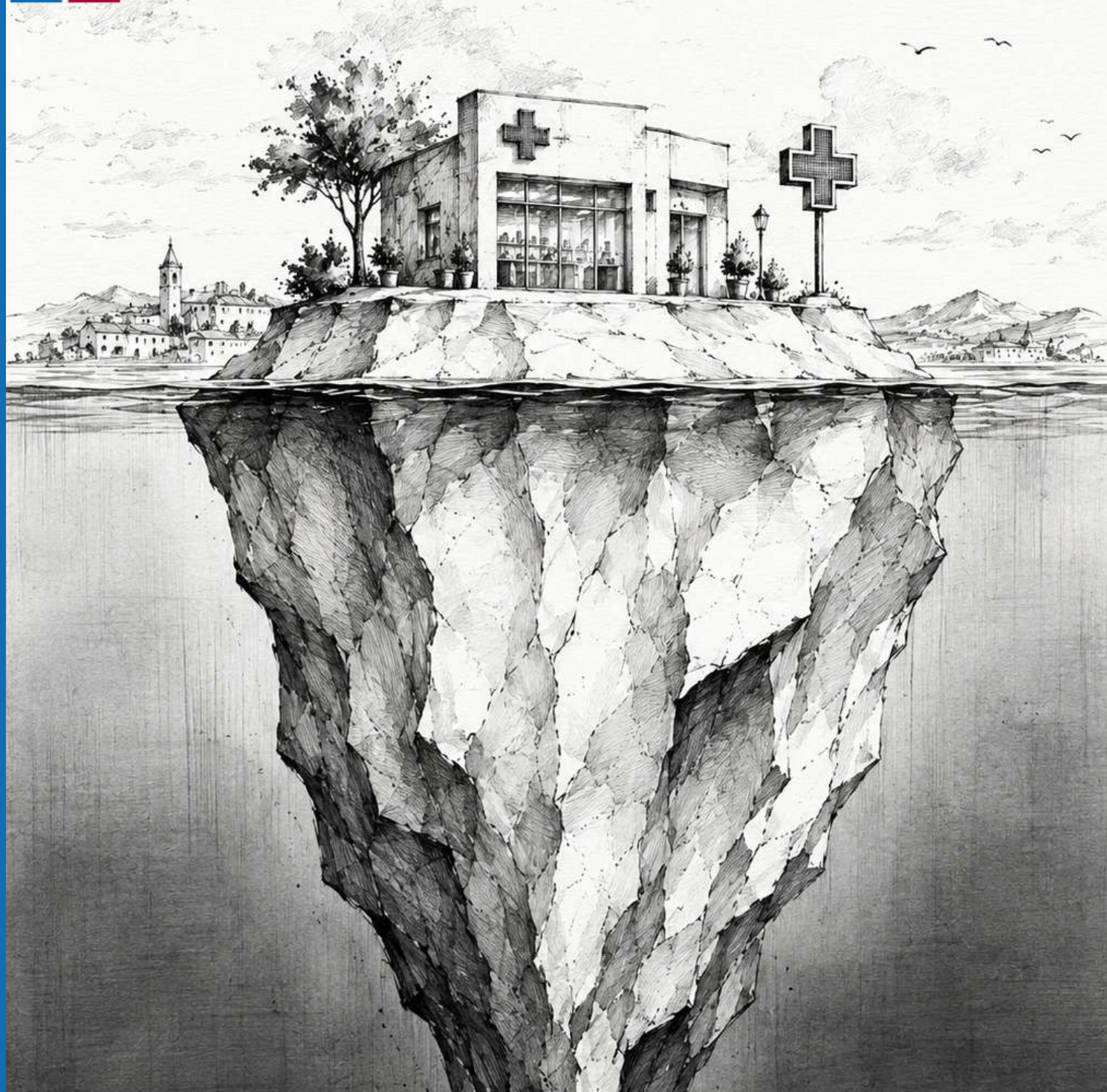




Gómez Córdoba Abogados

COMPRAVENTA DE FARMACIAS



RENTABILIDAD DE LA FARMACIA

Claves antes y después de la compraventa



Gómez Córdoba Abogados

COMPRAVENTA DE FARMACIAS

CONTENIDOS

¿CUÁNTO TIENE QUE FACTURAR UNA FARMACIA PARA SER RENTABLE?	03
CÓMO MEJORAR LA RENTABILIDAD DE UNA FARMACIA TRAS LA COMPRA	06
COMO OPTIMIZANDO LA GESTIÓN DE STOCK AUMENTAMOS LA RENTABILIDAD	10
¿CUÁNTO DINERO LE QUEDA REALMENTE AL VENDER SU FARMACIA?	14

EDITORIAL

Rentabilidad de la farmacia

Claves antes y después de la compraventa

Hablar de rentabilidad en una oficina de farmacia implica ir más allá de la facturación. Una farmacia puede vender mucho y no ser suficientemente rentable; y otra, con una facturación más moderada, puede representar una buena oportunidad si sus márgenes, gastos, fiscalidad y financiación están correctamente analizados.

En este nuevo número abordamos la rentabilidad desde una perspectiva práctica, tanto para quien está pensando en comprar como para quien se plantea vender.

Para el comprador, analizamos cuánto tiene que facturar una farmacia para ser rentable, distinguiendo entre margen bruto, margen neto y rentabilidad después de impuestos. También tratamos cómo mejorar la rentabilidad tras la compra mediante un plan de negocio adecuado, la revisión de márgenes, la optimización de gastos, acciones comerciales y una correcta gestión del stock, cuestión clave para la liquidez, la rotación de producto y el resultado económico de la farmacia.

Para el vendedor, abordamos una cuestión esencial: cuánto queda realmente después de vender. El precio de venta no siempre coincide con el importe final disponible, ya que deben tenerse en cuenta impuestos, hipotecas, deudas pendientes u otras cargas asociadas a la operación.

