

Recibos B2B frente a CORE, ¿cuál conviene más a la farmacia?

■ Las farmacias tienen el derecho a elegir la modalidad de pago y los proveedores no pueden imponer un sistema

ÁNGELA DERUEDA
Madrid

Las oficinas de farmacia desarrollan en su día a día a numerosos trámites y la facturación puede generar dudas. Pues bien, para la domiciliación de los recibos se utilizan habitualmente dos sistemas: B2B o CORE, sin embargo la puesta en práctica de uno u otro no es baladí, y puede ahorrar alguna sorpresa desagradable a la botica a la hora de revisar las cuentas.

En el caso de que un proveedor aparezca en la botica con una orden de domiciliación B2B y dice al boticario que la firme, ¿está el farmacéutico obligado a hacerlo?, la respuesta es que no. El farmacéutico está en su derecho de no hacerlo, y por lo tanto, de elegir la modalidad de pago. Así lo han trasladado a sus asociados organizaciones como la Federación de Asociaciones de Farmacias de Cataluña (Fefac), que ha enviado a sus miembros la aclaración correspondiente.

En esta línea, EG ha consultado con Asefarma, asesoría especializada en farmacias, para comprender qué supone cada uno de los sistemas en la gestión de la oficina de farmacia. En primer lugar, hay que distinguir ambas modalidades.

Tanto el B2B como el CORE son recibos domiciliados a la cuenta del cliente. Con la entrada en vigor de la normativa europea y como modo de unificar los métodos de pago dentro de la UE, se pusieron en marcha estos dos tipos de domiciliaciones. Así lo explica Isabel Aragón, responsable del departamento de Administración de Asefarma.

De este modo, por un lado, la orden de domiciliación B2B sólo ha de entenderse como un acuerdo comercial que se produce entre empresas o autónomos. A simple vista, explicado de forma sencilla, sería un acuerdo que posibilitaría a los almacenes su utilización con las oficinas de farmacia, —puesto que ambos son empresas o autónomos—, sin embargo, éstas tienen el derecho a elegir una modalidad de pago diferente.

Lo que interesa a la botica es que el B2B es un acuerdo que, —a priori— sólo beneficia al proveedor (en este caso, los proveedores, dado que con este sistema, el cliente, es decir, la farmacia, sólo contaría con 2 días para su devolución. Sin embargo, lo que ocurre con el sistema CORE, es que se dispone de hasta 8 semanas para hacerlo. Mientras que el B2B a partir del tercer día es irrevocable, y por lo tanto, resulta imposible la devolución del recibo.



El recibo B2B es irrevocable desde el tercer día y, por lo tanto, resulta imposible la devolución del recibo, mientras que el plazo para devolver los recibos CORE es de 8 semanas, lo que amplía el plazo de respuesta del farmacéutico.

Como explican desde Asefarma, la farmacia sólo estará obligada a aceptar en su cuenta un recibo B2B si previamente ha firmado la autorización para que así se haga. De este modo, en el caso de que existiese algún tipo de controversia comercial —y la farmacia no llegase a un acuerdo con el almacén—, las devoluciones deberían reclamarse mediante mandato judicial.

Aunque antes de llegar a ese punto, para evitar problemas, la farmacia debe tener en cuenta que el B2B siempre deberá estar firmado por el titular. Y, mediante la firma, la botica presta su consentimiento al proveedor para utilizar ese sistema de cobro.

En definitiva, se recomienda comprobar siempre que la orden de adeudos que envía el proveedor no es una orden B2B. Y en ese caso, hay que tener en cuenta que el plazo de devolución de estos recibos sólo durará 2 días, (mientras que los CORE es de 8 semanas), esto limita el tiempo de respuesta del cliente —en este caso, la farmacia—.

En caso de que un almacén fuera proveedor único de la botica en un determinado producto y exigiese el pago del recibo por B2B, la recomendación de Asefarma es que siga adelante, eso sí, que revise la cuenta bancaria a diario, ya que sólo dispone de 2 días si quiere devolver el recibo.

El COF de Ciudad Real renueva su página web

EL GLOBAL
Madrid

El Colegio de Farmacéuticos de Ciudad Real ha renovado su página web, un espacio que incorpora como principales novedades un blog de información sanitaria y una plataforma de formación online.

Con el blog el Colegio viene a completar el catálogo de herramientas de comunicación digital dirigida a todo tipo de soportes. Así, además de la nueva web, las redes sociales Facebook y Twitter, se une ahora este nuevo espacio, que según comenta el presidente colegial, Francisco José Izquierdo, nace “como un foro didáctico de información sanitaria y de consulta para la población”.

“Vamos a intentar resolver dudas sobre síntomas menores como dolor, estreñimiento o diarrea, uso de medica-

mentos y dispositivos, sobre alimentación, dermocosmética o bien otros temas de salud que puedan ser de interés para la población, haciendo educación sanitaria”, explica.

Los tres primeros “posts” del blog han abordado la legionelosis; dejar de fumar, un propósito de año nuevo, y preguntas frecuentes sobre la enfermedad del virus del Zika.

La nueva web, por otro lado, permite una navegación muy intuitiva gracias a la organización de los distintos enlaces. Así, en la página de inicio aparece la sección de noticias, que se va actualizando regularmente. Encontramos también tres accesos: uno al área del Colegio, otro a Ciudadanos y un tercero para colegiados, éste último restringido.

Esta web cuenta con una plataforma de formación online, para facilitar a los colegiados el acceso a las actividades formativas



La nueva página del colegio incluye un blog con información sanitaria y una plataforma de formación online, así como con enlaces al blog de Sigre o asociaciones sin ánimo de lucro.

En la nueva web, también se puede acceder con sólo un clic a información de mucha utilidad como farmacias de guardia, bolsa de trabajo, agenda de actividades o una ventanilla única para realizar los trámites del propio colegio de fármacos.

La página dedica un espacio al Blog corporativo de Sigre, el sistema de recogida selectiva de envases de medicamentos. Además cuenta con enlaces a las organizaciones sin ánimo de lucro FarmaMudi, Farmacéuticos sin Fronteras y Unicef.