,14	7,01	6,85	6,73	6,79	6,74	7,41	8,91	7,01



# 4. Análisis y comparativas entre tipologías de farmacias

## ► 4.1 Margen Bruto

Después de varios ejercicios en que los tres tipos de farmacia siguen tendencias distintas, nos encontramos que desde el 2010 se muestran casi paralelas.



# 4. Análisis y comparativas entre tipologías de farmacias

## ► 4.1 Margen Bruto

Podríamos resumir esta comparativa, diciendo que las farmacias que más han invertido en los últimos tres años, unida que son las menos afectadas por los recortes legislativos, las turísticas, son las que siguen con los mejores márgenes brutos, si bien, todas ellas mejoran el margen respecto al 2012.

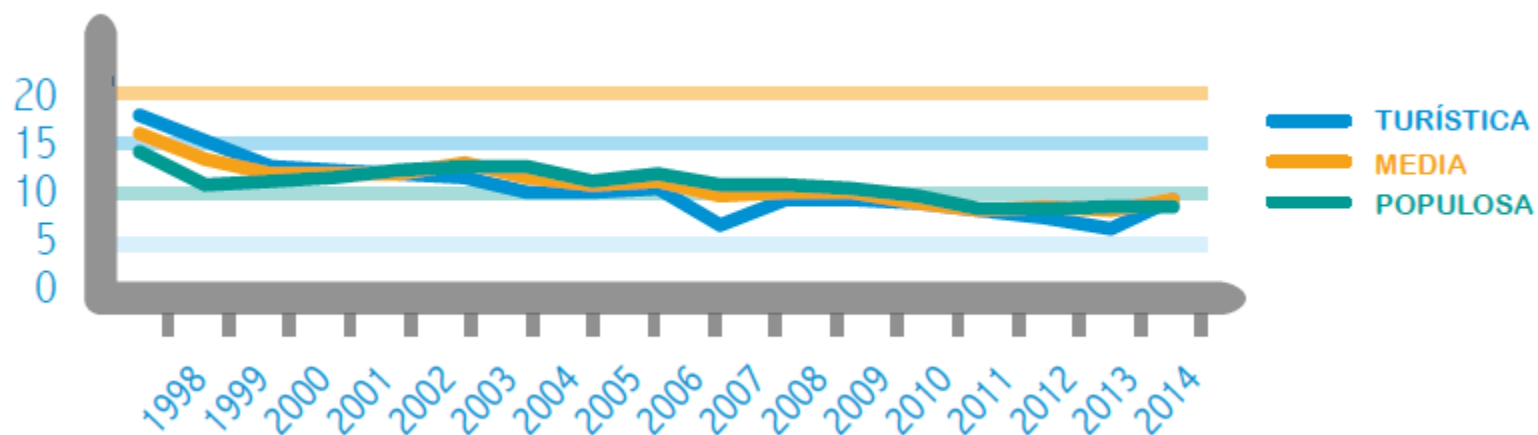
M.BRUTO	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
TURÍSTICA	30,3	30,6	29,88	29,03	28,36	28,43	29,22	30,25	29,67	29,5	29,46	29,26	29,47	29,67	29,85	30,71	30,77
MEDIA	29,7	30,03	28,93	29,03	29,15	28,73	27,83	28,02	28,01	27,68	27,83	28,14	28,68	28,08	28,53	28,87	29,13
POPULOSA	28,9	29,5	28,29	29,16	29,36	27,62	27,75	26,8	26,32	26,58	26,88	27,02	27,36	26,58	27,21	27,5	28,33



# 4. Análisis y comparativas entre tipologías de farmacias

## ► 4.2 Margen neto

En cuanto al beneficio antes de impuestos, o margen neto, observamos que partiendo de márgenes brutos desiguales, durante los últimos ejercicios han ido convergiendo entorno al tipo del 9,60%.