Además, presentamos dos herramientas prácticas: un simulador de recuperación de inversión para compradores, que permite estimar en cuántos años se recupera la inversión y analizar la rentabilidad anual una vez atendido el préstamo; y un simulador para vendedores, diseñado para calcular el importe neto que puede obtenerse tras la venta después de impuestos y otros cargos.

Con esta revista queremos ofrecer una visión clara, útil y realista de la rentabilidad de la farmacia. Porque en una operación tan relevante como la compraventa de una oficina de farmacia, la rentabilidad no debe suponerse: debe analizarse, calcularse y planificarse.



Rosa Gómez Soto

Socia Fundadora

Abogada especialista en Farmacias

 [compraventadefarmaciasgc](#)

 [compraventadefarmacias](#)

 www.gomezcordoba.com



¿CUÁNTO TIENE QUE FACTURAR UNA FARMACIA PARA SER RENTABLE?

Para determinar **cuánto tiene que facturar una farmacia para ser rentable**, es necesario analizar distintos factores como la facturación media, el margen de beneficio, la rentabilidad real del negocio y la estructura de gastos de la oficina de farmacia.

A continuación, mostramos algunos ejemplos prácticos que permiten comprender **cómo influyen estos elementos en la rentabilidad final** de una farmacia.

¿Cuál es la facturación media de una farmacia en España?

El promedio de facturación de una farmacia en España alcanza aproximadamente los 800.000 euros. Sin embargo, este dato, por sí solo, **no permite conocer cuánto gana realmente una farmacia** ni cuál es su rentabilidad media.

Estas cuestiones son especialmente relevantes a la hora de valorar la compra de una oficina de farmacia, ya que **la facturación no siempre refleja el beneficio real del negocio**.

Para comprender la rentabilidad real de una farmacia, es importante diferenciar entre **margen bruto y margen neto**.

Margen bruto y margen neto

MARGEN BRUTO

El margen bruto o margen comercial es el **beneficio obtenido por la oficina de farmacia** teniendo en cuenta el **precio de venta** y el **precio de coste de las existencias**.

Este margen puede variar de una farmacia a otra en función de distintos factores:

- Las **condiciones comerciales con proveedores**. Un mayor volumen de ventas permite obtener mejores condiciones comerciales tanto en productos de venta libre como de receta. En el caso de los genéricos, pueden alcanzarse márgenes superiores al 40%.
- El **precio de venta al público** también varía según se trate de productos de receta o de venta libre. En los medicamentos, el precio viene marcado por ley, por lo que el margen está establecido y no puede modificarse. Sin embargo, en los productos de parafarmacia el PVP es variable, lo que permite mejorar el

margen en función de las condiciones pactadas con los laboratorios.

Más que hablar de un margen bruto medio general, sería más preciso decir que el **margen medio de la venta de receta** se sitúa en torno al **28,9%**, pudiendo ser inferior en aquellos casos en los que se aplican los descuentos establecidos por ley.

En el caso de la parafarmacia, **el margen medio puede situarse alrededor del 30%**, e incluso ser superior dependiendo del volumen de compras, las condiciones comerciales acordadas con los proveedores y el precio final de venta al público.

MARGEN NETO

El margen neto, antes de impuestos, tiene en cuenta **tanto las ventas como todos los gastos de la farmacia**, ya sean compras, costes variables o gastos fijos.

A diferencia del margen bruto, aquí se incluyen **todos los costes necesarios para el funcionamiento del negocio** hasta obtener el beneficio final. A este resultado todavía habría que restarle los impuestos correspondientes para conocer el beneficio real de la farmacia.



¿Qué factores determinan que el margen bruto sea mayor o menor?

El margen bruto dependerá, principalmente, de dos factores fundamentales:

1. Una correcta **optimización de existencias** permite mejorar el margen bruto de la farmacia.
2. Un **mayor volumen de ventas** permite obtener mejores condiciones de negociación con los proveedores.

¿Qué gastos determinan el margen neto?

Para calcular el margen neto, deben tenerse en cuenta distintos grupos de gastos, especialmente aquellos que representan un mayor volumen dentro de la actividad de la farmacia:

1. **Compras**, con un mayor o menor margen comercial según las condiciones previamente analizadas.
2. **Personal**. El número de trabajadores dependerá del volumen de ventas, de las necesidades comerciales y de atención al público de cada farmacia.

3. **Alquiler**, en aquellos casos en los que el local no sea propiedad del titular.

4. **Financiación o hipoteca**, cuando la compra de la farmacia, del local o de otros inmovilizados haya requerido financiación.

Todos estos factores influyen directamente en el **beneficio neto final de la farmacia**.

Por último, una vez obtenida la rentabilidad neta de la farmacia, es necesario analizar la **carga fiscal correspondiente**. Solo así podrá conocerse el **beneficio real del negocio** y el rendimiento final que obtiene el titular.

Para comprender cómo influyen todos estos factores en la rentabilidad final de una farmacia, analizamos a continuación **dos ejemplos** con distintos niveles de facturación y estructuras de gasto.

• Ejemplo 1: Farmacia con ventas **inferiores a 200.000 €/año**

Ejemplo de una farmacia con un **alto porcentaje de venta de receta** y una estructura de gastos fijos reducida.

En este ejemplo, la farmacia presenta unos **gastos fijos mínimos**, al no existir costes asociados a alquiler, financiación o personal.

• Ejemplo 2: Farmacia con ventas de **2.000.000 €/año**

Ejemplo de una farmacia con **mayor peso de venta libre** y una estructura de personal más amplia, compuesta por **10 trabajadores farmacéuticos**.

En este caso, el principal gasto fijo, además de las existencias, corresponde al **coste de personal**. Para este ejemplo se ha considerado una plantilla de 10 facultativos, sin incluir otros gastos habituales como alquiler o financiación.

