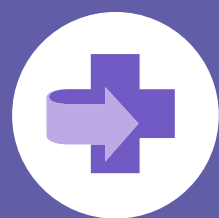


MARZO 2018

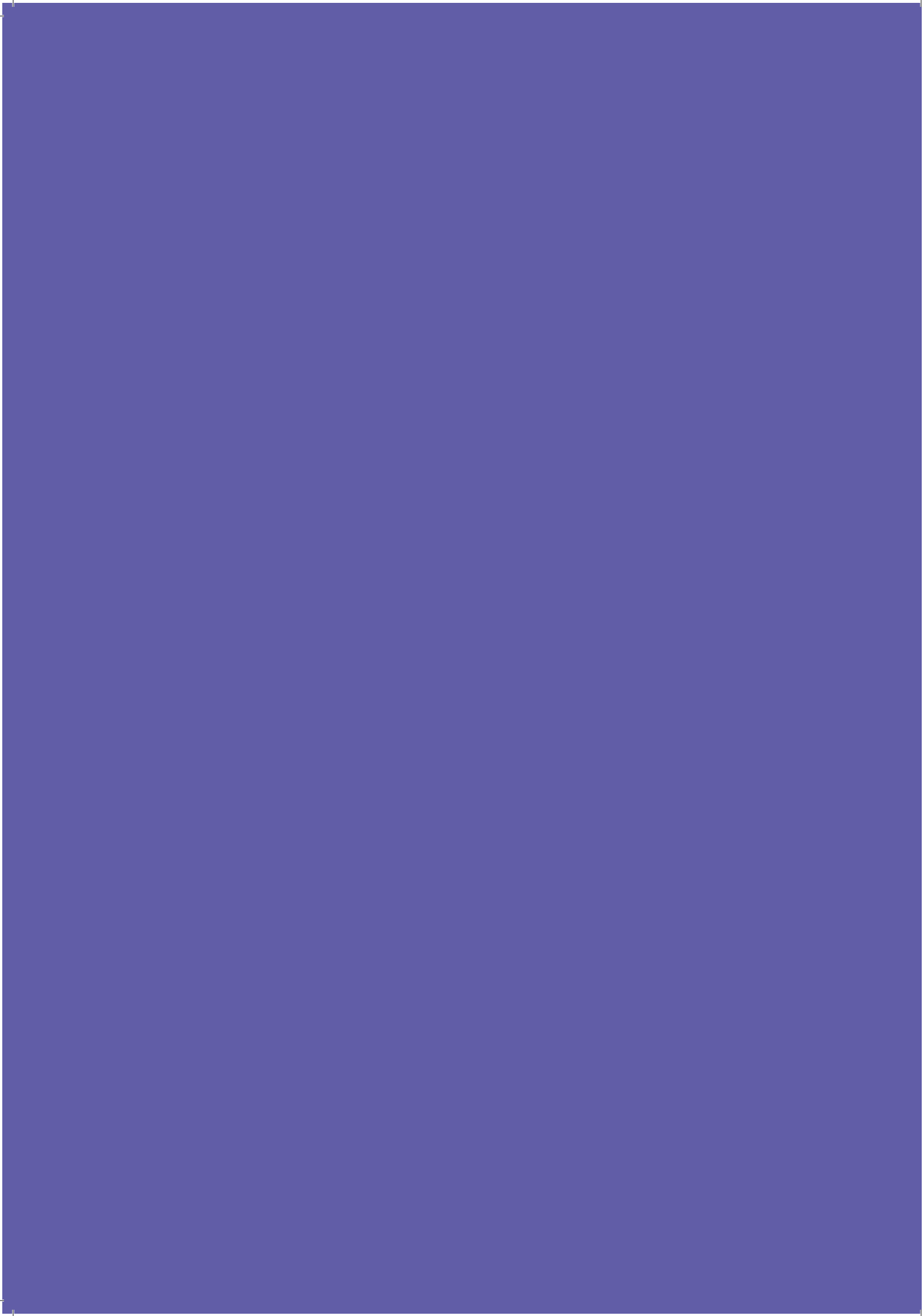
La circular de



Orbaneja
A B O G A D O S

Asesoría y compraventa para tu farmacia





ASESORAMIENTO Y COMPRAVENTA PARA TU FARMACIA

Expertos en gestión global, asesoramiento y compraventa de oficinas de farmacia

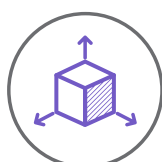
Te acompañamos durante toda la vida de tu farmacia

COMPRAVENTA DE FARMACIAS

ASESORAMIENTO FISCAL - CONTABLE

ASESORAMIENTO LABORAL

ASESORAMIENTO JURÍDICO



Traslado



Compra



Venta



Gestión



Digitalización

+70 años
asesorando
a la farmacia

"Soplan buenos y mejores tiempos de cambio para la farmacia"

Eugenio de Eugenio Fernández
Socio Director



Índice

EDITORIAL

ÁREA COMPRAVENTA DE FARMACIAS

¿Cuánto vale mi farmacia?

Pág. 11

ÁREA JURÍDICA

Nueva Ley de Ordenación Farmacéutica de la Comunidad de Madrid

Pág. 12-16

ÁREA FISCAL-CONTABLE

Campaña de Renta 2017 Plan de Control Tributario 2017

Pág. 17-19

ÁREA LABORAL

Nueva Ley de Autónomos para Oficinas de Farmacia

Pág. 20

ÁREA GESTIÓN

¿Por qué deberías tener un Cuadro de Mando en tu farmacia?

Pág. 21-22

ENTREVISTA A UN FARMACÉUTICO

Entrevista a Jorge Ballesteros de los Santos

Pág. 23-24

ENCUENTROS ORBANEJA

Talleres, Coaching y Conferencias

Pág. 25

ORBANEJA 4.0

Photofarma, infografías y RRSS

Pág. 26-29

ORBANEJA TE FORMA

Nuestros cursos

Pág. 30

COLABORADORES

Pág. 31

PREGUNTAS Y RESPUESTAS

Impuesto de Donaciones

Novedades del Convenio de Farmacias

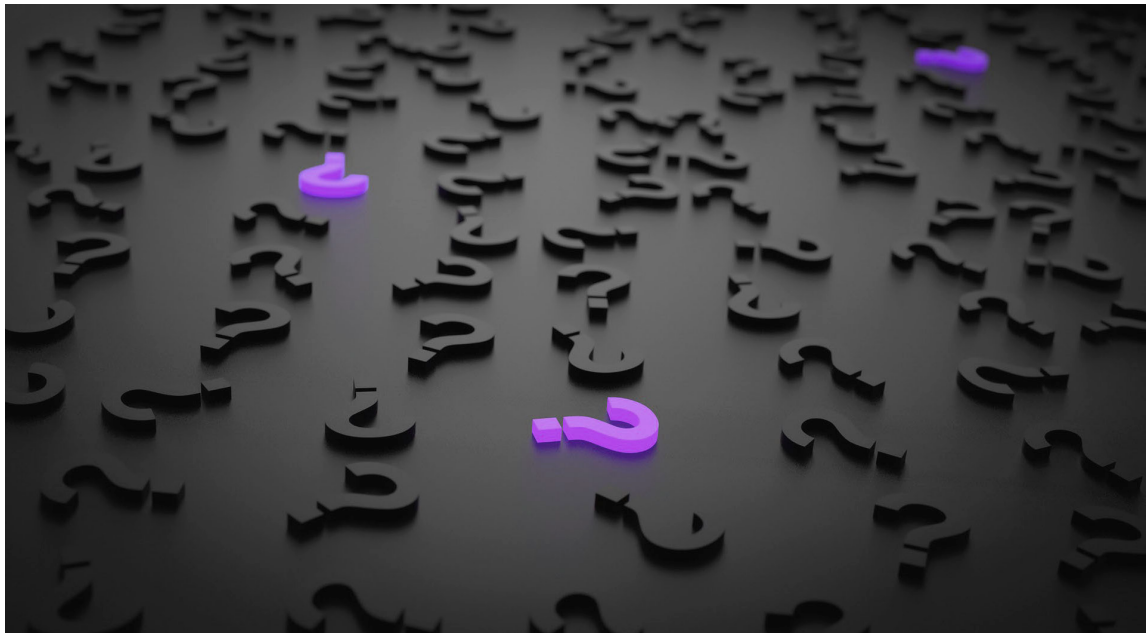
Venta Online

Pág. 32-33

OFERTA DE FARMACIAS

Nuestras Farmacias a la venta

Pág. 34



Editorial

En Orbaneja Abogados estamos orgullosos de inaugurar una nueva etapa. Hoy es el día en el que estrenamos nuestro nuevo canal de comunicación: una circular trimestral informativa que nos acerca todavía más a usted, con la que estará informado de las novedades de la oficina de farmacia y en la que disfrutará de los consejos de nuestros profesionales para una óptima gestión de la misma. Para llevar esto a cabo, hemos decidido estructurar nuestra publicación con las siguientes secciones.

