

Resumen de contenidos

- Las posibles ventajas de un canal de venta online común.
- Ley contra el fraude fiscal.
- ¿Clientes en farmacia o pacientes?.
- ¿Se puede abonar indemnización junto con la carta de despido?.

Las posibles ventajas de un canal de venta online común.

En el anterior número del boletín de **AMAF** ya se hizo un análisis acerca de las ventajas que podría ofrecer a las farmacias la alianza a determinadas plataformas como los grupos de compras para ser más fuertes en cuanto a las posibilidades de aumentar su surtido o de incluir determinadas marcas. También se habló -y mucho- sobre telefarmacia, de sus luces y de sus sombras. En esta ocasión, siguiendo la misma senda, hacemos un alto en el camino para reflexionar acerca de la posibilidad de la unión de todas las farmacias en un canal online común.



Si el canal de venta online de las farmacias sigue costando que arranque a pesar de las expectativas tan altas con las que comenzó...

¿Por qué no probar esta nueva puerta que poco a poco se va abriendo y que tanto cuesta cruzar?

La farmacia comunitaria tiene una serie de características propias que la convierten en un espacio de salud excelente para poder formar parte de este canal de venta online.

Algunas de ellas son:

- **Capilaridad:** España es el país de Europa con la mayor red de farmacias. Contamos con más de 22.000 farmacias en todo el país.
- **Rapidez:** Somos un país comprometido con el acceso al medicamento y de ahí que la distribución farmacéutica en España sea realmente eficaz. Y en el caso de dar el salto a una plataforma de venta común eso generaría muchísimas compras más al día.

Recordemos que el consumidor online está liderado principalmente por usuarios jóvenes que ya apenas visitan los puntos de venta físicos.

No sólo por falta de tiempo sino porque ya están completamente habituados a cerrar todas sus compras dando a un botón sentados cómodamente desde el propio sofá en sus casas. Esto sí que es un punto a favor para incrementar esa rapidez.

- **Calidad:** La pandemia ha sacado a flote la vital importancia que tiene la farmacia en la cadena

sanitaria, un punto de salud que ha estado ofreciendo sus servicios esenciales e incluso atendiendo múltiples consultas que no se han podido atender presencialmente por parte de los médicos de atención primaria.

Pero no hacía falta esperar a este momento, la farmacia ha estado siempre ahí a pie de calle no sólo para dispensar medicamentos sino para ofrecer un consejo de calidad.

Hace poco leíamos una encuesta en la que decía que -en pandemia o no- al menos un 70% de la población acudía al menos una vez al mes a la farmacia. Y es por eso, porque los pacientes buscan asesoramiento de un profesional perfectamente cualificado para hacerlo.

- **Seguridad:** Los medicamentos deben someterse a unas condiciones de mantenimiento y conservación determinadas que las farmacias deben cumplir a rajatabla tanto para venderlos con las máximas garantías como para poder superar sus inspecciones de Sanidad.

Por lo tanto, las farmacias, que reciben los medicamentos directamente de los laboratorios, y que saben como conservarlos aportan una gran seguridad al paciente que los consume.

Tampoco debemos olvidarnos de la puesta en marcha del Sistema Español de Verificación de Medicamentos (SEVeM), un sistema que ya lleva más de dos años implantado y del que se arroja un balance muy positivo.

En definitiva, la creación de un canal de venta online común no



sería únicamente una herramienta destinada a la realización pura de transacciones comerciales.

Sería un canal imbatible para llegar a toda la población cumpliendo las máximas garantías. Ahora, eso sí, es el momento de limar determinadas asperezas.

¿A qué nos referimos?

A que en España los medicamentos están sometidos a una estricta regulación y para que puedan llegar a comercializarse, además del proceso habitual que pasa por muchas fases como la de la propia autorización de la Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios, -que es quien determina, asimismo, si deben ser dispensados con receta médica o sin receta-, deben ser dispensados por personal cualificado...

Para que una farmacia pueda vender medicamentos online deben contar con el logotipo común europeo.

Ese logotipo que proporciona garantías a los usuarios sobre la legalidad del sitio web en el que va a comprar los medicamentos.

Volvemos entonces a tratar la importancia de la acreditación oficial.

Las sombras de su puesta en marcha

Tenemos encima de la mesa un gran problema: la incapacidad de ponerse de acuerdo.