CONCEPTO	FARMACIA 1		FARMACIA 2	
Ingresos	171.882€		2.000.000€	
Consumos de explotación	123.755€	72%	1.400.000€	70%
Margen bruto	48.126€	28%	600.000€	30%
Gastos personal	-		455.000€	22,75%
Cuota de autónomos	3.360€		3.360€	
Otros gastos	269€		20.000€	
Total gastos	8.831€	5,13%	478.360€	24%
Rentabilidad antes de impuestos	39.295€	23%	121.640€	6%
Impuestos	8.963€	5,21%	42.657€	2,13%
Rentabilidad después de impuestos	30.332€	17,65%	78.983€	3,95%

Como puede observarse, la rentabilidad de una farmacia no depende únicamente de su **nivel de facturación**, sino también de factores como la **estructura de gastos**, los **márgenes comerciales** o la **carga fiscal aplicable** en cada caso.

Conclusión: márgenes y rentabilidad en la farmacia

No existen porcentajes de rentabilidad estándar aplicables a todas las oficinas de farmacia, ya que cada una presenta **características, gastos y condiciones comerciales diferentes**.

Analizar correctamente estos factores resulta fundamental para **conocer el beneficio real del negocio** y valorar sus posibilidades de optimización.



CÓMO MEJORAR LA RENTABILIDAD DE UNA FARMACIA TRAS LA COMPRA

La rentabilidad de una farmacia no viene determinada únicamente por su nivel de facturación ni se garantiza con la propia compra del establecimiento. La verdadera clave del éxito económico reside en **la gestión posterior y, especialmente, en la elaboración y ejecución de un plan de negocio sólido**, realista y adaptado a la farmacia adquirida.

Un plan de negocio bien estructurado permite transformar el potencial de la farmacia en resultados reales, detectar ineficiencias y tomar decisiones estratégicas basadas en datos.

El plan de negocio como punto de partida

Tras la adquisición de una farmacia, el primer paso debe ser la elaboración de un plan de negocio que permita analizar la situación real del establecimiento y fijar objetivos claros a corto, medio y largo plazo.

1. Gestión de compras y control del stock

La optimización de las compras y del stock resulta clave para mejorar la rentabilidad de la farmacia. El objetivo no es únicamente vender más, sino vender mejor y con un mayor margen comercial.

2. Planificación económico-fiscal integrada

Una adecuada planificación económico-fiscal permite anticiparse a posibles tensiones de tesorería y optimizar el beneficio neto del negocio.

3. Optimización de la estructura de gastos

Controlar los gastos fijos y variables, adaptándolos a la dimensión real de la farmacia, impacta directamente en la rentabilidad final.

4. El equipo humano como factor de rentabilidad

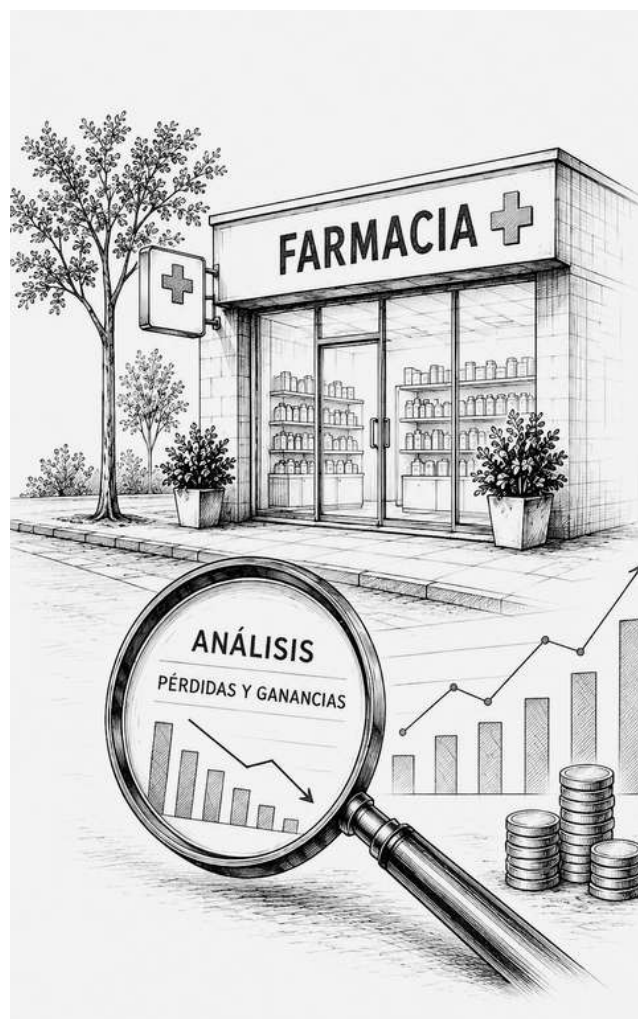
Un equipo bien gestionado mejora tanto la atención al paciente como los resultados económicos de la farmacia.

Sistemas de gestión y análisis de datos

La toma de decisiones debe apoyarse en datos reales y en un análisis periódico de la evolución de la farmacia.

Conclusión

La rentabilidad de una farmacia se construye tras la compra mediante una **gestión activa, profesional y estratégicamente planificada**.



EJEMPLO PRÁCTICO DE MEJORA DE RENTABILIDAD TRAS LA COMPRA DE UNA FARMACIA

A continuación, se muestra un ejemplo práctico, con cifras orientativas, que permite entender cómo debe actuar el comprador de una farmacia cuando los gastos fijos ya han sido contenidos y el margen de mejora se encuentra en la gestión.