Editorial

En cada edición publicaremos nuestra opinión sobre un tema determinado de actualidad. Creemos que esto es importante, ya que de esta forma nos conocerá un poco más y entenderá mejor nuestra forma de trabajar.

Compraventa de farmacias

Aquí le mantendremos informado de las farmacias que tenemos en venta y, si quiere vender la suya, puede contactarnos para que la publiquemos.

Área Jurídica

Esta sección enfocará los principales problemas jurídicos que se pueden afrontar desde la oficina de farmacia: la compraventa, la apertura de una nueva oficina, las sanciones de Sanidad, etc.

Área Fiscal-Contable

El ejercicio de la planificación fiscal es vital para gestionar sus recursos de una forma óptima, reducir al mínimo el impacto de la fiscalidad y evitar sanciones. Nuestros artículos le serán muy útiles.

Área Laboral

Sabemos que la gestión de la oficina de farmacia no es tarea fácil por sus constantes cambios en materia laboral. Aquí publicaremos todas las novedades que puedan afectarle y le aconsejaremos qué dirección tomar, en especial las inspecciones de trabajo, los despidos.

Área de Gestión

Sabemos que tomar decisiones en su farmacia es la tarea más difícil del día a día pero a la vez es la clave del éxito.

Área de Entrevistas

Cada trimestre entrevistaremos a un farmacéutico que nos contará de primera mano sus métodos de gestión o ideas que otros podáis compartir.

Encuentros Orbaneja

Hemos organizado numerosos eventos durante este año para nuestros clientes. Le informamos de lo mejor de cada uno y, además, le anunciamos las futuras citas.

Orbaneja 4.0

Las redes sociales se han integrado y alineado con nuestra estrategia empresarial. Conozca cómo lo hemos hecho y cuáles son nuestros mayores logros.

Orbaneja te forma

Somos conscientes de la importancia de que el farmacéutico se forme para integrarse en el funcionamiento de la oficina de farmacia. Esta sección le informará de cursos de utilidad para ello.

Colaboradores

Trabajamos con colaboradores externos del despacho. Creemos que merecen una visibilidad, porque también son parte de nuestros proyectos, y pueden aportarle ideas a su negocio.

Preguntas y respuestas

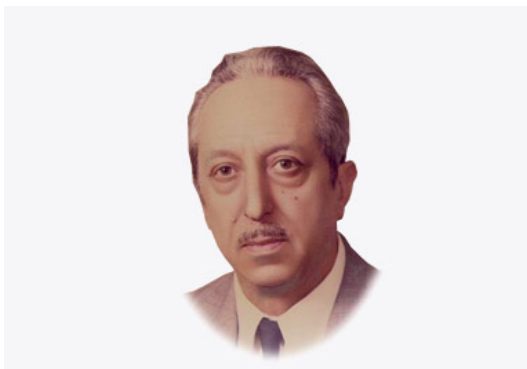
En esta sección respondemos algunas de las preguntas más frecuentes realizadas en nuestro despacho.

Oferta de farmacias

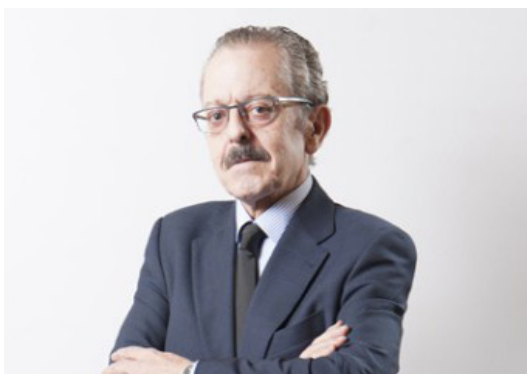
En ella encontrará algunas de las farmacias que tenemos a la venta por si son de su interés.

Estamos convencidos de que estas secciones cubrirán nuestros objetivos y las necesidades de los lectores: generar un nuevo canal de contacto con el cliente, ayudar al titular de la oficina de farmacia y al farmacéutico a mejorar la gestión de su negocio, informarle de cualquier novedad.

Historia



Joaquín de Eugenio Orbaneja
Fundador



Eugenio de Eugenio Fernández
Socio Director



María Teresa Fernández López
Co-Socio Director



Blanca de Eugenio Fernández
Gerente

Comienza el año 2018 con muchas novedades para las farmacias. La más importante es que por fin este año verá la luz en Madrid la nueva [Ley de Ordenación Farmacéutica](#). Termina así un año que en lo que a la farmacia se refiere, podríamos calificar de estable, tanto a nivel normativo como económico. Seguimos sin aclarar la situación respecto al Convenio colectivo de farmacias y sin una decisión clara sobre el control o no de los horarios de los trabajadores en su jornada laboral.

La farmacia comunitaria española mira al futuro con esperanza. Estamos convencidos de que 2018 será el año del despegue en farmacia.

Es más que evidente que el sector de la farmacia es un sector que goza de buena salud, nunca mejor dicho, y ello se está traduciendo en un incremento de los precios de ventas de las licencias de farmacia, que en poco tiempo han crecido más de un 50%. Esta situación está favorecida además por parte de los bancos, ya que éstos están concediendo buenas condiciones de financiación, a pesar de haberse reducido notablemente tras la crisis el número de entidades bancarias que intervienen en este tipo de operaciones.

Con este panorama se plantean una serie de [retos](#) para la farmacia. Como cualquier negocio, el futuro pasa por apostar por las personas, la tecnología y la gestión. Sólo si el farmacéutico es capaz de mejorar los stocks, los márgenes y las negociaciones con laboratorios y distribuidoras, tendrá un negocio rentable.

Por último, también ronda la idea de la posible liberalización de la farmacia, un tema que sale a la luz cada cierto tiempo y ante el que nos mostramos como rotundos defensores del modelo de farmacia actual, simplemente porque funciona.

Nuestros [objetivos](#) como despacho para 2018 queremos que estén alineados con los de nuestros clientes y por eso en 2018 vamos a seguir apostando por el servicio al cliente. Queremos tener un equipo comercial sólido para satisfacer todas las necesidades de nuestros clientes no sólo en el despacho sino en su propia oficina de farmacia.

Seguiremos apostando por la transformación digital, como única herramienta posible para ser más eficiente tanto en el servicio al cliente como en la respuesta a la Administración y su voracidad por saber más información y antes cada día.

Les invitamos a pasar por nuestro stand en Infarma (Pabellón 6, Stand E625) los días 13, 14 y 15 de marzo de este año. Estaremos en colaboración con Evulfarma, empresa experta en marketing farmacéutico y soluciones tecnológicas para la farmacia.



TECNOLOGÍA Y CONSULTORÍA PARA TU FARMACIA

Fidelización & Marketing / Digitalización / Inteligencia

Construye una herramienta a medida que se adapta a tu farmacia



Fidelización & Marketing



EvoFidelity



EvoMarketing



EvoCross

Digitalización



Tu Web



Tu App



Tu Ecommerce



Tus RRSS

Inteligencia



EvoBSC



EvoProduct

¿Cuánto vale mi farmacia?

María Teresa Fernández López

Socia Directora
Responsable del Departamento de Transmisiones de farmacia
Coordinadora del Área Jurídica



"Estamos en un momento idóneo para vender una Oficina de Farmacia, ya que ha aumentado mucho la demanda, lo que ha ido unido al aumento de los precios de venta."

Cuando se toma la decisión de vender una Oficina de Farmacia lo primero que uno se pregunta es ¿Cuánto cuesta mi farmacia?, o lo que es lo mismo: **¿Cómo valoro mi farmacia?**

Tradicionalmente, las farmacias se han valorado teniendo en cuenta la facturación del último año y multiplicándolo por un ratio. Este ratio tuvo su punto cúlmine en el 2008 alcanzando el 3, para descender hasta el 1 -1,2 en el 2012. En la actualidad, se encuentre entre el 1,8 y el 2. Especialmente desde la segunda mitad de 2017 y más concretamente en 2018 se está produciendo un incremento progresivo del precio de las farmacias.