Está claro que esta partida no consiste en ganarle la batalla a Amazon (que señala que los usuarios se podrán ahorrar con Amazon Pharmacy hasta un 80% en medicamentos genéricos y un 40% en medicinas de marca si no utilizan los canales convencionales) sino de poner en valor la importancia de la farmacia comunitaria española.

Sin duda, los farmacéuticos de España están preparados para afrontar este futuro que tarde o temprano llegará con todas las garantías y con la máxima profesionalidad. La clave consiste en salir ganando todos dentro de un marco regulado como el que tenemos en España. Pero, dado que hoy la Ley es taxativa, habrá que esperar a que determinados mecanismos se flexibilicen sobre este aspecto de la venta online.

Ante esta situación, se pueden abrir otras posibles

vías para activar la palanca del comienzo de una nueva etapa de una venta online centralizada. Para ello vemos la oportunidad que tienen los farmacéuticos de respaldarse tanto en el Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos de España (CGCOF) como la Federación Empresarial de Farmacéuticos Españoles (FEFE). A día de hoy, los procedimientos de venta de medicamentos de forma telemática pueden constituir infracciones en la legislación actual que la rige.

Todavía está por verse la evolución de un canal común de farmacia online además de la propia venta online para la farmacia.

Al lento avanzar de ésta se le une la todavía desconfianza de un sector que sigue considerando prioritaria la atención física, el contacto con el paciente y se le hace lejana una realidad que está a la vuelta de la esquina: el e-commerce avanza a pasos agigantados.

Ley contra el Fraude Fiscal.

El pasado 10 de Julio de 2021, se publicó en el BOE la Ley 11/2021, de 9 de Julio, de medidas de prevención y lucha contra el fraude fiscal.

Por un lado se modifican diversas normas, principalmente en materia tributaria y por otro se incorpora a nuestro ordenamiento jurídico interno la Directiva (UE) 2016/1164 del Consejo, de 12 de Julio, por la que se establecen normas contra las prácticas de elusión fiscal que inciden directamente en el funcionamiento del mercado interior, conocida como Directiva anti elusión fiscal o, por sus siglas en Inglés, como ATD, y que se enmarca dentro de las medidas multilaterales que se han venido tomando en los años posteriores a la reciente crisis económica.

Novedades que puedan afectar al farmacéutico:

Modificaciones en el Impuesto sobre la Renta de las personas físicas:

- **Reducción del 60% por el arrendamiento de bienes inmuebles destinados a vivienda.** Únicamente se pueden aplicar dicha reducción aquellos contribuyentes que incluyan dicho rendimiento en su autoliquidación y antes de que se haya iniciado un procedimiento de verificación de datos, comprobación limitada o de inspección que incluya en su objeto la comprobación de tales rendimientos.
- **Obligación de información de las criptodivisas.** Se refuerza el control de tributación a través de la obligación formal de información a las personas y entidades residentes en España que proporcionen servicios en nombre de terceros.

Modificaciones en el Impuesto sobre Sucesiones y Donaciones

- **Valor de referencia.**

A efectos del ISD se considerará como valor de los bienes y derechos su valor de mercado. Si el valor declarado por los interesados fuera superior al de mercado, ese valor declarado conformará la base imponible.

El valor de referencia de los inmuebles urbanos se determinará año a año, de forma simultánea en todos los municipios, no estará protegido, como si lo está el valor catastral y se publicarán de forma permanente en la sede Electrónica del catastro.



Modificaciones en el Impuesto sobre el Patrimonio

- **Valor de los Inmuebles.**

Se introduce el “valor determinado” a la hora de valorar los inmuebles para Patrimonio.

- **Seguros de vida sin derecho de rescate y rentas temporales o vitalicias.**

En los supuestos de seguros de vida sin derecho de rescate, el valor a computar será el valor de la provisión matemática en la fecha de devengo. La misma regla se aplicará en el caso de las rentas vitalicias o temporales que procedan de un seguro de vida.

Modificaciones en el Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados.

- **Base Imponible.**

Se modifica el concepto de “valor real” por “valor” siendo este último el valor de referencia que fije el Catastro.

- **Sujeción de la compra de oro a particulares.**

Queda sujeto al impuesto, en la modalidad de transmisiones patrimoniales onerosas.