# 4. Análisis y comparativas entre tipologías de farmacias

## ► 4.2 Margen neto

En el 2013, el margen neto antes de impuestos se situó en un 7,27% la turística, un 8,77% la media y un 9,08% la populosa. Mientras que en 2014 todas ellas crecen en este parámetro para alcanzar las cifras de 9,87%, 9,69% y 9,26% respectivamente.

	1.998	1.999	2.000	2.001	2.002	2.003	2.004	2.005	2.006	2.007	2.008	2.009	2.010	2.011	2.012	2.013	2.014
<b>TURIS TICA</b>	16,7	14,68	12,52	12,1	11,73	11,68	10,45	10,18	10,5	7,5	9,66	9,78	9,27	8,95	8,08	7,27	9,87
<b>MEDIA</b>	15,3	12,93	11,79	11,83	11,96	12,63	11,41	10,94	11,31	10,13	10,28	10,31	9,55	8,75	9,14	8,77	9,69
<b>POPUL OSA</b>	13,7	10,87	11,2	11,67	12,08	12,45	12,43	11,2	11,71	11,03	10,87	10,74	9,89	8,95	8,95	9,08	9,26



# 4. Análisis y comparativas entre tipologías de farmacias

## ► 4.3 Inversiones Comunes-Amortizaciones

- La farmacia turística minora sus inversiones y se sitúa en un 4,36%, un 0,38% superior al 2013.
- La farmacia media invierte un 4,13% en el 2014, lo que representa un 0,67% superior respecto al 2013.
- La farmacia populosa crece en su inversión en un 1,52% respecto al 2013, situándose en un 3,77%.

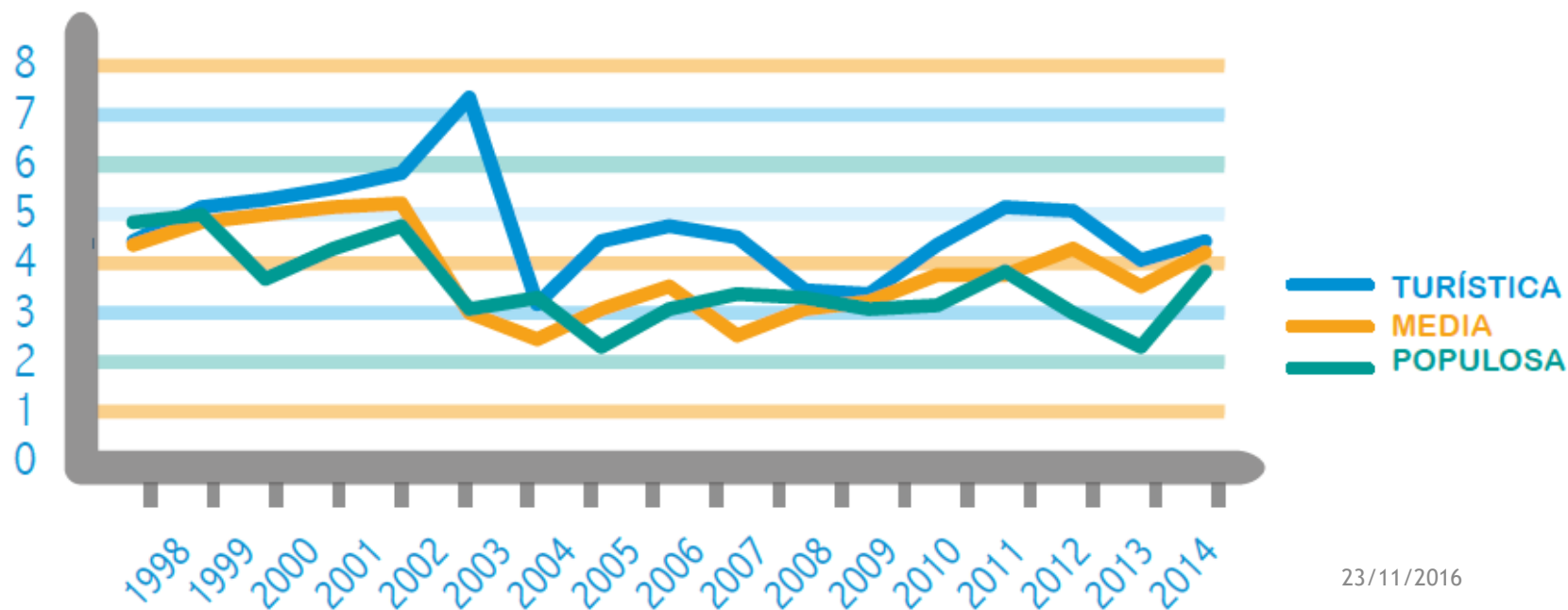
INVERSIONES																	
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
TURÍSTICA	4,36	5,08	5,23	5,44	5,76	7,24	3,11	4,36	4,66	4,47	3,36	3,31	4,26	5,08	5,00	3,98	4,36
MEDIA	4,29	4,78	4,87	5,02	5,15	2,97	2,39	3,04	3,44	2,49	3,01	3,18	3,71	3,67	4,23	3,46	4,13
POPULOSA	4,72	4,93	3,61	4,21	4,7	3,02	3,24	2,29	3,02	3,29	3,27	3,02	3,08	3,75	2,91	2,25	3,77