Situación de partida: Cuenta de Pérdidas y Ganancias

La farmacia adquirida presenta la siguiente situación económica:

- Facturación anual: **2.100.000 €**
- Margen bruto: **28 %** → **588.000 €**
- Gastos de personal: **300.000 €**

- Otros gastos fijos (alquiler, suministros, servicios, etc.): **140.000 €**
- Total gastos fijos: **440.000 €**
- Resultado antes de impuestos: **148.000 €**

El anterior titular ya había realizado un importante esfuerzo de contención de gastos fijos, por lo que la estructura resulta razonable y **no existe un margen adicional significativo de reducción** sin afectar al funcionamiento de la farmacia.

Diagnóstico tras la compra

El análisis realizado a través del plan de negocio permite detectar varios aspectos relevantes:

- El margen bruto es inferior al habitual para una farmacia de estas características.
- Existe un exceso de stock, con rotaciones lentas y capital inmovilizado.
- La mejora de la rentabilidad no debe centrarse únicamente en aumentar las ventas, sino en optimizar las compras, mejorar la gestión del stock y planificar fiscalmente el beneficio.

Objetivos del nuevo titular

a) Mejora del margen de compras y ventas

El objetivo consiste en incrementar el margen bruto del 28 % al 30 %, sin necesidad de aumentar la facturación.

- Nuevo margen bruto: **630.000 €**
- Mejora directa del margen: **+42.000 € anuales**

Esta mejora puede conseguirse mediante:

- La renegociación con laboratorios y cooperativas.
- La revisión del mix de ventas.
- La eliminación de productos con bajo margen y escasa rotación.

b) Gestión activa del stock

Paralelamente, se plantea:

- Reducir el stock medio en **120.000 €**.
- Mejorar la rotación de productos.
- Disminuir caducidades y sobrecompras.

Estas medidas no solo mejoran la cuenta de resultados, sino que también permiten liberar tesorería y reducir las necesidades de financiación.

c) Nuevo resultado económico

Manteniendo los gastos fijos constantes, el resultado económico pasa a ser:

- Resultado antes de impuestos inicial: **148.000 €**
- Mejora obtenida por incremento de margen: **+42.000 €**
- Nuevo resultado antes de impuestos: **190.000 €**

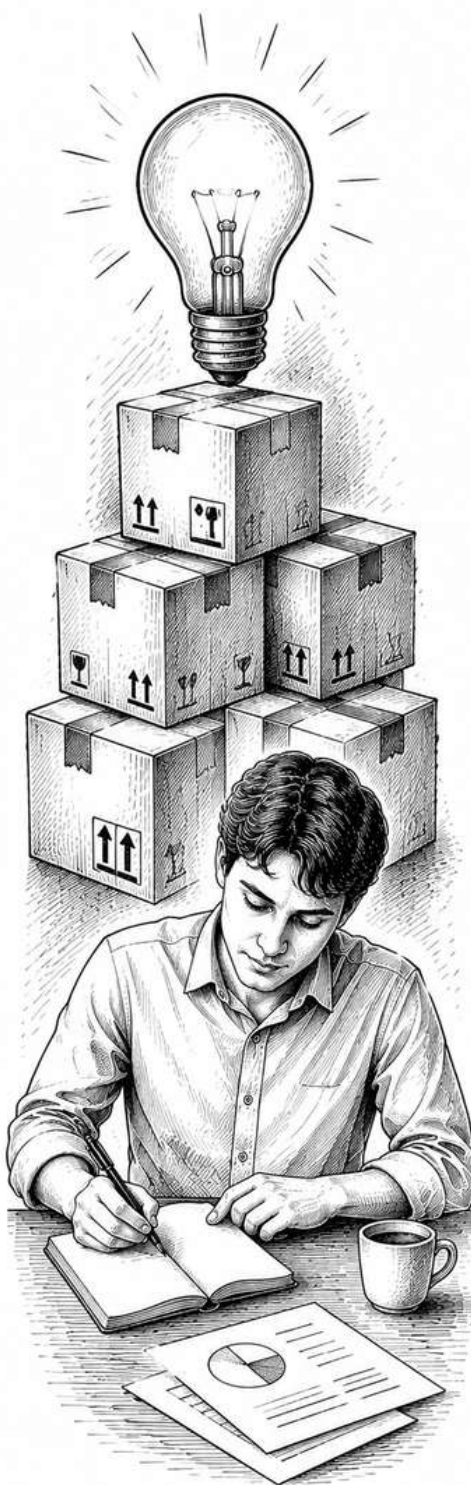
Planificación fiscal y amortización del fondo de comercio

Con este nuevo nivel de beneficio, el titular puede decidir cómo amortizar el fondo de comercio generado en la compra:

- **Amortización acelerada:** interesante cuando se desea reducir la carga fiscal durante los primeros años.

- **Amortización lineal:** adecuada si se busca una mayor estabilidad en los resultados y una planificación a medio plazo.

La decisión deberá adoptarse en función del beneficio recurrente, la situación personal del titular y sus necesidades de tesorería.



Comparativa: antes y después de la compra con plan de negocio

CONCEPTO	ANTES DE LA COMPRA	DESPUÉS DE LA COMPRA CON PLAN DE NEGOCIO
Facturación anual	2.100.000 €	2.100.000 €
Margen bruto	28 % (588.000 €)	30 % (630.000 €)
Gastos fijos totales	440.000 €	440.000 €
Resultado antes de impuestos	148.000 €	190.000 €
Gestión de stock	Exceso y baja rotación	Stock optimizado y mayor rotación
Tesorería	Tensionada por stock	Liberación de tesorería
Planificación fiscal	Reactiva	Estratégica

Conclusión

Este cuadro comparativo pone de manifiesto que la mejora de la rentabilidad no procede necesariamente de un aumento de ventas, sino de una gestión más eficiente tras la compra.