Una nota común a los Impuestos sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados (ITP y AJD) y sobre Sucesiones y Donaciones (ISD) sobre el “valor de referencia”, es que la Administración no será la que ponga en marcha la posible litigiosidad con

respecto al valor de referencia, sino que será el propio contribuyente, que considerando que el valor de referencia vulnera sus intereses legítimos, podrá solicitar la rectificación de autoliquidación o presentar un recurso de reposición contra la liquidación practicada.

Modificaciones en la Ley General Tributaria.

- **Amnistía fiscal.**

Se prohíbe expresamente “el establecimiento de cualquier instrumento extraordinario de regularización fiscal que pueda suponer una minoración de deuda tributaria”.

- **Intereses de demora.**

Con la nueva normativa, no procederá el pago de los intereses cuando el contribuyente regularice voluntariamente su situación tributaria antes de ser requerido por la Administración, sin perjuicio de los recargos correspondientes.

- **Recargos extemporáneos sin requerimiento previo.**

Se establece un sistema de recargos crecientes del 1% por cada mes completo de retraso, sin intereses de demora. Pasados 12 meses el recargo será del 15% y se incluirán los intereses de demora correspondientes.

- **Obligaciones formales: prohibición del llamado software de doble uso.**

La obligación consiste en garantizar la integridad, conservación, accesibilidad, legibilidad, trazabilidad e inalterabilidad de los registros sin



interpolaciones, omisiones o alteraciones de las que no quede anotación en los sistemas.

- **Entrada y registro domiciliario.**

Se establece de forma expresa que tanto la solicitud como la concesión de autorización judicial pueden tener lugar con carácter previo al inicio formal del procedimiento, siempre que se identifique el obligado tributario y los conceptos y períodos que van a ser objeto de comprobación.

- **Procedimiento sancionador.**

Por un lado, se aumenta la reducción de las sanciones derivadas de actas con acuerdo del 50 al 65% y por otro se aumenta la reducción por pronto pago de las sanciones del 25 al 40%.

Se regula un régimen transitorio que permite la aplicación del nuevo régimen de reducción de las sanciones a las acordadas con anterioridad a la entrada en vigor de la norma que no hubieran sido recurridas y no hubieran alcanzado firmeza.

Modificaciones en otras disposiciones.

- **Modificación de la Ley 7/2012**

Se reduce de 2.500,00 a 1.000,00 euros, el importe máximo que con carácter general, podrá pagarse en efectivo.

Cuando el pagador sea una persona física no residente que actúe como empresario o profesional, el límite se rebaja de 15.000,00 a 10.000,00 euros.

¿Clientes en farmacia o pacientes?

El continuo cambio en la forma de consumo también es una realidad en lo que se refiere al ámbito farmacéutico. Las grandes superficies y el escenario digital (venta online) nos obliga a poner en valor nuestra experiencia en asesoría de farmacias y por esta razón queremos reflexionar sobre la siguiente interrogante:

¿Hablamos de clientes en farmacia o pacientes?

Tal y como dicta la Ley 16/1997, de 25 de abril, de Regulación de Servicios de las Oficinas de Farmacia, las farmacias son un «establecimiento sanitario privado, de interés público» y eso conlleva una gran responsabilidad en cuanto al consejo clínico o la dispensación farmacológica.

Sin invadir el papel de los médicos, la tarea de un farmacéutico es clave para acompañar al paciente, asesorarle en su tratamiento, resolver dudas o evitar la automedicación.

Sabemos que los medicamentos no pueden dispensarse sin más, que su lugar no es en los lineales de los supermercados como cualquier producto y de que sus componentes no son inocuos para todo y para todos.

En este sentido, el asesoramiento profesional del farmacéutico es fundamental y su atención está pensada para el paciente como tal.

Sin embargo, para que esta atención sea aún más eficiente, la farmacia también necesita aplicar herramientas de marketing que le facilitarán una comunicación más personalizada con sus «pacientes» que también son «clientes».



Conocer a tus clientes en farmacia, clave para el éxito de tu farmacia.