# 4. Análisis y comparativas entre tipologías de farmacias

## ► 4.3 Inversiones Comunes-Amortizaciones

- *Cabe recordar que en la franja 1998-2002 todas ellas superaban claramente el 4% y muchas veces el 5%*



# 4. Análisis y comparativas entre tipologías de farmacias

## ► 4.4 Costes laborales

- *En 2014, en todas las tipologías de farmacias se observa un aumento del coste laboral*

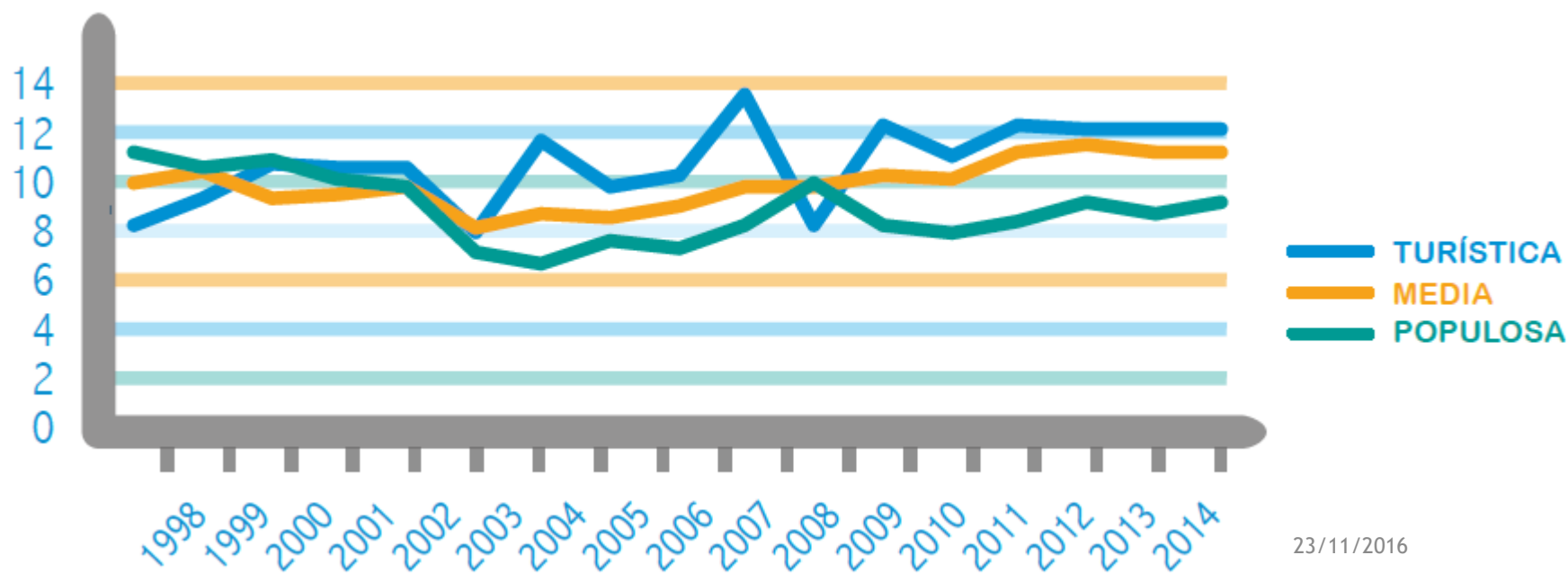
COSTE LABORAL	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
TURÍSTICA	8,31	9,25	10,49	10,41	10,36	8,08	11,35	9,69	10,08	12,97	8,28	11,96	10,79	11,90	11,85	11,78	11,81
MEDIA	9,86	10,21	9,29	9,47	9,74	8,24	8,7	8,57	9,09	9,68	9,7	10,1	10,03	10,94	11,28	10,92	10,96
POPULOSA	10,91	10,46	10,74	9,98	9,68	7,36	6,88	7,77	7,54	8,33	9,91	8,3	8,11	8,43	9,14	8,76	9,12