El plan de negocio permite:

- Incrementar el margen sin necesidad de aumentar la facturación.
- Mantener una estructura de gastos adecuada.
- Liberar tesorería mediante una correcta gestión del stock.
- Planificar fiscalmente el beneficio, especialmente a través de la amortización del fondo de comercio.

Todo ello demuestra que la rentabilidad de una farmacia se construye después de la compra, mediante una **gestión profesional, eficiente y estratégicamente planificada**.





Un correcto control del stock permite atender las necesidades de los pacientes con la mínima inversión posible, mejorando así la rentabilidad y la capacidad financiera de la farmacia.

El método ABCD clasifica los productos en función de su rotación y de los tiempos de reposición de los proveedores, facilitando una gestión más eficiente del almacén.

Cómo conseguir un stock eficiente

Un stock eficiente es aquel que permite cubrir las necesidades de la clientela con la mínima inversión posible. Para conseguirlo, resulta recomendable seguir algunas pautas básicas de gestión:

- Comprar en cantidad únicamente aquellos productos con alta salida.
- Ajustar las compras al ritmo estimado de venta.
- Comprar con prudencia.
- Negociar y agrupar compras para optimizar costes.

Regla 80/20 y método ABCD

El método ABCD se basa en el principio de Pareto, según el cual aproximadamente el **20% de los productos generan el 80% de las ventas** de una farmacia.

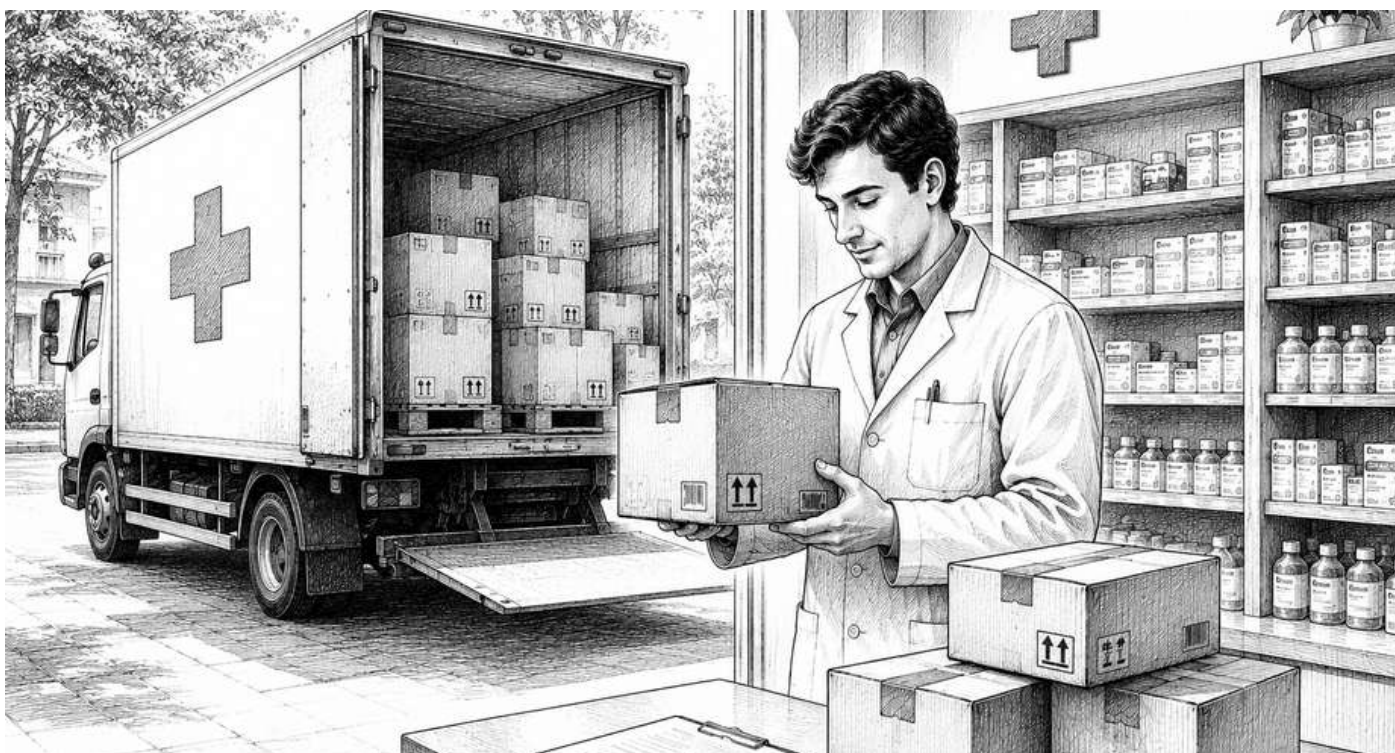
A partir de este criterio, los productos de la farmacia pueden clasificarse según su nivel de rotación:

Categoría	Nivel de rotación	Recomendación
A	Alta rotación	Mantener stock suficiente
B	Rotación media	Controlar reposición
C	Baja rotación	Mantener stock mínimo
D	Rotación nula	Solicitar bajo demanda

Cada farmacia tiene necesidades diferentes

Un mismo producto puede tener comportamientos distintos según el entorno y las características de cada farmacia.

Por ejemplo, una farmacia situada junto a un centro de salud puede registrar una alta rotación



de determinados antibióticos, mientras que otra ubicada en una zona distinta puede tener una demanda considerablemente menor del mismo producto.

Por ello, el análisis del stock debe adaptarse siempre a la realidad concreta de cada farmacia.

Cómo afecta el stock a la rentabilidad

Un almacén sobredimensionado o mal gestionado genera pérdida de rentabilidad, inmovilización de capital y una menor capacidad financiera para la farmacia.

Además, el exceso de stock puede provocar problemas de caducidades, baja rotación y disminución del margen comercial, afectando directamente al beneficio final del negocio.

