

Una alternativa a la farmacia desde una Las parafarmacias

Montar una parafarmacia es la única solución para muchos licenciados en Farmacia. Pero también pueden ser una oportunidad para empresarios ajenos a esta actividad.

Lo primero que debes plantearte si decides montar una parafarmacia es que éste no es un negocio fácil. De hecho, debes prepararte para desarrollar una dura lucha con la competencia de tu propia actividad y, sobre todo, con los negocios a los que vas a restar clientes y que hasta hace pocos años tenían la exclusiva del mercado: farmacias y herbolarios.

Sin embargo, requiere una inversión menor que montar una farmacia y no tiene las restricciones legales de éstas por

lo que es una salida que cada vez ofrece mejores perspectivas de futuro para los licenciados en Farmacia y los empresarios interesados en el mundo de la salud.

Una guerra abierta

"El principal problema de las parafarmacias son las trabas que los farmacéuticos ponen al desarrollo del negocio porque reducimos su clientela de productos de higiene, cuidado personal, alimentación infantil, etcétera", asegura **Juana M^a García**, licenciada en Far- ➤

inversión de 45.000 euros buscan sitio

Características del local

Los empresarios del sector coinciden en señalar que el local debe tener mucha luz y un escaparate significativo. Según Piedad Muro, "la decoración debe ser adecuada al negocio y conviene utilizar colores claros y luminosos que transmitan sensación de higiene. Además, en las parafarmacias influye

mucho la compra por impulso por lo que es importante que los productos estén a mano para los clientes". Respecto al tamaño, debe tener unos 80 m², aunque puede ser más pequeño, para evitar la sensación de vacío. Si es posible, dispón de un pequeño almacén donde puedas almacenar el 'stock'

de productos aunque, según Juana M^a García, no es imprescindible: "En una parafarmacia no es necesario tener muchos productos almacenados porque los proveedores sirven a diario y si la salida de algunos no es como esperabas puedes encontrarte con que al final te caducan".

Trámites para empezar

El negocio de las parafarmacias no está regulado, por lo que en la mayoría de las CC AA no existe ningún trámite específico. Sin embargo, según datos obtenidos en las Ventanillas Únicas de las Cámaras de Comercio, hay algunos aspectos a considerar:

Andalucía. Inscripción en el Registro de Comerciantes y Actividades Comerciales en Andalucía (Sección I: Con Establecimiento Comercial Permanente), en la Consejería de Economía y Hacienda de la Junta.

Aragón. Inscripción en el Registro General de Empresarios de Comercio y Establecimientos Mercantiles de la Comunidad y trámite de la titularidad en el Departamento de Industria, Comercio y Turismo.

Castilla-La Mancha. Tienen la misma consideración que el resto de comercios minoristas. Sin embargo, cuando se vayan a comercializar productos de alimentación, la Consejería de Sanidad puede resolver que haya que inscribir el negocio en el Registro de empresas relacionadas con alimentos.

Castilla y León. Una resolución de la Consejería de Sanidad y Bienestar Social, de la Junta de Castilla y León podría exigir que se obtuviera una Autorización Sanitaria de Funcionamiento de las Industrias, Establecimientos y Actividades Alimentarias.

Islas Baleares. Inscripción de Alta en el Registro de Establecimientos dedicados al Comercio.

Madrid. Cuando vendan al público algún producto sanitario, deberán realizar una declaración de actividad de establecimientos de venta al público de productos sanitarios. Además, habrá que inscribir la empresa en el Registro General de Actividades y Empresarios Comerciales.

Comunidad Valenciana. Inscripción de alta en el Registro General de Comerciantes y de Comercio.

¿Qué puedes vender?

Las parafarmacias no están autorizadas para comercializar medicamentos. Ni siquiera los denominados EFP (Especialidades Farmacéuticas Publicitarias) que pueden despacharse sin receta médica. De hecho, esta es una de las reivindicaciones de este sector donde la mayoría de empresarios son licenciados en Farmacia. Por lo demás, "en una parafarmacia pueden venderse todos 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", explica Claudia Faiman. Como los cosméticos, productos de alimentación infantil, accesorios de higiene para niños y adultos, ortopedia, herboristería, etcétera. Pueden ofrecerse otros servicios relacionados con el cuidado corporal: "puedes subcontratar los servicios de masajistas, podólogos, homeópatas...".