# 4. Análisis y comparativas entre tipologías de farmacias

## ► 4.4 Costes laborales

- *Podemos observar que la tendencia desde 2012 era decreciente*





## 5. Los números de la farmacia “tipo” española y comparativas provinciales

2014	Femenino	Fuera capital (RURAL)
MADRID	69,97%	35,90%
ZARAGOZA	71,16%	39,60%
BARCELONA	69,80%	55,00%
VALENCIA	71,03%	59,70%
ESPAÑA	71,50%	64,10%
HUESCA	72,80%	76,40%
TERUEL	74,60%	86,70%



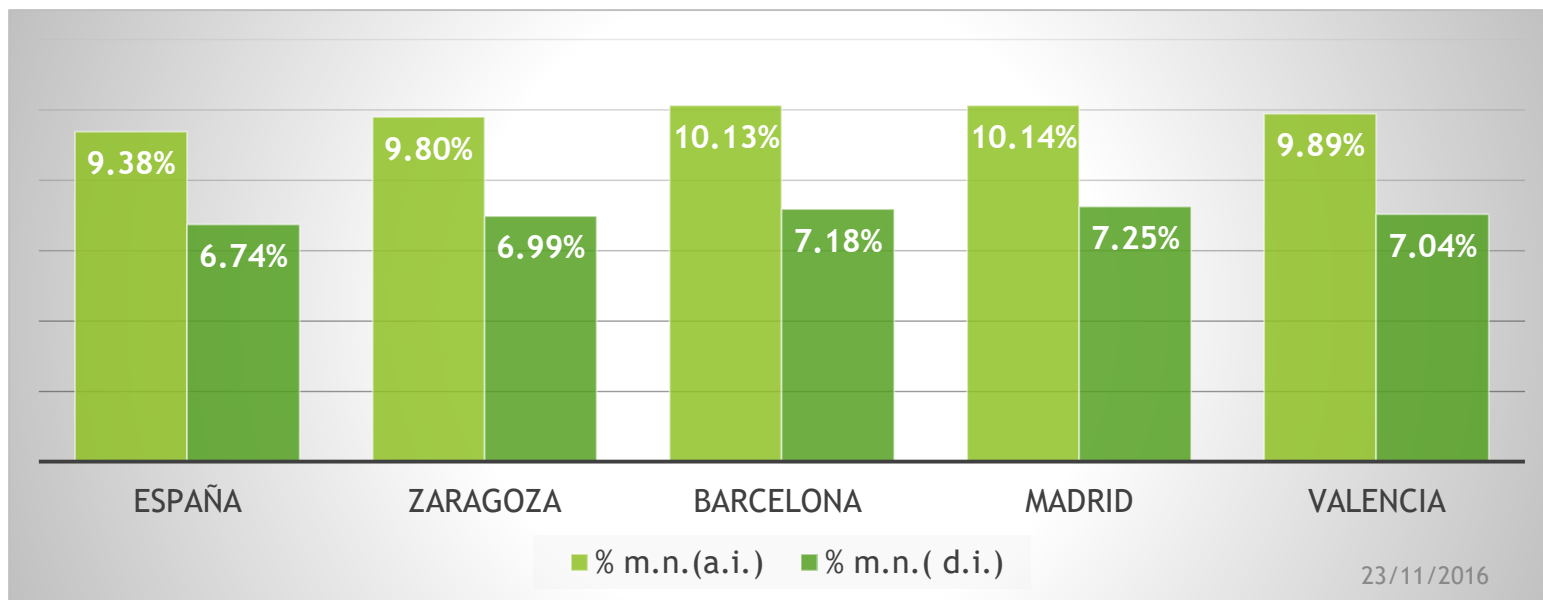
## 5. Los números de la farmacia “tipo” española y comparativas provinciales