No obstante, a la hora de valorar la Oficina de Farmacia se tienen en cuenta muchas circunstancias:

- El horario que realiza.
- Empleados adscritos a la farmacia.
- Porcentaje de facturación de seguro y de venta libre.
- Local propio o alquiler.
- Metros cuadrados del local.
- Si realiza formulas magistrales y tiene alguna especialización como óptica, ortopedia...
- Si hay centro de salud cerca.
- Las farmacias de alrededor.
- Características de la población: nivel adquisitivo, edad...
- Causa de la venta: jubilación.

Otro factor que también se está teniendo en cuenta a la hora de valorar una Oficina de Farmacia es el rendimiento de la actividad empresarial, si bien, consideramos que no debe ser determinante del precio ya que en el mismo influye la manera en que se gestione el negocio (personal, compras, etc.)

Estamos por tanto, en un momento idóneo para vender una Oficina de Farmacia, ya que ha aumentado mucho la demanda, lo que ha ido unido al aumento de los precios de venta. Y este aumento viene provocado por la confianza de los inversores y de las entidades bancarias en el negocio de farmacia, la mayor fluidez de estos últimos a la hora de conceder préstamos para la adquisición de este negocio, así como la pérdida de miedo que durante años ha imperado en los potenciales compradores de farmacias y la ausencia de reformas políticas y sanitarias que pudieran perjudicar el sector.

Nueva Ley de Ordenación Farmacéutica en Madrid

Rosa Blanco Cuevas

Abogado
Departamento de Transmisiones de farmacia
Área jurídica



El pasado día 17 de Enero de 2018 se ha publicado, en la página web de la Comunidad de Madrid, el **Anteproyecto de la Ley de Farmacias**, la cual, se prevé, estará publicada definitivamente en el mes de Junio de 2018.

La **Ley 19/1998, de 25 de Noviembre, de Ordenación y Atención Farmacéutica de la Comunidad de Madrid** es la que regula actualmente estas cuestiones, habiendo quedado obsoleta en muchos aspectos como consecuencia del transcurso de los casi 20 años desde su publicación, poniendo de manifiesta la necesidad de una nueva normativa que regule esos cambios producidos en la realidad de la prestación farmacéutica.

Lo primero a destacar del Anteproyecto es que regula circunstancias, funciones, derechos y obligaciones de los profesionales que ya venían siendo práctica habitual, bien por venir así regulado en otras normativas complementarias, o por haberse introducido paulatinamente en las funciones de los mismos.

La nueva **Ley de Ordenación Farmacéutica** comienza introduciendo como novedad un listado de **derechos y obligaciones** tanto de los usuarios de los establecimientos farmacéuticos como de los propios profesionales. Aquí es donde se incluye la obligación de todo el personal de la Oficina de Far-

macia de identificarse de forma visible con al menos el nombre y el primer apellido y la cualificación profesional.

También se crea un [Registro de establecimientos farmacéuticos](#) de la Comunidad de Madrid, donde se inscribirán los establecimientos farmacéuticos y que tendrá naturaleza administrativa, carácter público, formato electrónico y finalidad informativa a los usuarios, quienes a través de él podrán conocer, al menos, su titularidad y localización.

Centrándonos en las Oficinas de Farmacia propiamente dichas, se amplían [las secciones](#) con las que pueden contar. Hasta ahora la norma recogía las de óptica, audioprótesis, ortopedia y análisis clínicos, introduciéndose la de [nutrición y dietética](#). Como novedad más importante, es que ya no es necesario que el título para el desarrollo de estas actividades lo ostente el propio titular de la Farmacia, estableciendo que deberán ser desarrolladas o, en su caso, dirigidas técnicamente por farmacéuticos de la plantilla de la farmacia que estén en posesión de la titulación oficial o de la habilitación profesional correspondiente y, en su caso, de la colegiación.

Dentro de las [funciones y servicios ya aparecen recogidas la venta a distancia al público](#), a través de sitios web, de medicamentos de uso humano no sujetos a prescripción médica, así como la venta a distancia, por correspondencia y por procedimientos electrónicos, de medicamentos veterinarios. La anterior norma de ordenación farmacéutica no regulaba estos servicios, habiéndose introducido mediante el Real Decreto 870/2013, de 8 de Noviembre, por el que se regula la venta a distancia al público, a través de sitios web, de medicamentos de uso humano no sujetos a prescripción médica y el Real Decreto 544/2016, de 25 de Noviembre, por el que se regula la venta a distancia al público de medicamentos veterinarios no sujetos a prescripción veterinaria, respectivamente.

Se prevé expresamente [el sistema personalizado de dosificación](#) para pacientes mayores, crónicos, polimedicados y dependientes, así como para aquellos pacientes de vulnerabilidad sanitaria y mayores dependientes, la atención farmacéutica domiciliaria. El sistema personalizado de dosificación se podrá efectuar a través de otra farmacia, siempre y cuando se haya firmado previamente un contrato entre ambas farmacias, similar a los supuestos en que una farmacia no tenga autorizado el laboratorio y recurra a una tercera farmacia para la realización de una fórmula magistral o un preparado oficial.

Otra novedad muy positiva es cuando un tercero adquiere una Oficina de Farmacia que tiene autorizado [el laboratorio](#), ya no es necesario que ese tercero vuelva a solicitar la autorización, como ocurría hasta la fecha. Se prohíbe expresamente [la distribución de medicamentos entre oficinas de farmacia](#), pudiéndose sólo adquirir los medicamentos a través de laboratorios y almacenes de distribución legalmente autorizados.

El farmacéutico deberá disponer de [protocolos específicos](#) para realizar revisiones periódicas de los medicamentos, y se prohíbe expresamente la dispensación de medicamentos devueltos por los pacientes.

En relación con el [personal de la oficina de farmacia](#), se insiste en la obligación de que la dispensación sea realizada por un farmacéutico o bajo su directa supervisión, debiéndose garantizar la presencia y actuación profesional de al menos un farmacéutico siempre en la Oficina de Farmacia. Y se considera farmacéutico a aquella persona que posea el título oficial de Licenciatura o Grado en Farmacia y que además esté debidamente colegiado en el Colegio Oficial de Farmacéuticos.

La [obligación de colegiarse](#) es otra de las novedades introducidas y que no regulaba la anterior norma.

Se mantienen los mismos supuestos en que es preceptivo el nombramiento de un [farmacéutico regente y sustituto](#), aunque en este supuesto se diferencia si el nombramiento es por un causa objetiva, durando la sustitución el tiempo que dicha causa dure, o si el nombramiento es por carácter personal, pudiendo ser en este supuesto por una duración máxima de 6 meses prorrogable al año.

Cuando la sustitución sea necesaria como consecuencia de la ausencia del titular durante el plazo de siete días, prorrogable por otros siete, es suficiente con la comunicación para el nombramiento. Este supuesto está pensado para ausencias temporales como puede ser un viaje del titular.

Sigue siendo obligatorio el nombramiento de un [farmacéutico](#) cuando el horario de la farmacia sea superior a 40 horas semanales y cuando el titular sea mayor de 70 años. En este último supuesto, si existe una cotitularidad, y el otro cotitular no ha alcanzado esa edad, el nombramiento de Farmacéutico adjunto no es obligatorio. Hasta ahora sí que lo era.



Los supuestos en que es necesario nombrar un **farmacéutico regente** no han sufrido modificación alguna, como tampoco el plazo para su nombramiento (un mes desde que se produce la causa que obliga a su nombramiento). Como novedad, en los supuestos de fallecimiento había que comunicar en 10 días la intención de los herederos de no cerrar la farmacia, plazo que se ha asimilado al de nombramiento: un mes.

La Consejería de Sanidad siempre ha puesto de manifiesto la obligación de comunicar los ceses de los farmacéuticos regentes, sustitutos y adjuntos, aunque no viniera así recogido específicamente, lo que se ha solucionado en el anteproyecto que recoge esa obligación y establece unos plazos al efecto: dos días hábiles para los farmacéuticos sustitutos y adjuntos, y 24 horas para el Farmacéutico regente.