Errores frecuentes en la gestión del stock

Entre las situaciones más habituales que afectan al equilibrio del almacén destacan:

- **Mala gestión de encargos y devoluciones.**

Productos solicitados que finalmente no son recogidos o no se devuelven dentro del plazo permitido.

- **Mala gestión de caducidades.**

Dispensar productos con caducidades más largas antes que aquellos próximos a vencer puede generar pérdidas innecesarias.

- **Exceso de promociones adquiridas por descuentos comerciales.**

Algunas promociones obligan a comprar productos con poca demanda real en la farmacia.

- **Exceso de referencias y laboratorios.**

Trabajar con demasiadas marcas o productos similares complica la gestión y reduce la eficiencia del almacén.

- **Acumulación de productos con baja rotación.**

Mantener referencias con escasa salida incrementa el stock inmovilizado y dificulta la rotación del almacén.



CASO PRÁCTICO: ANÁLISIS REAL DE STOCK EN FARMACIA

Características generales de la farmacia analizada:

- **Facturación anual:** cerca de 500.000 €.
- **Venta de parafarmacia:** 28% de la facturación total, porcentaje considerado bajo para la tipología de farmacia analizada.
- **39 códigos con stock negativo**, indicador de desajustes en el inventario.
- **15 códigos sin rotación anual**, que suman un total de **23 unidades en stock**.
- **Exceso de referencias de parafarmacia**, ya que representan casi el 50% de los códigos vivos, pero solo el 28% de la facturación.
- Aproximadamente **el 20% de los códigos generan cerca del 60% de la facturación**, mientras que una gran parte del almacén presenta una rotación muy baja.



Situación detectada	Impacto en la farmacia
Exceso de referencias de parafarmacia	Sobredimensionamiento del almacén
39 códigos con stock negativo	Desajustes en el inventario
Productos sin rotación	Capital inmovilizado
Baja rotación en gran parte del stock	Menor rentabilidad
Concentración de ventas en pocos productos	Necesidad de optimizar compras

Medidas para optimizar el stock y mejorar la rentabilidad

- Revisar periódicamente el inventario, comprobando que el stock físico coincide con el registrado en el programa de gestión.
- Fijar máximos y mínimos de reposición, evitando tanto faltas de productos de alta rotación como acumulaciones innecesarias.
- Reducir productos sin movimiento, estudiando sustituciones o posibles devoluciones a laboratorios.
- Negociar devoluciones y condiciones comerciales con proveedores y laboratorios.
- Crear promociones específicas para facilitar la salida de productos con baja rotación.
- Implicar al equipo en la gestión del almacén, compartiendo objetivos y medidas correctivas.

El stock en la compraventa de farmacias

El stock también influye directamente en el **valor económico de una farmacia** durante un proceso de compraventa.

Un almacén sobredimensionado, con productos de baja rotación o próximos a caducar, puede afectar negativamente al acuerdo entre comprador y vendedor.

Lo habitual es excluir del acuerdo productos próximos a caducar, referencias descatalogadas o artículos con escasa posibilidad de venta.

Además, el recuento final de existencias suele realizarse el día anterior a la firma de la compraventa para verificar el **stock real que será transmitido al comprador**.

Conclusión

Un control de stock eficiente permite mejorar la rentabilidad de la farmacia, optimizar la capacidad financiera del negocio y reducir pérdidas derivadas de productos con baja rotación o caducidades.

Mantener un almacén equilibrado, adaptado a las necesidades reales de la farmacia y correctamente gestionado, facilita una estructura más eficiente y competitiva.

Además, una adecuada gestión del stock resulta especialmente importante en los procesos de compraventa, ya que influye directamente en la **valoración económica de la farmacia** y en las condiciones finales de la operación.





¿CUÁNTO DINERO LE QUEDA REALMENTE AL VENDER SU FARMACIA?

LA RENTABILIDAD REAL DE LA OPERACIÓN TRAS IMPUESTOS Y OTROS GASTOS ASOCIADOS

Vender una farmacia es, probablemente, una de las decisiones económicas más relevantes de su vida profesional.

La gran pregunta **cuánto dinero le quedará realmente después de venderla.**

La respuesta depende principalmente de tres factores: el precio de venta, la fiscalidad y los costes asociados a la operación.

El error más común: confundir precio con beneficio

Uno de los errores más habituales es pensar que el precio de venta equivale al dinero final que se recibirá tras la operación.

Sin embargo, entre el precio de venta y el resultado neto intervienen distintos factores que afectan directamente al importe final:

- Impuestos
- Costes asociados a la operación
- Posibles deudas o ajustes económicos

Por ello, hablar únicamente del precio de venta supone analizar solo una parte de la operación.

Antes de calcular el beneficio, hay que conocer el valor real de la farmacia

Una de las preguntas más frecuentes entre los titulares es:

“Quiero vender mi farmacia, pero no sé cuánto puede valer realmente.”

El valor de una farmacia suele calcularse aplicando un factor multiplicador sobre la facturación anual.

Sin embargo, este factor no es fijo y puede variar en función de aspectos como:

- Ubicación
- Nivel de facturación
- Rentabilidad
- Equipo y horario
- Potencial de crecimiento
- Entorno competitivo

Por ello, dos farmacias con cifras similares de facturación pueden alcanzar **valores muy distintos en el mercado.**

Cómo calcular cuánto gana realmente al vender su farmacia

Si queremos simplificarlo al máximo, existe una fórmula clave:

Dinero neto = precio de venta - impuestos - gastos - ajustes financieros

Este es el cálculo real que debería tenerse en cuenta antes de tomar cualquier decisión.

El impacto de los impuestos en la venta de una farmacia

Cuando se vende una farmacia, la ganancia obtenida tributa en el IRPF como ganancia patrimonial.

Hacienda no tiene en cuenta cuánto se cobra por la venta, sino cuál ha sido la ganancia real obtenida en la operación.