Inversión mínima necesaria

A continuación detallamos la inversión mínima para iniciar la actividad empresarial. No olvides que, además, necesitarás un colchón financiero para hacer frente a los gastos de personal, luz, teléfono, imprevistos...

Gastos de primer establecimiento (S.L. + trámites administrativos)	3.000 euros
Alquiler del local (primer mes + dos meses de fianza)	3.600 euros
Reforma y mobiliario	15.000 euros
'Stock' de seguridad	24.000 euros
Total	45.600 euros



PLAN DE NEGOCIO

Perfil del negocio

Nuestro emprendedor establecerá su negocio en una zona de mucho tránsito para favorecer la compra por impulso. Alquilará un local de unos 70 m², 20 de los cuales se destinarán al almacén. Para iniciar la activi-

dad empresarial aportará un capital inicial de 28.000 euros solicitando, además, un préstamo de otros 30.000. Esta inversión empezará a recuperarla a partir del cuarto año de vida de la empresa.

Gastos de personal

Para iniciar la actividad empresarial bastará con que haya un solo trabajador a jornada completa, que podrá ser o no el emprendedor. Aunque no es imprescindible que sea licenciado en farmacia, si es aconsejable que la persona que va a atender tenga un

amplio conocimiento de los productos que va a comercializar para que pueda asesorar a la clientela. En nuestro supuesto, el empresario iniciará la actividad con un trabajador asalariado a media jornada, y él trabajará a jornada completa.

Margen de beneficios

El margen de beneficios que obtendrás dependerá principalmente del producto que estés comercializando y del poder adquisitivo de la zona donde te establezcas. De cualquier forma, los profesionales –por pronto pago, por volumen de compras...– puedes alcanzar un margen del 50%, de modo que cuanto menor es la cantidad de producto que compras a los proveedores, el margen de beneficios es menor", comenta Piedad Muro.

está en torno al 20%, mientras que en otros productos como cosmética o herboristería se puede obtener hasta un 30%. Por otro lado, si consigues una buena bonificación a la hora de comprarlos –por pronto pago, por volumen de compras...– puedes alcanzar un margen del 50%, de modo que cuanto menor es la cantidad de producto que compras a los proveedores, el margen de beneficios es menor", comenta Piedad Muro.