Respecto a **los locales de farmacia**, la nueva Ley de Ordenación Farmacéutica amplía la superficie mínima obligatoria de 75 metros cuadrados a 85, y se introduce la obligación de que, cuando el local está dividido en distintas plantas, la que tiene acceso por la vía pública cuente al menos con 35 metros cuadrados. No obstante, las Oficinas de Farmacia ya instaladas en el momento de la entrada en vigor de la norma no tienen que cumplir estos requisitos, lo que sí que sería exigible en el supuesto de que se trasladaran a una nueva ubicación.

En este apartado se introduce **la obligación de visibilidad y accesibilidad** para todos los ciudadanos, y en especial para las personas que sufran algún tipo de discapacidad, en aplicación de las obligaciones recogidas en el Real Decreto legislativo 1/2013, de 29 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social, cuyo plazo de adaptación finalizó el pasado día 4 de Diciembre de 2017.

Se mantienen **la obligación de señalización de una Oficina de Farmacia**: cruz griega o de malta verde, placa identificativa del titular y rótulo con la palabra farmacia, sin que pueda ir acompañada de leyendas, signos, marcas o logotipos de ninguna clase (novedad introducida por el Anteproyecto).

Un cambio introducido muy positivo en la nueva Ley de Ordenación Farmacéutica es respecto a los **horarios de farmacia**: se establece un sistema de mínimos y libertad para ampliar esos mínimos. La Oficina de Farmacia deberá estar abierta al público obligatoriamente 40 horas semanales, teniendo como franja fija de lunes a sábado de 10 a 13 horas y por las tardes de lunes a viernes de 17 a 20 horas. El resto, hasta cumplir las 40 horas semanales, es lo que se denomina franja variable y cada titular podrá cumplirlo como considere.

A partir de las 40 horas, las oficinas de farmacia también podrán ampliar horarios sin tener que acogerse a los módulos fijos establecidos por la normativa anterior, pero se deberá comunicar a la Consejería de Sanidad y al Colegio Oficial de Farmacéuticos antes del 15 de diciembre, y será de obligado cumplimiento durante todo el ejercicio siguiente.

También se introduce un [servicio de urgencias de 24 horas](#) (ya no se habla de "guardias"), cuya organización se va a delegar al Colegio Oficial de Farmacéuticos, y se establece que las farmacias podrán cerrar un mes al año por vacaciones cuando así lo quieran, siendo obligatorio únicamente que se comunique con un mes de antelación. Y ya no se va a poder cerrar una Oficina de Farmacia de forma temporal con la simple comunicación, al requerirse autorización previa y causa justificada.

En la nueva Ley de Ordenación Farmacéutica, el [procedimiento sobre autorización de nuevas Oficinas de Farmacia](#) también es objeto de grandes modificaciones: el módulo de habitantes pasa de 2.800 a 3.000, y el concurso de farmacias constará de dos fases.

La primera fase dará lugar a la apertura de un concurso de traslados de aquellas farmacias interesadas, cualquiera que sea el municipio de la Comunidad de Madrid en el que se ubiquen. Las farmacias que queden desiertas en esta primera fase serán objeto de la segunda fase, donde se procederá a autorizar las nuevas aperturas. No podrán presentarse al concurso en ninguna de sus fases quienes hayan sido adjudicatarios de una Oficina de Farmacia en los tres años anteriores, ni a la segunda fase lo que tengan o hayan tenido la condición de titular en los seis años anteriores.

Las autorizaciones de funcionamiento de las nuevas aperturas de oficinas de farmacia adjudicadas tras la entrada en vigor de esta ley caducarán al cumplir el farmacéutico adjudicatario 70 años, a no ser que la hubiera transmitido con anterioridad.



En los [traslados voluntarios](#) de oficinas de farmacias se introduce la obligación de constituir garantía, y en los forzosos la distancia a cumplir respecto al resto de farmacias es de 200 metros (antes 150), pero ya no es necesario que sea en la misma zona farmacéutica, manteniéndose la obligación de que sea en el mismo municipio.

Las oficinas de farmacias se podrán [transmitir](#) siempre que hayan estado abiertas al público durante 6 años, destacando como novedad más importante en los procedimientos de transmisión que ya no existe el derecho de adquisición preferente reconocido a favor del cónyuge, hijos, farmacéutico regente, sustituto y adjunto, que en muchas ocasiones han acarreado serios problemas a los transmitentes. El procedimiento de autorización tiene un plazo para resolverse de tres meses, y la falta de resolución expresa será entendida como favorable a la transmisión.

El Anteproyecto sigue regulando los botiquines, los servicios de farmacia de atención primaria, de farmacia hospitalaria, los depósitos de medicamentos de hospitales, de centros sanitarios sin internamiento, de instituciones penitenciarias y las unidades de radio farmacia.

Novedosa es la regulación de la atención farmacéutica en los centros socio sanitarios residenciales o de asistencia social, que se hará por concurso en las públicas, y en las privadas mediante convenios.

Otra novedad muy positiva, y que la realidad social estaba demandando, es la regulación de publicidad y promoción de las oficinas de farmacias: se permite la publicidad de las funciones y servicios reconocidos por el Anteproyecto como propios de la farmacia. Si la publicidad pretendida quisiera ir más allá se requerirá autorización previa de la Administración.

Finalmente, el régimen sancionador no sufre muchas novedades, a excepción de que se concretan detalladamente los hechos constitutivos de infracción y su calificación como leves, graves o muy graves. En cuanto a los importes de las sanciones se mantienen las mismas graduaciones que en la anterior normativa.

Podemos concluir que estamos ante una norma muy necesaria, ya que era imprescindible que se regularan todas las modificaciones que se han ido produciendo en la prestación farmacéutica, y contar, por lo tanto, con una norma acorde con los tiempos actuales y su realidad social, sin embargo en muchos de los puntos necesita ser aclarada porque si se deja su aclaración al desarrollo reglamentario van a quedar muchas cosas en el aire.

Campaña de Renta 2017

Plan de Control Tributario 2017

José María Cobo Lozano

Abogado y Asesor fiscal
Coordinador del Área Fiscal-contable



Queda poco ya para el pistoletazo de salida oficial de la [Campaña de Renta 2017](#).

El avance de las nuevas tecnologías es una realidad y para la Agencia Tributaria aún más. Este año como novedad a la hora de hacer la declaración de la renta, se podrá usar a partir del 15 de marzo una aplicación móvil a través de la cual podrá presentarse la declaración de la renta "a un sólo clic" y de la que se podrán beneficiar casi cinco millones de contribuyentes "como mínimo", cerca del 25% del total. Este nuevo método está especialmente dirigido a "clientes no habituados al ordenador" y que acuden de forma presencial a las oficinas para presentarla o, en su defecto, aquellos que pidieron cita y no se presentaron.

Se añade así con esta aplicación "un canal ágil" que "servirá como nuevo cauce de comunicación y que facilitará la presentación de la declaración", que arranca el 4 de abril y se extenderá hasta el 2 de julio, (27 de junio para aquellos que opten por la domiciliación) según el calendario del contribuyente publicado por la Agencia Tributaria en su página web. La presentación presencial de las declaraciones en entidades colaboradoras, Comunidades Autónomas y oficinas de la Agencia Tributaria comenzará un mes más tarde, el 10 de mayo.

El control de la agencia tributaria de todo tipo de datos de los contribuyentes es cada vez más evidente. Uno de los grandes pasos de gigante que el fisco ha dado en este sentido ha sido la implantación para las grandes empresas del [SII como sistema obligatorio de gestión](#). Este sistema permite conocer a la Agencia casi en directo cada una de las operaciones realizadas, y por tanto, de manera indirecta a todos los contribuyentes.

Por otro lado, un año más se ha publicado el [Plan Anual de Control Tributario y Aduanero de 2018](#). La Agencia Tributaria establece como objetivo estratégico, tanto la prevención como la lucha contra el fraude fiscal. Estas directrices pretenden continuar reforzando las actuaciones dirigidas a mejorar el cumplimiento tributario, no sólo con medidas de control a posteriori, sino previas o simultáneas a la presentación de las autoliquidaciones y al mismo tiempo desarrollar actuaciones de comprobación e investigación sobre los obligados tributarios en los que concurran perfiles de riesgo.

Este Plan anual de control tributario y aduanero para el ejercicio 2018, que no difiere en gran medida con el del año 2017, supone un mecanismo de refuerzo y consolidación de las actuaciones desarrolladas en años anteriores, a la vez que incorpora otras nuevas, en línea con el contexto económico-social.