Ganancia patrimonial = valor de venta - valor de adquisición

Por ejemplo:

- Precio de venta: 1.200.000 €
- Valor de adquisición: 600.000 €
- Ganancia patrimonial: **600.000 €**

Esta ganancia tributa por tramos dentro de la base del ahorro:

- **19%** hasta 6.000 €
- **21%** hasta 50.000 €
- **23%** hasta 200.000 €
- **27%** hasta 300.000 €
- **30%** a partir de 300.000 €

Por ello, la fiscalidad puede tener un impacto muy importante en el resultado final de la operación.

Otros costes que reducen el dinero final

Además de los impuestos, existen otros elementos que afectan directamente al resultado económico de la operación:

- **Costes de asesoramiento e intermediación.**
- **Gastos asociados a la transmisión**, como notaría, gestoría o trámites administrativos.
- **Ajustes económicos entre comprador y vendedor**, especialmente relacionados con existencias o acuerdos complementarios.
- **Situación financiera previa del titular**, como préstamos o financiación pendiente.

Todo ello hace que el dinero disponible final pueda ser muy diferente al precio inicial de venta.

CHECKLIST DE TRANSMISIÓN DE FARMACIAS



Valoración y factor multiplicador



Rentabilidad de la farmacia



Impuestos y ganancia patrimonial



Situación del local



Derechos laborales y subrogación

Ejemplo real: dos ventas, dos resultados muy distintos

Imagine dos farmacias que se venden por el mismo precio.

A simple vista, podría parecer que el resultado económico será el mismo. Sin embargo, no siempre es así.

Una mayor carga fiscal, más costes asociados o una planificación menos eficiente pueden hacer que el dinero final disponible varíe de forma significativa, como ocurre en nuestro ejemplo:

No es lo mismo vender cuando todavía queda fondo de comercio pendiente de amortizar, como ocurre en la Farmacia A, que hacerlo una vez totalmente amortizado, como sucede en la Farmacia B:

	Farmacia A	Farmacia B
Precio de venta	2.000.000 €	2.000.000 €
Momento de venta	Año 10 desde la compra	Año 20 desde la compra
Valor pendiente de amortizar del fondo de comercio	500.000 €	0 €
Gastos asociados a la venta	-30.000 €	-30.000 €
Ganancia patrimonial estimada	1.470.000 €	1.970.000 €
Fiscalidad estimada	-422.880 €	-572.880 €
Resultado económico final	1.547.120 €	1.397.120 €

Calcule cuánto dinero le quedaría al vender su farmacia

Antes de tomar decisiones, resulta recomendable realizar una estimación realista del resultado económico de la operación.

Para ello, puede utilizar nuestro simulador y obtener una aproximación orientativa del dinero que podría obtener tras la venta de su farmacia.



Escanee el QR y realice su simulación



Entonces... ¿cuál es el resultado real de la venta?

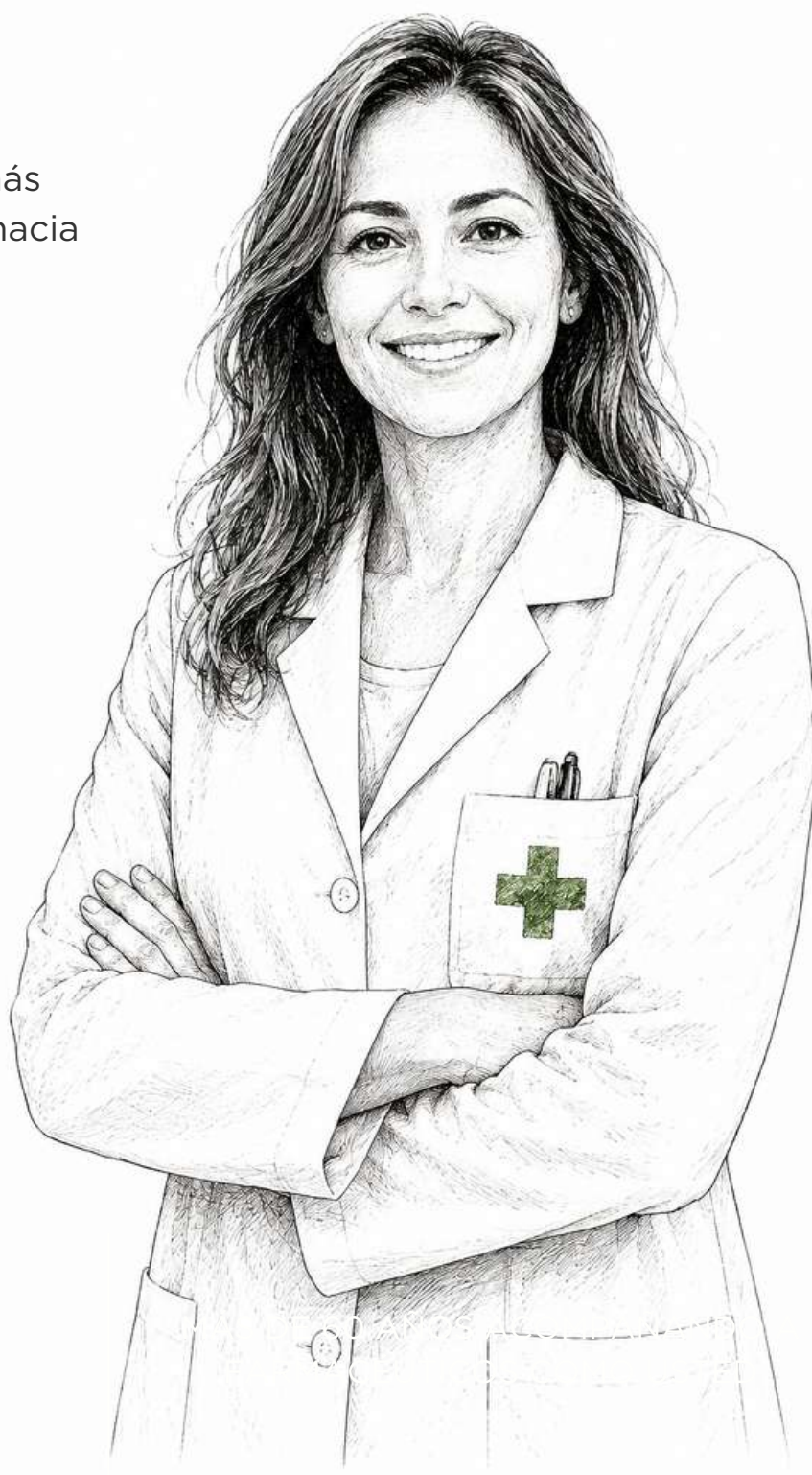
El resultado final de una operación no depende únicamente del precio de venta, sino también de la fiscalidad, los costes asociados y la planificación previa realizada antes de la transmisión.