El primer ejercicio en cifras

Cantidades en euros

CUENTA DE RESULTADOS	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ag	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Ventas	6.000	6.500	6.900	7.100	8.000	8.500	8.500	6.000	8.600	8.800	8.900	9.100	92.900
Compras	3.900	4.225	4.485	4.615	5.200	5.525	5.525	3.900	5.590	5.720	5.785	5.915	60.385
Alquiler oficina	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	14.400
Gastos de personal	1.515	1.515	1.515	1.515	1.515	1.515	1.515	1.515	1.515	1.515	1.515	1.515	18.179
Otros gastos	750	750	750	650	650	650	715	715	715	715	715	695	8.470
Gastos financieros (intereses)	188	185	183	181	179	177	175	173	171	168	166	164	2.110
Dotación para la amortización (18.000 euros)	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	1.154
RESULTADOS	-1.649	-1.471	-1.329	-1.157	-840	-663	-726	-1.599	-687	-614	-577	-485	-11.798
PRESUPUESTO DE TESORERÍA	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ag	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Tesorería	0	20.007	18.772	17.699	16.659	16.133	15.810	7.414	6.010	5.662	5.248	5.022	
COBROS													
Ventas	6.960	7.540	8.004	8.236	9.280	9.860	9.860	6.960	9.976	10.208	10.324	10.556	107.764
Capital	28.000												28.000
Préstamo	30.000												30.000
TOTAL TESORERÍA	64.960	27.547	26.776	25.935	25.939	25.993	25.670	14.374	15.986	15.870	15.572	15.578	165.764
PAGOS													
Reforma y mobiliario	7.500						7.500						15.000
Gastos de primer establecimiento	3.000												3.000
Stock de seguridad	24.000												24.000
Compras	4.524	4.901	5.203	5.353	6.032	6.409	6.409	4.524	6.484	6.635	6.711	6.861	70.047
Gastos de personal	1.060	1.406	1.406	1.553	1.406	1.406	1.913	1.406	1.406	1.553	1.406	1.406	17.326
Gastos financieros (intereses)	188	185	183	181	179	177	175	173	171	168	166	164	2.110
Alquiler oficina	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	14.400
Otros gastos	750	750	750	650	650	650	715	715	715	715	715	695	8.470
Fianzas constituidas	2.400												2.400
Devolución préstamo	331	333	335	337	340	342	344	346	348	350	352	355	4.114
TOTAL PAGOS	44.953	8.775	9.077	9.275	9.806	10.183	18.256	8.363	10.324	10.622	10.550	10.681	160.867
SALDO TESORERÍA	20.007	18.772	17.699	16.659	16.133	15.810	7.414	6.010	5.662	5.248	5.022	4.897	4.897
BALANCE PREVISIONAL	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ag	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
ACTIVO													
Inmovilizado	18.000	18.000	18.000	18.000	18.000	18.000	18.000	18.000	18.000	18.000	18.000	18.000	18.000
Amortización para inmovilizado	-96	-192	-288	-385	-481	-577	-673	-769	-865	-962	-1.058	-1.154	
Stock de seguridad	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000
Hacienda Pública, IVA soportado	624	1.300	2.018	2.756	3.588	4.472	5.356	5.980	6.874	7.790	8.715	9.662	
Fianzas constituidas	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	
Caja y bancos	20.007	18.772	17.699	16.659	16.133	15.810	7.414	6.010	5.662	5.248	5.022	4.897	
TOTAL ACTIVO	64.935	64.280	63.828	63.431	63.640	64.105	56.496	55.621	56.071	56.476	57.080	57.805	
PASIVO													
Capital	28.000	28.000	28.000	28.000	28.000	28.000	28.000	28.000	28.000	28.000	28.000	28.000	
Deudas con bancos	29.669	29.336	29.000	28.663	28.323	27.981	27.638	27.292	26.944	26.593	26.241	25.886	
Proveedores	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500							
Resultado ejercicio	-1.649	-3.120	-4.449	-5.607	-6.447	-7.110	-7.836	-9.435	-10.122	-10.736	-11.313	-11.798	
Personal, SS y Hacienda	395	444	493	395	444	493	395	444	493	395	444	493	
Remuneraciones ptes. de pago	60	120	180	240	300	360	60	120	180	240	300	360	
Hacienda Pública, IVA repercutido	960	2.000	3.104	4.240	5.520	6.880	8.240	9.200	10.576	11.984	13.408	14.864	
TOTAL PASIVO	64.935	64.280	63.828	63.431	63.640	64.105	56.496	55.621	56.071	56.476	57.080	57.805	

Ventas

"La ubicación del local determina los productos que se venden y, sobre todo, las marcas que se comercializan", comenta Juana M^a García. Además, condiciona el volumen de ventas que se verá disminuido si, por ejemplo, montas la parafarmacia en una gran ciudad que suele quedarse vacía en la etapa estival.

"Aunque no existe una pauta de venta clara, los meses con un mayor volumen de ingresos suelen ser de abril a julio si ofreces productos de belleza corporal como adelgazantes, cremas solares, etcétera. Por otro lado, en Navidades los recortes del presupuesto familiar suelen afectar al volumen de ingresos", comenta Piedad Muro.

Gastos del 1^{er} establecimiento

Los gastos incluyen la licencia de apertura, la constitución de la sociedad y todo el papeleo administrativo relacionado con la constitución del primer establecimiento. Esta cantidad se

considera como un pago en el Presupuesto de Tesorería y, en el Balance, como un inmovilizado, por lo que también se tiene que amortizar a través de la Cuenta de Resultados.

Informática

Aunque no es imprescindible, es aconsejable y no excesivamente caro utilizar programas informáticos que te ayudaran en el control de las existencias, los ingresos diarios, la emisión

de tickets de compras, el control de ventas de determinados productos o marcas, etcétera. Puedes encontrar programas especializados desde un importe de 300 euros.