Como principal novedad podemos destacar el uso de las nuevas fuentes de información de las que dispondrá la Agencia Tributaria (sistema SII, CRS), que combinado con el uso de las nuevas tecnologías y el desarrollo de nuevos modelos de análisis de riesgos permitirá el uso de la información recibida.

En particular, en 2018, la Agencia Tributaria centrará su atención en base a cuatro grandes pilares.

1- La prevención del fraude. Información y asistencia.

La estrategia de la Agencia en la lucha contra el fraude y la prevención del mismo se dirige a la utilización de nuevas herramientas y sistemas preventivos dirigidos a la mejora del cumplimiento de las obligaciones tributarias en período voluntario, promoviendo un ensanchamiento de las bases imponibles declaradas.

Dichas actuaciones se materializarán.

- Impulso de canales de asistencia al contribuyente por medios electrónicos y telefónicos, así como la utilización de programas de ayuda y medios de identificación (certificado electrónico, Cl@ve PIN, número de referencia, CSV, etc.) que facilitan y agilizan los trámites del contribuyente con la Agencia Tributaria.
- Incorporación de nuevas herramientas como el Asistente Virtual.
- Prestación de asistencia a los contribuyentes acogidos al Sistema de Suministro Inmediato de información (SII)
- Asistencia en la campaña de Renta (Renta WEB)
- Potenciación y mejora de la aplicación móvil "Agencia Tributaria", ofreciendo nuevos servicios personalizados al contribuyente.
- Inclusión de avisos, en el documento de datos fiscales del IRPF, sobre todas aquellas fuentes de renta de que se tengan conocimiento con el fin de impulsar el cumplimiento voluntario.
- Impulso del sistema de autocorrección de declaraciones del IRPF con solicitud de devolución, el cual permitirá al contribuyente corregir la declaración y anticipar así el cobro de la devolución.



2- Investigación y actuaciones de comprobación del fraude tributario y aduanero.

Existen nuevas fuentes de información y avances tecnológicos en el análisis de riesgos, que complementan a las fuentes tradicionales de información obtenida de las declaraciones presentadas por contribuyentes y por terceros. La Agencia Tributaria trabajará en el desarrollo de modelos de análisis de riesgo que permitan anticipar y optimizar el uso que haya de darse a la nueva información que se reciba, a partir del momento de su recepción.

Dichas fuentes de información nueva se refieren principalmente al Sistema Inmediato de Información (SII), en vigor desde el 1 de Julio de 2017, que ha permitido la recepción casi inmediata de información de los registros de facturación emitida y recibida de más de 50.000 empresas.

Se hará un análisis patrimonial exhaustivo para detectar aquellos bienes o derechos ocultos y rentas no declaradas, especialmente en grandes patrimonios, con el objeto de regularizar la situación tributaria de los contribuyentes incurso en actuaciones calificadas como defraudatorias. La Agencia Tributaria incidirá en la ocultación de actividades empresariales o profesionales y en el uso abusivo de sociedades. Se personará en las sedes donde se realiza, de modo efectivo la actividad económica para conseguir con mayor seguridad los diferentes aspectos de carácter material en los que se detecta una inadecuada declaración de ingresos y así poder analizar la presencia de cualquier otro incumplimiento susceptible de regularización. En este sentido advertimos de la diligencia a tener en el caso de sociedades de venta de productos de parafarmacia. En especial se seguirá con detenimiento las declaraciones de IVA de este tipo de sociedades y de cualquier otra.



3- El Control del fraude en fase recaudatoria.

Con dicho control se pretende lograr el cobro efectivo de las deudas. No cabe duda que una recaudación ejecutiva exigente no sólo supone un incremento en la eficacia cobratoria de duda ingresada, sino que además, incide positivamente a medio y largo plazo en el cumplimiento espontáneo por los contribuyentes de sus obligaciones tributarias, coadyuvando así a la lucha contra el fraude fiscal y facilitando también la labor de las áreas liquidadoras de la Agencia Tributaria.

4- Colaboración entre la Agencia Tributaria y las Administraciones Tributarias de las Comunidades Autónomas

La colaboración entre la Agencia Tributaria y las administraciones tributarias autonómicas resulta esencial para el adecuado control de los tributos cedidos, por lo que se potenciará los intercambios de información con trascendencia tributaria entre la Agencia tributaria del Estado y de las Comunidades Autónomas con la finalidad de incrementar y, singularmente, potenciar la lucha contra el fraude fiscal y la economía sumergida.

Nueva Ley de Autónomos para Oficinas de Farmacia

Eugenio Fernández López

Abogado
Coordinador del Área Laboral



La nueva Ley del Trabajador Autónomo está en vigor desde el 1 de enero de 2018. Se trata de un texto un poco extenso, del que ya se han extractado las principales novedades y que sin duda constituyen un cambio importante encaminado a ayudar al trabajador autónomo tanto en sus comienzos como posteriormente, haciendo más llevadera la gestión empresarial o profesional. Las principales novedades de esta Ley para la farmacia son:

LAS 10 PRINCIPALES NOVEDADES DE LA NUEVA LEY DE AUTÓNOMOS APLICADAS A LA FARMACIA

TARIFA PLANA DE 50€ A LAS MUJERES DESPUÉS DE UNA BAJA POR MATERNIDAD

BONIFICACIÓN DEL 100% DE LAS CUOTAS DE LA SEGURIDAD SOCIAL DURANTE 12 MESES A LOS COLABORADORES FAMILIARES

REDUCCIÓN DEL 20% AL 10% EN LOS RECARGOS DE LA SEGURIDAD SOCIAL PARA AUTÓNOMOS CON DEUDAS, DURANTE EL PRIMER MES DE RETRASO EN EL PAGO DE LA CUOTA

EXENCIÓN DEL 100% DE LA CUOTA DURANTE 12 MESES POR CUIDADO DE UN MENOR O DEPENDIENTE

SE RECONOCE EL ACCIDENTE IN ITINERE (el que ocurre de casa al trabajo o desde el trabajo a casa)

POSIBILIDAD DE COBRAR EL 100% DE LA PENSIÓN EN JUBILACIÓN ACTIVA SI TIENES UN TRABAJADOR EN LA FARMACIA

BONIFICACIÓN DEL 100% DE LA CUOTA CUANDO EL TRABAJADOR ESTÁ EN:

- Descanso por maternidad/paternidad
- Guarda con fines de adopción
- Acogimiento
- Riesgo durante el embarazo/lactancia natural

NUEVOS AUTÓNOMOS: TARIFA PLANA DE 50 € HASTA 12 MESES

LA BASE DE COTIZACIÓN SE PODRÁ CAMBIAR HASTA 4 VECES EN UN MISMO AÑO (Antes eran 2)

SE REDUCE A 2 AÑOS EL PERIODO DE INACTIVIDAD PARA PODER ACOGERSE A LA TARIFA PLANA (Anteriormente 5)



Orbaneja
ABOGADOS



+ INFO: 91 445 48 54
WWW.ORBANEJA.COM
C/ SANTA ENGRACIA, 19 1º MADRID

¿Por qué deberías tener un Cuadro de Mando en tu farmacia?

Luis Arimany

CEO
Evolufarma



Blanca de Eugenio Fernández

Abogado
Gerente de Orbaneja Abogados



Siempre he insistido en la importancia que tiene para cualquier negocio saber en todo momento qué es lo que está ocurriendo para tomar las decisiones adecuadas en el momento correcto. Estamos en la era del Dato. Las empresas que en los próximos diez años van a llegar más lejos son aquellas que entiendan que el mayor capital está en los datos que provienen de cualquier fuente: clientes, proveedores....

Precisamente los **Cuadros de Mando** son un primer paso en este análisis del dato. Pero ¿Qué dato? Los principales datos de **Gestión** que la farmacia desea controlar.

En realidad muchos piensan que no es necesario, porque todo lo que en el fondo te da un cuadro de mandos lo tienen ya a través de su programa de gestión de la farmacia, y esto es cierto aunque sólo en parte, porque aunque está, está de forma desordenada y caótica, y no tenemos tiempo para agrupar cada mes por ejemplo esta información que es esencial para la toma de decisiones. Los cuadros de mandos te permiten rápidamente agrupar y visualizar los datos e informaciones sobre tu entorno y tu negocio.

Es posible que ahora mismo te estés preguntado qué es un cuadro de mando y por qué es importante para tu negocio. Así que voy a tratar de responderte.



¿Qué es un Cuadro de Mandos?

