

Mochilas, disfraces, fruta... se venden y anuncian sin encaje legal

Este tipo de productos no tienen hueco legal dentro de la definición de farmacia como establecimiento sanitario, ni con las funciones y servicios que la normativa les reserva, pero se publican en Instagram

ALICIA SERRANO

alicia.serrano@unidadeditorial.es

En botica solo se pueden vender medicamentos, productos sanitarios y parafarmacia, pero la realidad es otra: "Algunas farmacias también comercializan disfraces, juguetes, refrescos, quitamanchas, detergente para lavadora, naranjas y aceite de oliva, entre otros productos, y los publican en sus cuentas de Instagram", explica a CF Ana Sarmiento, socia-abogada de TSL Consultores.

Añade que las normas que regulan estos aspectos son autonómicas y que no prohíben expresamente la venta de estos artículos. "Por ello se venden. Galicia, no obstante, es una excepción, ya que su nueva ley de ordenación farmacéutica prohíbe expresamente la venta de todo aquello que no sean fármacos, productos sanitarios o parafarmacia", asegura.

Cada autonomía tiene su propia ley de ordenación farmacéutica, en la que se definen las funciones y servicios de la botica. "Si hacemos una interpretación en conjunto de la normativa y aplicamos el sentido común, podemos concluir que la venta de disfraces, detergentes y suavizantes no tiene encaje legal en las diferentes funciones y servicios que puede ofrecer la botica", afirma Adela Bueno, responsable del Departamento Jurídico de Asefarma. Estos productos -añade la abogada- no tienen nada que ver con la definición de farmacia ni con las funciones y servicios que la normativa reserva a estos establecimientos sanitarios.

Por su parte, Rosa Blanco, abogada del Departamento Jurídico y de Transmisiones de Orbaneja, apunta "que no son productos que tengan ninguna finalidad para potenciar, proteger y reparar la salud, y que por lo tanto no deberían ser objeto de



Instagram: aquí hay de todo, como en botica. No son la mayoría, pero cada vez son más las farmacias que incluyen en sus *stories* de Instagram que venden artículos que no son medicamentos, productos sanitarios o parafarmacia. También hay otras que no lo publicitan, pero que llevan años vendiendo refrescos, caramelos, juguetes y fruta. Los expertos consultados por CF aseguran que para cumplir con la ley y comercializar estos productos habría que escindir parte del local en una SL, pero hay que tener en cuenta que la Inspección no suele ver con buenos ojos la creación de este tipo de mercantiles.

dispensación en botica".

En este contexto, Isabel Marín, fundadora de Farmacia y Derecho, va incluso más lejos: "La oficina de farmacia es un establecimiento sanitario, de manera que lo que venda tiene que hacer referencia a beneficios para la salud. Esto no significa que pueda comercializar todo aquello que pueda justificarse como beneficioso. Así, un paquete vacacional

en un hotel con aguas termales o unas clases de yoga no serían susceptibles de comercializarse en un establecimiento de estas características, a pesar de que son ventajosos para la salud. Tampoco tendría sentido vender manzanas o naranjas".

QUÉ DICE LA NORMATIVA FISCAL

En este punto, además de tener en cuenta la norma-

tiva sanitaria, hay que echar un vistazo a la fiscal. "La actividad de farmacia está incluida en el IAE 652.1, que dice lo siguiente del Grupo 652.1. *Farmacias: se trata de un comercio al por menor de medicamentos, productos sanitarios y de higiene personal.* Aquí ya se limita lo que se puede vender. De hecho, todo lo que se comercialice fuera de estos grupos

debe hacerse bajo otro epígrafe fiscal, con una tributación acorde", dice Marín.

Pero a pesar de que chirría encontrar estos productos en los lineales de las farmacias, la necesidad siempre agudiza el ingenio, también en botica. "El escaso margen que obtienen de la venta de medicamentos y la dificultad de cobrar por servicios hacen que se busque en la venta de otros productos nuevas vías de negocio, en algunos casos incluso de subsistencia", señala Sarmiento.

Con este tipo de actuaciones, no obstante, se desnaturaliza el concepto de botica como establecimiento sanitario y espacio de salud, "así como el prestigio del farmacéutico como profesional sanitario", alerta Bueno.

UN 'VACÍO LEGAL' EN INSTAGRAM

¿Es posible publicitar en Instagram la venta de estos productos? (ver imágenes). El tema de la publicidad también está regulado autonómicamente. "En Madrid, por ejemplo, la farma-

cia tiene limitada la publicidad de sus servicios. En cualquier caso, no debería publicitarse la venta de productos ajenos al ámbito propio de la actividad farmacéutica", indica Bueno.

Pero tampoco hay que demonizar a Instagram, que se está convirtiendo en la red social por excelencia en la farmacia, centrándose mayoritariamente en la dermocosmética, productos infantiles y de higiene personal.

Desde un punto de vista fiscal, el titular sólo puede vender fármacos y productos sanitarios

"Los farmacéuticos que están muy presentes en esta red son muy defensores de la normativa sobre la dispensación de fármacos, y esa parte la reservan para el asesoramiento personalizado en la propia farmacia", señala Blanco.

EL CAJÓN DE SASTRE DE LA SL

Tener una sociedad limitada (SL) podría ser una solución para vender productos diferentes a los sanitarios y a los de higiene personal, "pero cualquier empresa que se quiera instalar dentro de la farmacia deberá tener autorización de Sanidad", recuerda Marín.

En el caso de que no se quiera pedir la autorización -añade la letrada-, habrá que tener en cuenta que una SL es una empresa diferente de la botica y que como tal debe estar separada de ésta, con la asignación de una zona física diferenciada, así como una contabilidad y personal también diferentes. "Además, las puertas de acceso deberán ser independientes y, en el caso de que se ocuparan metros de la farmacia, habría que hacer la correspondiente modificación en la consejería de sanidad".

En este aspecto, desde Gómez Córdoba no recomiendan crear una estructura de SL para la venta de productos de parafarmacia u otros ajenos al sector salud: "En los últimos años, las inspecciones de Hacienda han considerado este tipo de mercantiles como sociedades instrumentales y, por ende, negocios simulados", alertan.

Un 'influencer' puede decir qué fármaco toma

A.S. La farmacia no puede publicitar medicamentos, ¿pero lo pueden hacer personas ajenas al mundo sanitario? De un tiempo a esta parte, el sector se queja de la impunidad (y temeridad) de algunos *influencers* que recomiendan medicamentos de prescripción, como cremas antibióticas tras un *piercing*, en sus *stories* de Instagram.

"La ley solo prohíbe la publicidad por parte de

las farmacias y no regula sobre el resto de la ciudadanía", explica Rosa Blanco, abogada del Departamento Jurídico y de Transmisiones de Orbaneja. De hecho, según Ana Sarmiento, socia-abogada de TSL, el *influencer* podrá decir que ha tomado un fármaco, pero no recomendar su consumo".

No obstante, en el caso de que sea el farmacéutico el que publicite un medicamento, "se podría

considerar una infracción grave que lleva aparejada una sanción a partir de 3.000 euros", añade Blanco.

El problema es que la realidad va por delante del ordenamiento jurídico, "que no alcanza a regular al detalle cada nueva situación y provoca vacíos legales en los que se amparan estos *influencers*", asegura Adela Bueno, del Departamento Jurídico de Asefarma.