'Stock' de seguridad

Al principio bastará con que dispongas de un 'stock' de unos 15.000 euros. "Es aconsejable iniciar la actividad empresarial con un 'stock' mínimo e ir ampliando según comprobemos las preferencias de nuestra clientela. Una vez llevemos un tiempo establecidos, el volumen del 'stock' necesario puede

alcanzar los 42.000 euros", comenta Piedad Muro. La inversión inicial necesaria variará en gran parte en función del volumen de 'stock' con el que decidas iniciar la actividad. En nuestro supuesto el emprendedor adquirirá unas existencias por importe de 24.000 euros.

CONCEPTOS CONTABLES. 'Stock' de seguridad

Toda parafarmacia deberá tener un 'stock' de seguridad mínimo en su almacén, es decir, una cantidad de productos suficiente para atender a la posible demanda en un corto plazo. El establecimiento de esta cantidad condicionará el buen funcionamiento de la

empresa. Si mantenemos un 'stock' de seguridad por encima del óptimo tendremos que incurrir en costes asociados al mantenimiento del mismo. Entre ellos, podemos distinguir los siguientes:
- Financieros. Mantener niveles de 'stock' altos, supone un in-

cremento del capital invertido.
- Costes de almacenamiento: A mayor cantidad de productos almacenados, mayor tamaño de almacén.
- Riesgos asociados a 'stocks': Mantener un 'stock' elevado puede suponer el deterioro o caducidad de los productos.

► macia propietaria de Parafarmacia Ayerra (Tel. 91 446 41 94). Según explica, "la tensión llega a tales extremos que incluso hay laboratorios farmacéuticos que se niegan a servirte para que las farmacias no les boicoteen por hacerlo".

Su opinión también la comparte **Claudia Faiman**, licenciada directora de Farmafuture (www.farmafuture.com): "encontrar proveedores es uno de los principales problemas de las parafarma-

cias ya que es el único sector económico donde a una persona que desea comprar un artículo se niegan a venderlo".

Sin embargo, existen almacenes especializados en productos para parafarmacias que pueden servirte la mayoría del género. Según explica **Piedad Muro**, licenciada propietaria de Parafarmacia Eco-farma (Tel. 91 606 91 34), "los almacenes, como Plataforma Parafarmacéutica, ofrecen la ventaja de que puedes hacer pedi-

dos más pequeños que te sirven muy rápido, aunque los descuentos son menores que los que realizan las marcas".

Los herbolarios también van a plantear-te problemas porque comercializarás productos similares a los que ellos ofrecen. Sin embargo, Faiman defiende que "en las parafarmacias se trabaja con los productos fitoterapéuticos de manera distinta ya que somos profesionales que hemos estudiado en la licenciatura los princi-

pios activos de las plantas y conocemos las contraindicaciones e interacciones que un producto puede tener con un determinado medicamento".

En definitiva, es importante que, a la hora de buscar la ubicación de tu local, huyas lo más posible de ambos negocios. "Si es posible, hay que intentar situar el local en una calle comercial céntrica, con mucho paso, porque en este negocio funciona mucho la compra por im- ►

Ventas 'on line'

Internet supone una ampliación virtual del negocio, es decir, una herramienta adicional que poseen las empresas para dar mejor servicio, diversificar y ampliar el negocio", comenta Claudia Faiman licenciada

directora de Farmafuture (www.farmafuture.com). La parafarmacia Farmafuture abrió sus puertas en 1995, iniciando la venta 'on line' tres años más tarde. Faiman sostiene que, en este tipo de negocios, es

muy complicado que la venta 'on line' funcione sin el soporte de una tienda física detrás. Sin embargo, aunque los principios son muy duros, al final puedes conseguir hacerte con una clientela que será fiel

tanto en la tienda física como en la virtual. "En un primer momento, la venta 'on line' no supone un porcentaje apreciable de los ingresos de una empresa, pero una vez se consolida puede suponer en

torno al 6% del volumen de ventas total. En cuanto al margen de beneficios en Internet, cada empresa sigue sus pautas. Nuestra política es que los precios, ofertas y productos sean los mismos en la tienda física que en la virtual y, por tanto, también lo es el margen de beneficios obtenido", añade Faiman.