Un cuadro de mandos es una herramienta adaptada a las necesidades reales del farmacéutico que le proporciona la información necesaria que le permite la comprensión global del negocio y la eficaz toma de decisiones.

Para que esto sea así, un cuadro de mando suele estar configurado por KPI's o indicadores clave de rendimiento acompañados de una representación gráfica. Lo ideal es que este cuadro de mandos agregue la información de forma automática y lo más importante: que se actualice solo. Y para eso es necesario que la información este al día.

¿Por dónde empiezo a crear un cuadro de mando?

Lo más importante es definir para cada farmacia cuáles son los indicadores que tú quieres controlar.

Debes definir tus KPI's y tener claro como lo vas a actualizar.
Debes disponer de una herramienta informática que te permita visualizar toda esta documentación.

Para inspirarte puedes mirar en internet con la palabra "Dashboard" o "Cuadro de mando". Encontrarás múltiples resultados y aplicaciones. Para que te hagas una idea, es tal la avalancha de herramientas para crear cuadro de mando, que existen empresas especializadas únicamente en asesorarte sobre cuáles son los KPI's que a priori deberías controlar, así como la forma de implantarlo en tu farmacia.

¿Qué le va a aportar a mi farmacia tener un cuadro de mando?

- Visualización sencilla e intuitiva.
- Una única pantalla en la que poder controlar todos los indicadores que tú hayas definido.
- Ahorro de tiempo.
- La herramienta está enfocada a los aspectos más relevantes de la farmacia.
- Seguimiento proactivo.
- Informe mensual con resultados e indicaciones.
- Consultoría de soporte.
- El software debería estar diseñado para ayudarte a definir acciones de mejora.
- Identificación de desviaciones y causas
- Gracias al análisis en cascada.
- Comprensión global de la farmacia
- Información centralizada de las áreas clave de tu negocio.
- Envío de informes a tu e-mail
- Recepción automáticamente de un completo informe en tu correo electrónico.
- Desde cualquier dispositivo
- El software que elijas debería permitirte realizar la consulta de tu cuadro de mando desde cualquier lugar, usando tu ordenador, tu iPad

Evolufarma es una solución Integral de Marketing Multicanal, Marketing Digital y Business Intelligence para las oficinas de farmacia que te permitirá gestionar tu farmacia, dotarle de marketing y apostar por un futuro más digital.

Entrevista a un farmacéutico

Entrevistamos a Jorge Ballesteros

"En una ocasión un paciente habitual, del que conocía su tratamiento, me trajo una receta de un medicamento totalmente contraindicado con su tratamiento. Si ese paciente hubiese tomado esa medicación habría tenido fatales consecuencias, incluso mortales. "

¿Por qué elegiste ser farmacéutico?

Siempre me ha interesado especialmente el tema de la salud y la ayuda al paciente, especialmente de edad avanzada.

¿Sobre qué temas de la industria médica te gustaría investigar?

Enfermedades oncológicas y trastornos neuronales.

Son dos temas que me preocupan especialmente por haberlos padecido personas cercanas a mi entorno.

¿Cuál consideras que es el mayor aporte de la farmacia a la sociedad?

Dotar a los pacientes de tratamiento o solución farmacológica a sus dolencias con una atención cercana, de confianza y cualificada.

¿Cómo es la relación que tienes con los pacientes?

Es una relación honesta, resolutive y basada en la confianza.

¿Cómo reaccionas ante una emergencia en la farmacia?

Siguiendo un protocolo que, a grandes rasgos, se resume en la evaluación de la emergencia, derivación a los servicios de emergencia o Centro de Atención Primaria (en caso de ser necesario) o tratamiento en la propia farmacia.

¿Tienes tu propia farmacia?

Sí, desde hace poco más de dos años.

¿Cómo ves la farmacología en el futuro?

Ligada al amplio campo de la investigación.

¿Cuánto tiempo tratas con un paciente?

Cada caso requiere de un tiempo determinado que depende de varios factores. Le dedico el tiempo necesario hasta tener la certeza de que el paciente ha entendido la posología o características del medicamento que le han recetado.

¿Alguna vez te has sentido decepcionado de ser farmacéutico?

Sí, en algunas ocasiones es frustrante encontrar personas que no se dejan ayudar, no administran bien su medicación (de forma consciente) o no siguen los consejos de su médico o farmacéutico con las graves consecuencias que esto les ocasiona.

¿Atendiste a un paciente difícil? ¿Cómo afrontaste la situación?

Sí, son situaciones incómodas pero las afronto con respeto y paciencia.

¿Te gusta ayudar a los pacientes?

Por supuesto. La razón por la que me dedico a esta profesión es precisamente la ayuda al paciente. Es muy satisfactorio tener la oportunidad de colaborar en la mejora de una persona.

¿Cuáles son tus aspiraciones como profesional?

Continuar ejerciendo y mejorando en esta bonita profesión que tantas satisfacciones me ha dado, tanto a nivel personal como profesional.

¿Cuál crees que es tu mayor logro en tu carrera de la salud?

En una ocasión un paciente habitual, del que conocía su tratamiento, me trajo una receta de un medicamento totalmente contraindicado con su tratamiento. Si ese paciente hubiese tomado esa medicación habría tenido fatales consecuencias, incluso mortales. Obviamente, no le dispensé la medicación. No es frecuente encontrarnos errores tan graves provenientes de un médico, pero alguna vez ocurre y demuestra la importancia final que puede llegar a tener un farmacéutico, hasta el punto de salvar una vida.

¿Cómo te ves dentro de 5 años? ¿Cuáles son tus objetivos?

Seguiré trabajando en el campo de la salud.

Entre mis objetivos está el seguir formándome y mejorando para dar el mejor servicio posible y eficaz al paciente.

¿Cuál consideras que es la habilidad más valiosa que tienes?

El trato amable y de confianza hacia el paciente.

La mayor parte de mis pacientes son de avanzada edad. Me gusta tener la certeza de que entiendan bien lo que les han recetado y dedicar unos minutos, siempre que me es posible, a hablar con ellos y me cuenten sus preocupaciones. Sé lo importante que es para ellos y, en consecuencia, para mí.

¿Cómo asumes el dolor de los pacientes?

Su dolor es el problema a resolver y me preocupa, tanto por empatía como por profesionalidad, que así sea. Buscaremos alternativas, diferentes tratamientos, etc para tratar de paliar sus dolencias.

LOS FARMACÉUTICOS



Encuentros Orbaneja



En 2017 hemos organizado varias sesiones informativas y de coaching:

Talleres

3 Sesiones informativas de cumplimiento de horario de los trabajadores.

2 Sesiones informativas sobre Cláusula Suelo.

1 Sesión informativa de regulación legal de empleadas del hogar.

Coaching

2 sesiones de coaching para clientes de motivación personal.

2 sesiones de coaching para el equipo de ORBANEJA ABOGADOS sobre personalidad MBTI.

Fuera de Nuestro despacho

- Conferencia sobre el nuevo Convenio 2017-2019 y el valor de la farmacia en la actualidad.

- Conferencia sobre Novedades Fiscales y Laborales en la Farmacia (Ley de Autónomos, Cuadros de Mando)

- En 2018 hemos reunido a un centenar de farmacias el pasado día 27 de febrero, con motivo de la presentación del anteproyecto de ley de ordenación de farmacias de la Comunidad de Madrid.



Orbaneja 4.0

En Orbaneja Abogados llevamos más de dos años trabajando en la digitalización del despacho. Ha sido un camino largo y duro hasta lograr conseguir el posicionamiento que hoy tenemos tanto en nuestra web, como en nuestras redes sociales.

Esta sección pretende mostrar qué es lo que hemos hecho mejor y dar ideas a nuestros lectores para que mejoren la gestión de las suyas. Por supuesto, nuestros canales están abiertos a que nos sigan, a que comenten nuestros posts, a que nos den 'feedback' y a cualquier tipo de interacción con el resto de usuarios. Queremos que nuestras redes sean una comunidad donde se sientan cómodos, comenten sus opiniones y vean sus necesidades satisfechas por un canal rápido y accesible para todos.

Nuestra estrategia en Facebook: 'Orbaneja Abogados'. Facebook es el canal por el que más hemos apostado hasta ahora. Se trata de la red social más utilizada por nuestros clientes y la que más cercanía nos puede dar. Esto nos ha llevado a tomar determinadas acciones, a invertir dinero y a dedicarle algo más de tiempo.

