

Asefarma previene a las oficinas de farmacia de las dificultades de constituir una sociedad

■ El hecho de que la responsabilidad sea limitada y que el tipo impositivo sea fijo no asegura que sea más beneficioso

MARTA RIESGO
Madrid

Son muchos los farmacéuticos que se plantean la constitución de sociedades limitadas para la venta de productos de parafarmacia en busca de una mayor rentabilidad. Sin embargo, y tal como apuntó Alejandro Briales, director técnico de Asefarma y responsable del departamento Fiscal de la asesoría, en una jornada celebrada el pasado martes sobre fiscalidad en la farmacia, "siempre hay que pararse a estudiar cada caso concreto. No podemos decir a la ligera que constituir una sociedad limitada siempre es rentable, porque no es así". De este modo, Briales insistió que el hecho de que la responsabilidad sea limitada (al contrario de lo que ocurre a los farmacéuticos, que han de tributar en el IRPF), que el tipo impositivo sea fijo (frente a la progresividad de la tarifa del IRPF), no implica que en todos los casos sea más beneficioso constituir una sociedad.

Entre los requisitos que ha de cumplir la botica para plantearse constituir una sociedad limitada, el director técnico de Asefarma destacó el hecho de que las ventas de productos de parafarmacia superen los 400.000 euros. Además, la farmacia debe tributar a un tipo medio muy elevado que supere el 30 por ciento y la venta de parafarmacia debe representar un porcentaje muy importante de las ventas de la oficina de farmacia.



El responsable fiscal de Asefarma, Alejandro Briales, repasó en una jornada sobre fiscalidad en la farmacia los beneficios y dificultades de constituir una Sociedad Limitada para la venta de productos de parafarmacia.

Asimismo, Briales insistió en la necesidad de que el farmacéutico no necesite los beneficios de la sociedad limitada para devolver créditos personales. En cuanto a los requisitos en el local, destaca la necesidad de tener un espacio dedicado a la parafarmacia de aproximadamente 12 ó 15 metros cuadrados con un total mínimo de 87 metros. Igual-

mente, debe tener un mostrador independiente con separación física de productos y un acceso independiente si fuera posible. Por otro lado, es fundamental tener como mínimo un trabajador en nómina.

En cuanto a la gestión de los beneficios obtenidos con la sociedad, Briales recomienda "invertir estos en la socie-

dad limitada para no volver a tributar". En este sentido, recordó que el rescate de los beneficios vía dividendos vuelve a tributar del 21 al 27 por ciento y si se rescatan vía nómina o factura no tributan en la sociedad limitada al ser gasto, "pero vuelve a incrementarse el tipo marginal". De igual modo, alertó de la necesidad de ingresar todo lo que se vende, y recordó que, al formarse una sociedad, debe realizarse la declaración trimestral del IVA.

Así, aclaró que "habría que estudiar con detenimiento cada caso concreto y después ver si realmente compensa". Constituir una sociedad, dijo, "implica contar con una estructura determinada y que ésta funcione de verdad, evitando en cualquier caso la creación de lo que se denominan 'sociedades pantalla'".

Declaración de la renta

Durante la jornada de fiscalidad organizada por Asefarma también se realizó un breve repaso a las novedades que el profesional farmacéutico debe tener en cuenta a la hora de cumplimentar su declaración de la renta. De este modo, el director técnico de la asesoría recordó las medidas anunciadas por el Gobierno como la deducción por inversión de beneficios (Ley de Emprendedores), el nuevo incentivo fiscal al inicio de actividades económicas o la reducción del rendimiento neto de las actividades económicas por mantenimiento o creación de empleo, entre otras.

Ratiopharm presentó un innovador portal de clientes más interactivo

M.R.
Madrid

Ratiopharm presenta un nuevo portal de clientes. Se trata de una innovadora herramienta de gestión diferenciada, a través de la cual los profesionales sanitarios podrán realizar y consultar los pedidos *online*, gestionar las facturas, comunicarse con los servicios de atención al cliente y descubrir las últimas novedades de la compañía. Con la creación de este nuevo espacio, Ratiopharm hace más accesible sus innovadoras iniciativas "Más ratio que nunca", abriendo un canal más de interacción directa con el profesional farmacéutico.

Para explicar el funcionamiento de esta plataforma, Ratiopharm reunió a cientos de farmacéuticos en diferentes

provincias españolas al mismo tiempo y, a través de una retransmisión vía satélite, en formato de programa televisivo, con conexión en diferentes ciudades, explicó las novedades de este nuevo portal. A este respecto, cabe destacar que la sesión contó con la participación de Pau García-Milà, cofundador de Bananity, IdeaFoster y eyeOS (adquirida recientemente por Telefónica), reconocido con el premio al Innovador del año 2011 por el MIT y nombrado por el World Business Forum como uno de los tres mejores ponentes (por delante de Tony Blair), que ofreció una peculiar visión de la innovación aplicada a la oficina de farmacia.

Basándose en su experiencia personal, García-Milà explicó la importancia de reflexionar, observar, escuchar y hacerse preguntas para tener ideas y,



Pau García-Milà, cofundador de Bananity, IdeaFoster y eyeOS; Javier García, director de Marketing de Ratiopharm; y Elena Jiménez, marketing manager de la compañía de genéricos.

por tanto, innovar. Además, destacó la necesidad de renovarse constantemente para no quedarse atrás.

Tras la intervención de este empresario, se realizaron conexiones con las ciudades de Barcelona, Valencia, Sevilla, Málaga, Zaragoza, La Coruña, Toledo, León y Valladolid, desde donde más de

500 farmacéuticos pudieron realizar preguntas al ponente. Por su parte, Javier García, director de Marketing de Ratiopharm, y Elena Jiménez, marketing manager de la compañía, fueron los encargados de presentar el programa y de mostrar el nuevo portal a los farmacéuticos asistentes.