El nuevo consumidor ha cambiado sus hábitos de consumo. Y los clientes en farmacia no son la excepción a este perfil más conectado que busca información del producto o servicio antes de adquirirlo. ¿Dónde? Visita Google, diferentes webs y lee opiniones de otros consumidores, y ya no sólo en lo que respecta al producto en sí; también sobre la calidad de la atención, la facilidad de pago o la eficacia del envío.

Si bien es cierto que los productos farmacéuticos tienen ciertas peculiaridades, aún con las características propias del sector, la oficina de farmacia tiene que adaptarse a esta nueva forma de consumir si su intención es mantenerse competitiva en el mercado.

Por esta razón le recomendamos que si lo que quiere es destacarse en el mercado, este es el momento para entender el comportamiento del cliente y ofrecerle las mejores experiencias para ganarse su confianza y fidelizarlo.

La gran mayoría de las veces el foco de las farmacias está en captar nuevos clientes, pero no han puesto en valor el gran potencial que existe en los que ya tienen.

3 consejos para mejorar la atención en la farmacia

- No descuide la experiencia del cliente, tanto en la venta presencial como online. Piense en cómo le gustaría ser atendido y aplique eso mismo en la atención de su cliente.

Los detalles hacen la diferencia, por lo tanto, analice y mejore dentro de sus posibilidades todos los factores que puedan ofrecer la mejor experiencia posible.

- Aproveche y administre todos los datos que tiene para categorizar a su clientela, segmentándolos según su comportamiento de compra.

Esta segmentación le permitirá realizar una comunicación mucho más eficiente, dirigiendo el contenido relevante a las personas de un determinado perfil.

- Apueste por la comunicación multicanal y apóyese en el envío de email marketing (o SMS por ejemplo).

Le ayudará a nutrir la relación con sus clientes, si la comunicación está dirigida según el perfil y preferencias de sus clientes.



¿Se puede abonar indemnización junto con la carta de despido?

El despido es la decisión unilateral del empresario de acabar con la relación laboral que mantiene con un trabajador o con varios. Este, junto a la finalización del contrato temporal, son las causas más frecuentes de la extinción de la relación laboral.

Como todos sabemos, comunicar un despido es una situación desagradable, tanto para el trabajador, como para el responsable que comunica la decisión extintiva, y por ello es importante que quien lo realice gestione adecuadamente su comportamiento y sentimientos a la hora de comunicar la decisión, y por supuesto, conozca bien el proceso, porque de no hacerlo correctamente, podría tener consecuencias para la empresa.

En las grandes empresas o compañías quien comunica este tipo de decisiones normalmente es un departamento de recursos humanos que, posiblemente no haya tenido nunca contacto con el trabajador en cuestión, pero en las Oficinas de Farmacia, quien debe realizarlo es el Titular de la misma, el cual ha tenido un contacto directo, y sabemos que no es una tarea fácil.

A fin de aclarar el procedimiento, vamos a empezar por el principio, valga la redundancia.

Existe cierta confusión entre los tipos de despidos existentes; despidos procedentes, disciplinarios, improcedentes... vamos a tratar en este artículo de solventar las dudas.

Actualmente sólo existen 3 tipos de despidos, cada uno de ellos es derivado de causas diferentes y según la causa, el despido lleva aparejada indemnización o no:

- **Despido disciplinario.** Viene derivado por un **incumplimiento grave y culpable del trabajador**, el cual ha incumplido sus obligaciones laborales. Este despido no lleva aparejada ninguna indemnización siempre y cuando sea calificado con posterioridad como procedente. El Convenio de Oficinas de Farmacia dispone la necesidad de realizar el despido mediante la apertura y

conclusión de un **expediente sancionador**.

- **Despido objetivo.** Es un despido derivado a **causas no imputables al trabajador, sino que se produce por causas derivadas del funcionamiento o solvencia de la empresa.**

Es por ello que lleva aparejada una indemnización de 20 días por años trabajado con un máximo de 12 mensualidades. Esta indemnización deberá ser abonada de manera obligada junto con la carta de despido, de no ser así el despido será calificado con posterioridad como improcedente. Además se deberá conceder al trabajador un preaviso de 15 días o bien abonarlos junto al documento de saldo y finiquito.

- **Despido colectivo, (ERE).** Es la extinción de la relación laboral por motivos no imputables al trabajador. Las causas del despido son idénticas a las del despido objetivo, con la salvedad de que debe afectar a un número de trabajadores igual o superior al previsto en la ley, (art 51.1 ET), y cuya afectación se produzca en un periodo de 90 días. Lleva aparejado una indemnización y preaviso análogo al mencionado en el despido objetivo.