Estas son nuestras acciones más destacadas:

PHOTOFARMA 2017

En las navidades de 2016 decidimos lanzar un concurso de fotografías de farmacia que invitaba a los farmacéuticos y titulares de farmacia a moverse a través de esta red. El concurso consistía en subir una fotografía de una farmacia y etiquetarla como la farmacia más bonita, la más innovadora o la mejor conservada. Las fotografías con más votos en cada una de las categorías serían premiadas con un 'Smartwatch' de una marca conocida.

El concurso sirvió además para dar más visibilidad a las propias farmacias través de las redes y mejorar también su propia marca. Es lo que sucedió con las farmacias presentadas por Elena Pérez Belda (Farmacia mejor decorada), Jordi de la Fuente (Farmacia mejor conservada) y Susana Pugés Estrada (Farmacia más innovadora).



INFOGRAFÍAS DE ABOGADOS PARA FARMACÉUTICOS

Sabemos que Facebook es un canal que premia lo visual y lo sencillo por encima de los textos farragosos que nadie termina leyendo. Así se nos ocurrió la idea de crear pequeñas infografías con los temas de actualidad jurídicos, fiscales o laborales que pueden afectar a la farmacia. Sin duda alguna, han tenido un gran éxito. Han sido muy bien acogidos por nuestros seguidores, que han reaccionado con 'me gusta', 'me encanta', etc. a este tipo de publicaciones.



FRASES INSPIRACIONALES

En Orbaneja Abogados creemos en ciertos valores y conductas que mejoran la gestión de los negocios. Estamos seguros de que transmitirlos nos acerca al cliente y estrecha los lazos de nuestra relación. Nos mostramos tal y como somos y los plasmamos con frases inspiracionales de gente célebre que también compartía nuestros valores. Os dejamos unos ejemplos aquí:



NUESTRA ESTRATEGIA EN TWITTER: '@abogadofarmacia'

Twitter es un canal menos visual que Facebook tenemos en cuenta el uso que le da la gente a este medio: buscan informarse de forma breve de las noticias de su interés. De esta forma, creemos que el mejor rendimiento que le puede dar nuestra cuenta de Twitter a los lectores es compartirles las noticias de actualidad de la farmacia, unidas a lo último en materia fiscal, laboral y jurídico.

Para ello utilizamos dos vías: por un lado, compartimos las noticias que publicamos en nuestro blog, basándonos en nuestras propias fuentes y el conocimiento de nuestros profesionales, y por el otro nos centramos en los principales medios de comunicación dirigidos a nuestro sector y compartimos las noticias que consideramos relevantes. Todo ello lo hacemos usando el lenguaje indicado para ganar alcance y lectores en Twitter: utilizamos 'hashtags', mencionamos a otros usuarios y abreviamos al máximo nuestro mensaje.



NUESTRA ESTRATEGIA EN LINKEDIN: 'ORBANEJA ABOGADOS'

También hemos decidido adaptarnos a LinkedIn, una red social enfocada a trazar una red profesional, que utiliza un lenguaje más técnico y que se enfoca hacia perfiles muy cualificados. La estrategia es muy parecida a la de Twitter. Compartimos información relevante para nuestro público, tanto propia como de terceros.



NUESTRO PERFIL EN INSTAGRAM: '@abogadofarmacia'

Nuestro deseo por hacer nuestra información lo más visual posible ha hecho que tengamos que adaptarnos a dos nuevos canales. El primero de ellos es Instagram, donde compartimos todas nuestras infografías, imágenes de noticias, nuestra asistencia a eventos o a cursos de formación, etc. Creemos que es un excelente canal para que los usuarios vean cómo trabajamos, qué es lo que hacemos para mejorar cada día y lograr mejores resultados, en qué valores creemos o cómo adaptamos la información según las necesidades de nuestros seguidores.



NUESTRO CANAL DE YOUTUBE: 'ORBANEJA ABOGADOS'

Por último, hemos decidido crear nuestro propio canal de televisión a través de Youtube. Se trata de la red social de vídeos más grande del mundo y todo lo que compartimos en ella podemos insertarlo en las otras redes sociales que usamos. Muchos datos estadísticos dicen que la gente cada vez lee menos y se decanta por los formatos audiovisuales. Esto, unido al deseo de contenidos breves, nos hizo pensar que lo que mejor podemos ofrecerle a nuestra audiencia son pequeñas píldoras de conocimiento a través de vídeos de 1-3 minutos. Estamos empezando, pero ya tenemos resultados positivos: uno de nuestros vídeos ya cuenta con más de 1.000 visitas.



Orbaneja te forma

Oferta formativa Orbaneja Abogados

“Todos nuestros cursos están enfocados al sector salud y tienen un enfoque esencialmente práctico que le permitirá aplicar los conocimientos adquiridos a su negocio”.

En Orbaneja abogados somos conscientes de la necesidad de formación continua de los profesionales sanitarios. Nos complace comunicarles que disponemos de una serie de cursos muy interesantes para su sector que le ayudarán a mejorar los rendimientos de su negocio. Hemos introducido nuevos cursos este año en base a las peticiones de nuestros clientes.

- Curso de Community Manager.
- Curso de negociación con proveedores.
- Curso de políticas de precios.
- Curso en aspectos prácticos en la calidad del servicio.
- Curso de atención eficaz de quejas y reclamaciones.

La duración media es de 6 semanas o 60 horas lectivas. Así mismo, a la finalización de dicha formación se expedirá un diploma acreditativo de participación para el alumno. A través de la formación bonificada sus trabajadores podrán acceder a estos cursos sin ningún coste para su empresa.



No dude en consultarnos para cualquier duda y acudir a nuestra página web para ampliar esta información.

www.orbaneja.com

Colaboradores

En Orbaneja Abogados constantemente nos proponemos mejorar el servicio de nuestros clientes, por lo que hemos creado y ponemos a su disposición una estratégica red de partners especializados para satisfacer sus necesidades.

EVOLUFARMA

Evolufarma es una solución Integral de Marketing Multicanal, Marketing Digital y Business Intelligence para las oficinas de farmacia. De esta manera, llevan a la farmacia al Marketing web 2.0, consiguiendo que el farmacéutico sólo tenga que preocuparse por su negocio, incrementando las ventas mediante la fidelización de los clientes con las que conseguir dar nuevos servicios.

BONET

Firma de Cumplimiento Normativo especializada en: responsabilidad penal empresarial, Protección de datos personales, Ley de transparencia y buen gobierno y Compliance.

EMPRENDELAW

Consultoría especializada sobre todo en el sector de los servicios profesionales: abogados, arquitectos, ingenieros, médicos, coaches, etc. Centrada en el diseño y desarrollo de planes estratégicos de comunicación cuyo objetivo es hacer a su empresa más eficiente, innovadora, eficaz y exitosa.

AEDAF

Asociación Española de Asesores Fiscales. Su principal objetivo es dotar a sus miembros de las mejores herramientas para el óptimo ejercicio de su actividad profesional y su finalidad es fortalecer y defender la imagen del Asesor Fiscal y la difusión de su importancia en la economía española y en nuestro Estado de Derecho.

STA

Empresa establecida en el sector del Contact Center, dedicada a dar servicio a empresas que necesiten mejorar la comunicación con sus clientes y activar cualquier gestión comercial telefónica.

FARMATALENT

Empresa que se dedica a facilitar un eficaz y eficiente servicio de selección a los gestores y/o titulares de las Oficinas de Farmacia, dotándoles del personal que su negocio necesita.

CORPORATIA PLAY

Agencia de videomarketing. Diseño de estrategias apoyadas en contenido audiovisual que definen la identidad de la empresa.



Preguntas y respuestas

Oferta formativa Orbaneja Abogados

Soy un farmacéutico de Madrid que se está planteando donar su farmacia a una hija. He leído en prensa que en la Comunidad de Madrid ha desaparecido el impuesto de donaciones entre padres e hijos. ¿Me interesa hacerlo en este momento?

La donación del negocio a favor de los hijos o cónyuge goza actualmente de unas ventajas fiscales muy importantes, lo que supone que la operación sea muy beneficiosa tanto para el donante como para el donatario, por lo que las citadas transmisiones han aumentado considerablemente ante la posibilidad de que dichas circunstancias varíen, tanto los beneficios que conllevan para el donante (no pagar la ganancia patrimonial si se cumplen una serie de requisitos) y para el donatario (el Impuesto de Donaciones en la Comunidad de Madrid ahora mismo es prácticamente inexistente).