Por ello, conocer con antelación el **impacto económico real de la operación** resulta fundamental para tomar decisiones con seguridad y optimizar el resultado final.

SU PRIMERA FARMACIA PUEDE ESTAR MÁS CERCA DE LO QUE IMAGINA

Proyectos con inversiones más
accesibles para dar el paso hacia
la titularidad.

Su proyecto.
Su farmacia.





¿Y SI LA OPORTUNIDAD QUE ESPERA ESTUVIERA EN MADRID?

DESCUBRA LAS OPORTUNIDADES ACTUALMENTE DISPONIBLES EN MADRID



CUANDO VENDER SU FARMACIA EMPIEZA A SER UNA OPCIÓN

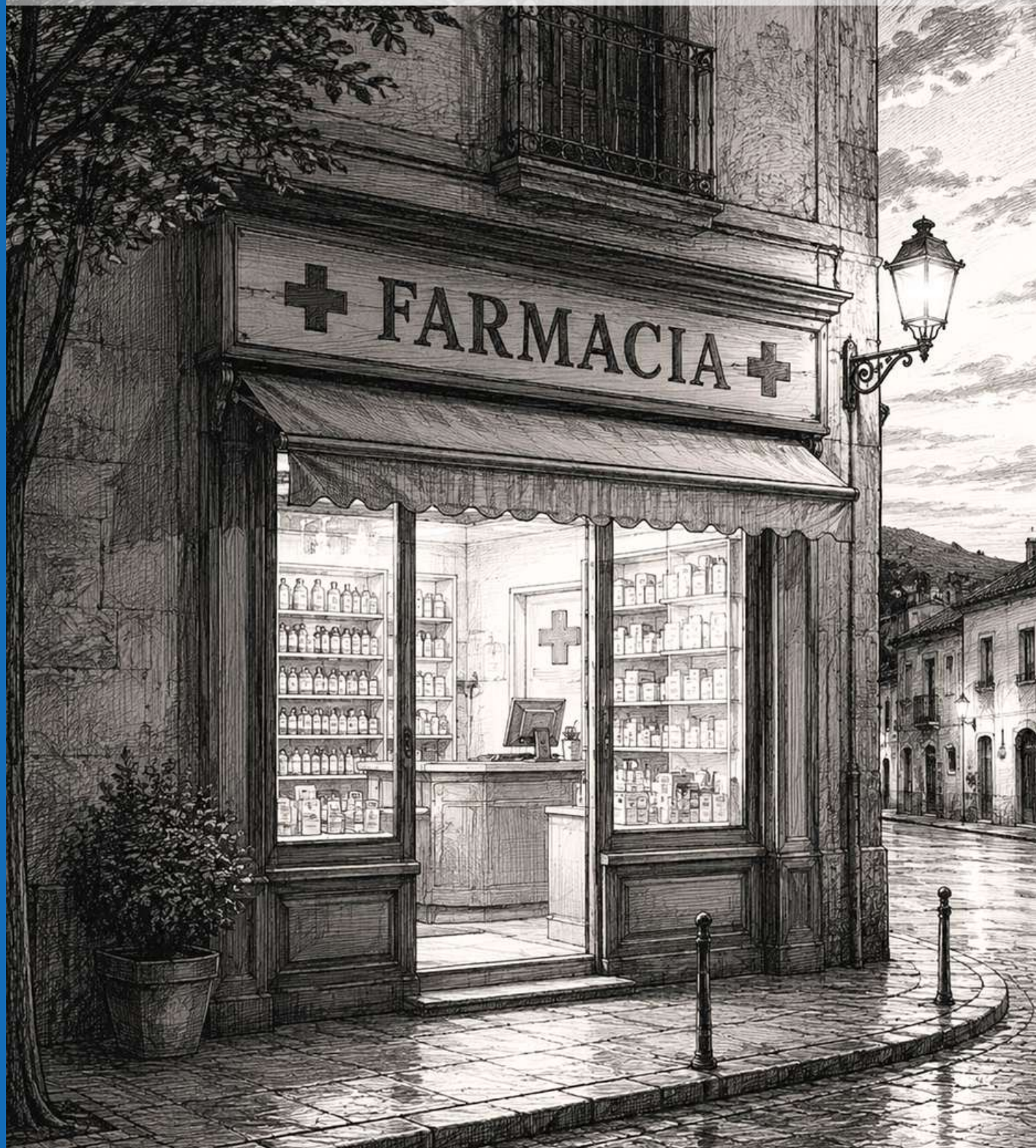
CONOZCA SEGÚN SU PERFIL CUÁLES
SON SUS OPCIONES.





Gómez Córdoba Abogados

COMPRVENTA DE FARMACIAS



☎ 91 353 38 86

📍 Av. Alberto Alcocer 5. Entrepanta A. Madrid

www.gomezcordoba.com