Cabe añadir que los trabajadores que hayan sido despedidos, independientemente del tipo y causa del despido, podrán acceder a su prestación por desempleo.



Despidos procedentes, improcedentes o nulos

Como hemos visto sólo existen 3 tipos de despidos. Es la futura calificación que se haga de los mismos, en caso de que el trabajador impugne la decisión extintiva, la que da lugar a la calificación del despido como procedente, improcedente, o nulo.

Dicha calificación por el órgano judicial tiene diferentes consecuencias:

- **Si el despido efectuado se califica por el juez como procedente**, este será ajustado a derecho y realizado de manera correcta. No habrá ninguna consecuencia para la empresa, pero tampoco para el trabajador, porque recordemos que en la jurisdicción social no suele haber condena en costas.
- **Si el despido se califica como improcedente**, se entiende que no es ajustado a derecho, bien porque no se han cumplido los requisitos para efectuar el despido, o bien porque las razones alegadas no son justificativas del mismo.

En este caso **la consecuencia para el empleador es que deberá abonar una indemnización correspondiente a 33 días por año trabajado con un máximo de 24 mensualidades**, (si la relación laboral se inició antes del 12 de febrero de 2012, deberá abonarle 45 días por año trabajado con un máximo de 42 mensualidades hasta el día 12 de febrero de 2012, y de 33 días por año con un máximo de 24 mensualidades desde esa fecha en adelante, prorrateándose por meses los periodos de tiempo inferiores a un año), o bien, **deberá readmitir al trabajador en un plazo de 5 días tras la notificación de la sentencia y abonando los salarios dejados de percibir desde la fecha en que se efectuó el despido**.

La decisión de readmitir o indemnizar le corresponde al empleador, a no ser que el trabajador tenga la condición de representante de los trabajadores o delegado de personal, en este caso la decisión corresponderá al propio trabajador.

- **Si el despido es calificado como nulo**, se entiende que el despido ha sido como consecuencia de una decisión discriminatoria o vulnerando derechos fundamentales del trabajador. La consecuencia de esta calificación es la readmisión inmediata del trabajador abonándole los salarios dejados de percibir, y en algunas ocasiones se puede percibir una indemnización por daños y perjuicios ocasionados, aunque no es lo habitual. El trabajador estará obligado a regresar a su puesto de trabajo, de no hacerlo perderá los salarios de tramitación. Lo más habitual es que se incorpore y posteriormente presente una baja voluntaria para tener derecho a los mismos.

¿Qué ocurre se se pacta una indemnización con el trabajador?

Tras la impugnación del despido, si ambas partes así lo quieren, siempre se puede llegar a un acuerdo en cuanto a la cantidad indemnizatoria reclamada por el trabajador antes de la calificación final del despido efectuada por el juez. Esta indemnización no se podrá abonar sin que medie un pacto por escrito homologado por el Servicio de Mediación Arbitraje y Conciliación, (SMAC), o sin un acuerdo homologado por el juzgado correspondiente.

El motivo por el cual hay que realizarlo de esta manera es garantizar que la indemnización abonada esté exenta de tributación para las partes, así como garantizar a las mismas que no se vaya a poder reclamar con posterioridad futuras cantidades derivadas de la relación laboral.



Asociación Madrileña de Asesores de Farmacia



La Asociación Madrileña de Asesores de Farmacia (AMAF) es una entidad sin ánimo de lucro, constituida por profesionales acreditados y de larga experiencia en el asesoramiento de Oficinas de Farmacia y que lo llevan a cabo sobre casi el 65% de las farmacias madrileñas. Sus fines, entre otros, la representación, defensa y promoción de los intereses económicos, sociales, profesionales y culturales de los asesores de Oficinas de Farmacia, así como la atención de las necesidades de información, formación, asesoramiento, investigación y perfeccionamiento de sus miembros, estudiando y divulgando cuantos temas pudieran afectar a este colectivo social y a sus afiliados. Además, lleva a cabo actividades de formación, investigación y desarrollo de programas que mejoren el asesoramiento profesional a las Oficinas de Farmacia.