Algunos ejemplos
Existen bastantes parafarmacias que tienen división 'on line' por lo que, si te decides a crear la tuya, puede resultar conveniente que las visites para hacerte una idea de lo que funciona en el mercado.

<http://www.farmafuture.com>. Ofrece productos de dermoestética, dietética, alimentación infantil, accesorios de puericultura...
<http://parafarmacia.tubotica.net>. Incluye en su 'web' productos de higiene, dietética, cosmética, bebés...
<http://www.efarmalluna.com>. Tiene accesorios de bebé, alimentación infantil, fitoterapia, higiene...
<http://www.celoriofarmacia.com>. Ofrece dietética, herbolisteria, dermocosmética, higiene...
<http://www.farmasalud.com>. Incluye productos de cuidado personal, nutrición y bienestar, tiendas especializadas...

Algunas pautas que te llevarán al éxito

Te ofrecemos algunas de las claves que pueden ser importantes que te pueden ayudar a conseguir abrirte un hueco de mercado en la Red son:

Profesionalidad. Mostrar una imagen seria de la empresa contestando a todos los 'e-mails' y a las demandas de información de los clientes, entregando los productos en el tiempo indicado y en perfectas condiciones...

Mantenimiento adecuado de la 'web'. Tu página 'web' será tu tarjeta de presentación al usuario, por tanto, tienes que asegurarte de que funciona siempre correctamente, está

continuamente actualizada y posee un diseño atractivo y fácil de manejar.
Óptima distribución del producto. Ésta es una condi-

ción indispensable para fidelizar a tu clientela y, en definitiva, para que la página sea rentable. Por eso debes escoger muy bien a tu red de distribuidores.



El principal problema al que te enfrentas es la competencia con farmacias y herboristerías

► pulso, y lo más lejos posible de oficinas de farmacia", explica Muro.

Rentabiliza tu negocio

Ante estos problemas que afectan al sector y que, según los empresarios del mismo, seguirán haciéndolo mientras que el negocio no sea más conocido, puedes seguir las siguientes estrategias:

Amabilidad y asesoramiento. Una de las mejores armas para luchar contra la competencia será tu capacidad para atender, aconsejar y ganarte a los

clientes. Claudia Faiman asegura que "la parafarmacias no son sólo un negocio sino también un servicio. Muchas veces, los clientes nos consultan cuestiones relacionadas con su salud y no les vendemos nada". Y este es el secreto para ganárselos.

Juana María García opina que "en muchos casos los parafarmacéuticos prestan un asesoramiento más completo que el que facilitan en una farmacia. Si de este modo consigues captar su confianza, al final acudirán a tu estable-

cimiento para comprar todos los productos que no sean medicamentos".

Rodéate de profesionales. Si no eres un profesional del mundo de la farmacia o la medicina, lo más conveniente es que consultes, al menos, a un auxiliar de farmacia o a un licenciado. De ese modo estarás más capacitado para orientar a tus clientes sobre los productos que más les convienen dependiendo de cada caso.

Amplia tu oferta. Al ser un sector que no está regulado, puedes ofrecer todos aquellos productos que estén relacionados con el negocio. Desde ropa para niños hasta alimentos específicos para personas con alguna enfermedad. No obstante, es importante que antes de incluirlos en tu catálogo analices si van a tener salida entre tu clientela. García recuerda que uno de sus errores al empezar fue "fiarme de los consejos de compañeros sobre cuáles eran los productos que más se vendían. Al final hice grandes pedidos de artículos que en el barrio donde estoy ubicada no eran ni mucho menos tan demandados como me habían indicado".

Maribel González / Celia G. Vesga

Ilustración: David Villanueva

Emprendedores 'on line'

En www.emprendedores.es puedes descargar los planes de negocio que hemos publicado en números anteriores: agencia inmobiliaria, restaurante, agencia

de viajes, academia de idiomas, agencia de traducción, casa rural, agencia de publicidad, gimnasio, tienda 'delicatessen', empresa de 'software', tienda de moda, video-

club, turismo activo, org. de eventos, peluquería, herbolario, bar de copas, autoescuela, consultora de Internet, guardería, tienda de vinos y administradora de fincas.