Desde el día 1 de Enero de 2006 mediante la Ley 7/2005, de 23 de diciembre, de Medidas Fiscales y Administrativas, la Comunidad Autónoma de Madrid tiene establecida una bonificación del 99% en las adquisiciones "mortis causa" (sucesiones) y también en las adquisiciones "inter vivos" (donaciones) para los contribuyentes incluidos en el Grupo I (descendientes y menores de 21 años) y Grupo II (cónyuge, descendientes, ascendientes y adoptados de 21 años o más), lo que en la práctica supone la casi desaparición de este Impuesto. Si ponemos un ejemplo referido a donaciones, en una donación de 1.300.000 euros a un hijo, aplicando la bonificación del 99%, el donatario va a tributar aproximadamente por 3.700 euros. Si no existiera tal bonificación tributaría por 370.000 euros.

Por lo tanto es un momento idóneo para proceder a la donación del negocio de farmacia en favor de su hija, ya que las repercusiones fiscales son mínimas y esto siempre está sujeto a posibles variaciones legales que podrían modificar esta situación tan beneficiosa.

¿Cuáles son las principales novedades del convenio de farmacia?

El XXV Convenio de Oficinas de Farmacia ha vuelto a la Audiencia Nacional por decisión de la Dirección General de Empleo que ha aceptado la impugnación de Comisiones Obreras (CCOO) y, antes de inscribirlo, ha remitido el texto a los jueces para que estos decidan.

Con esta decisión, la vigencia del convenio queda en suspenso aunque los aumentos salariales pactados sí hay que hacerlos porque venían determinados ya por el convenio anterior. Esto es subida salarial del 2% para el año 2017 y del 1,5 % para cada uno de los años siguientes de vigencia. Otras novedades que se recogen en el convenio son:

Siguiendo la tendencia de convenios anteriores, se incrementa la jornada de trabajo anual en 7 horas, quedando en 1790 para jornadas ordinarias y en 1709 para trabajadores nocturnos. Cabe destacar la aclaración sobre la acumulación de los periodos de lactancia según su duración y teniendo en cuenta el momento de incorporación de la trabajadora a su puesto de trabajo una vez finalizado su descanso maternal.

Sobre el complemento de prestaciones por Incapacidad Temporal suponiendo que exista hospitalización: si la hospitalización se produce con posterioridad a la baja, el complemento se adquiere desde este momento (sin carácter retroactivo) hasta el fin del proceso y por un periodo máximo de seis meses.

En el apartado de permisos retribuidos por enfermedad grave de familiares se dispone que, en caso de duda, la enfermedad grave se justificará por informe del facultativo interviniente. Un punto importantísimo es el apartado correspondiente al régimen disciplinario, pues para im-

sición de sanciones graves y muy graves se elimina la necesidad de tramitar expedientes sancionadores, cuando en el centro de trabajo no exista representación legal de los trabajadores, lo más frecuente en el caso de las oficinas de farmacia. En cuanto a categorías laborales tan sólo apuntar que en este convenio se dice que la categoría laboral de mozo se extinguirá y, aunque no es muy común, no vemos razones para su desaparición.

Terminado el ejercicio 2017, vemos con preocupación cómo sigue sin resolverse el conflicto planteado sobre el Convenio Colectivo Nacional para empleados de Oficina de Farmacia, estando en estos momentos el litigio en la Sala de lo Social del Tribunal Supremo.

Tengo una farmacia en Zaragoza y me estoy planteando la venta on-line. ¿Cuál es su opinión profesional sobre este canal de ventas? ¿Qué medicamentos estoy autorizado a vender por este canal?

Extraordinaria es la expansión en los últimos años de las redes de telecomunicaciones y en especial de internet, lo que ha obligado al legislador a tener en cuenta esta forma de vender productos en general y en especial de los medicamentos, para su inclusión en nuestro ordenamiento jurídico, a la vez que proporciona un marco normativo a la estricta regulación que están sometidas los medicamentos, con el objetivo de garantizar su calidad, eficacia y seguridad.

Este Real Decreto 870/2013 viene a desarrollar la Ley 29/2006, de 26 de Julio, de garantías y uso racional de los medicamentos y productos sanitarios y adaptarse a la Directiva 2011/62/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de Junio de 2011. Si bien la Ley 29/2006 ya prohibía en su art.2.5 la venta por correspondencia y por procedimientos telemáticos de medicamentos y productos sanitarios sujetos a prescripción médica, dejaba para su posterior desarrollo la regulación de dichas modalidades, hecho que se produce ahora con la entrada en vigor de este Real Decreto, es decir, desde Julio de 2006 hasta Noviembre de 2013 no se podía vender este tipo de medicamentos por estas vías.

Si bien en el art.1.1 de este Real Decreto se hace referencia al objeto de aplicación que es el de "regular la venta legal al público, realizada a distancia, de medicamentos de uso humano elaborados industrialmente no sujetos a prescripción médica, a través de sitios web de Oficina de Farmacia" esto no significa que la Agencia Española de Medicamentos y productos Sanitarios pueda establecer limitaciones cualitativas o cuantitativas a la venta de dichos medicamentos a distancia a través de sitios web, debido a su potencial mal uso (art 6.2). Es más, en el art.10.7 sobre requisitos de la dispensación "el farmacéutico responsable de la dispensación deberá asimismo valorar la pertinencia o no de la dispensación de medicamentos, especialmente ante solicitudes de cantidades que excedan de las empleadas en los tratamientos habituales, peticiones frecuentes o reiteradas, que indiquen la posibilidad de que se realice un mal uso o abuso de los medicamentos objeto de venta".

Todo esto significa que ante la posibilidad que se le abre a la Farmacia de una nueva fuente de ingresos por vía de internet que no puede desaprovechar, el farmacéutico no puede hacer y en concreto vender todo tipo de medicamentos y las cantidades que quiera con el mero fin de aumentar sus ingresos, estando siempre sometido a medicamentos no sujetos a prescripción médica y a la consideración por parte del farmacéutico de que la cantidad dispensada y vendida se corresponde con el tratamiento adecuado.

Un aspecto importante y que supone una carga de mayor trabajo para la Farmacia es la obligación durante un plazo de al menos dos años tras la dispensación del medicamento, llevar un registro de los pedidos suministrados, con referencia a la identificación del medicamento, cantidad dispensada, fecha de envío y datos del comprador para su posible posterior inspección y control de las autoridades competentes (art.10.4).

En conclusión, nuestra opinión profesional es favorable a que tenga una página web de su negocio de farmacia ya que en estos tiempos se puede decir que "Si no está en internet, no existe" y la venta on line va a más. Sobre qué tipo de medicamentos o productos puede vender deben ser siempre no sujetos a prescripción médica y en la cantidad que corresponda al tratamiento adecuado.

Ofertas de farmacias

Estas son algunas de nuestras farmacias a la venta:

Zona suroeste de Madrid

Código: 810.125
Localidad: Villaviciosa de Odón.
Facturación aprox. 970.000,00 euros.
Oficina de Farmacia de Municipio de Madrid de nivel económico medio alto.

Zona noroeste de Madrid

Código: 710.306
Localidad: Madrid Capital.
Facturación de 480.000,00 €
Oficina de Farmacia en barrio muy concurrido con grandes posibilidades de desarrollo.

Zona norte de Madrid

Código: 710.518
Localidad: Municipio de Madrid
Facturación de 1.540.000,00 euros
Oficina de Farmacia con gran clientela, zona muy poblada y camino de entrada en población desde Madrid.

Zona de Madrid capital

Código: 810.122
Localidad: Zona Aluche.
Facturación aprox. 250.000,00 euros.
Farmacia de barrio con alto potencial.

Zona noreste de Madrid

Código: 710.201
Localidad: Municipio de Madrid.
Facturación de 900.000 euros
Oficina de Farmacia en gran municipio de Madrid con ubicación inmejorable.

Zona este de Madrid

Código: xxx
Localidad: Madrid capital.
Facturación aprox. 450.000,00 euros.
Farmacia con horario normal. No necesita reforma.
Barrio populoso.



¡Pregúntenos y le ayudaremos!

Tl: 91.445-48-54
Fax: 91.593-05-49
E-mail: abogados@orbaneja.com



Orbaneja
A B O G A D O S

C/Santa Engracia, nº 19 - 1º
Tl: 91.445-48-54 Fax: 91.593-05-49
E-mail: abogados@orbaneja.com
28010 Madrid