2014	ESPAÑA	ZARAGOZA	BARCELONA	MADRID	VALENCIA
facturación	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000
m.n. (a.i.)	46.900,00	48.989,00	50.652,00	50.717,00	49.458,00
% m.n.(a.i.)	9,38%	9,80%	10,13%	10,14%	9,89%
IRPF	13.223,03	14.057,58	14.755,57	14.467,76	14.244,95
tipo medio irpf	28,19%	28,70%	29,13%	28,53%	28,80%
m.n.(d.i.)	33.676,97	34.931,42	35.896,43	36.249,24	35.213,05
% m.n.( d.i.)	6,74%	6,99%	7,18%	7,25%	7,04%



# 5. Los números de la farmacia “tipo” española y comparativas provinciales

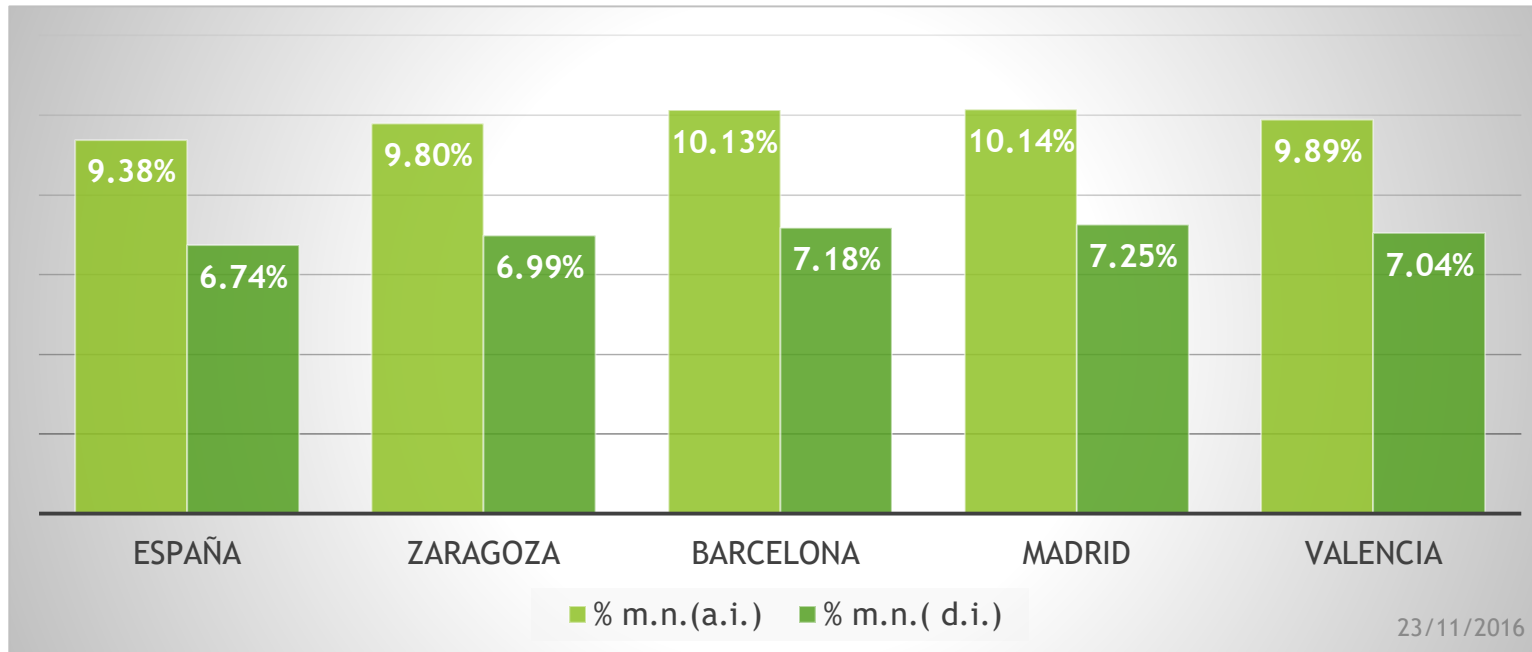
2014	ESPAÑA	ZARAGOZA	BARCELONA	MADRID	VALENCIA
m.n. ( a.i )	46.900,00	48.989,00	50.652,00	50.717,00	49.458,00
IRPF	13.223,03	14.057,58	14.755,57	14.467,76	14.244,95
m.n.(d.i.)	33.676,97	34.931,42	35.896,43	36.249,24	35.213,05





# 5. Los números de la farmacia “tipo” española y comparativas provinciales

2014	ESPAÑA	ZARAGOZA	BARCELONA	MADRID	VALENCIA
m.n.(a.i.)	9,38%	9,80%	10,13%	10,14%	9,89%
m.n.( d.i.)	6,74%	6,99%	7,18%	7,25%	7,04%





## 6. Principales conclusiones

- *La farmacia “tipo” española mejora casi medio punto su margen bruto e incrementa levemente también su margen neto antes de impuestos.*
- *Mantiene la estructura laboral con ligeras alzas en sus costes.*
- *Sigue apostando por las inversiones comunes que alcanzan una media del 3,66% en relación a las ventas.*
- *Tanto la farmacia turística como la media y la populosa mejoran sus márgenes brutos y sus márgenes netos antes de impuestos respecto al estudio del 2015.*
- *Solidifican las estructuras laborales y estabilizan sus inversiones en activos comunes con ligeras alzas.*
- **“LA OFICINA DE FARMACIA SIGUE SIENDO UN GRAN CONTRIBUYENTE Y GENERADOR DE EMPLEO FEMENINO Y ESTABLE”**



# Agradecimientos

*Al Colegio Oficial de Farmacéuticos de Zaragoza por su colaboración  
Al Consejo General de Colegios Farmacéuticos por su colaboración*

[ASPIME - Asesoría especializada en farmacia](#)

Página web: [www.aspime.es](http://www.aspime.es)

Link informe: [http://aspime.es/informe\\_anual\\_oficina\\_de\\_farmacia.html](http://aspime.es/informe_anual_oficina_de_farmacia.html)

Teléfono: 901.124.125

MADRID - CATALUÑA - C.VALENCIANA - CASTILLA LEON - ARAGON

