



www.aspime.es

GIRONA

C/industria, 12
17230 Palamós
Tel: 972601182

CASTELLON

C/ Villafames,24
12006 Castellón
Tel: 964270411

ALICANTE

Calderon de la Barca, 11.1º
03004 Alicante
Tlfno.620552505

MADRID

Capitan Haya, 1.Planta 15
28020 Madrid
Tel. 915554448

VALENCIA

C/S.Vicente Martir, 85 .8ª pl.
46007 Valencia
Tel. 963106147

BARCELONA

Plaza Catalunya, 9-1ª
08002 Barcelona
Tel. 934925700

BARCELONA

C/Vallespir, 19. Módulo 2
5ª planta. 08173 Sant Cugat del Vallés
Tel. 936920258

TARRAGONA

Rambla Nova 106 bis. Entlo
(Consorci Mercantil).
Tlf.977247120 .43001 Tarragona

GIRONA

Güell, 58. 17001.Girona
Edifici Cinc C. Negocis
Tlf. 972940940

Apreciado Cliente / Colaborador:

Retomamos despues del periodo estival, la actividad economica con la noble intencion de seguir siendo para nuestros clientes, la “caja de herramientas” en lo que a gestion economica de su empresa se refiere.

Dos son los asuntos que creemos estaran en el punto de mira los proximos meses, en primer lugar el contenido en materia empresarial de los futuros Presupuestos Generales del Estado para el año 2.011 y en segundo lugar la posible reforma del sistema de pensiones actual.

Los Presupuestos Generales 2011 podran ofrecernos la “hoja de ruta” de la fiscalidad a la que tendran que enfrentarse las empresas de nuestro pais el proximo año, por lo que sera de vital importancia conocer sus lineas maestras en los proximos meses. Esta informacion podra faciitar la toma de decisiones por parte de empresas y empresarios, originando economias de escala dependiendo del momento temporal en que han sido efectuadas.El proximo informe del Pacto de Toledo sobre la reforma de las pensiones, establecera un terreno de discusion sobre posibles modificaciones en la edad de jubilacion y años de cotizacion. Durante este ultimo cuatrimestre de 2010, se perfilaran las novedades para su aplicación en los proximos ejercicios.

Es nuestro deseo que en los ultimos meses del ejercicio, nuestros consejos le sirvan para ajustar al maximo la factura impositiva del año 2010, que tendra su reflejo efectivo en los proximos meses de junio y julio de 2.011.Quedamos a su entera disposicion

Un cordial saludo
Josep Maria Besalduch



Juan Antonio Sanchez



Xavier Besalduch



LAS CIFRAS DE LA CAMPAÑA DE RENTA 2009

La Agencia Tributaria ha abonado, a fecha de 30 de julio, 9.188 millones de euros a 13.151.898 contribuyentes que solicitaron una devolución en su declaración del Impuesto de la Renta de las Personas Físicas (IRPF) correspondiente al año 2009. Estas cifras suponen que se han realizado el 85,1% de las devoluciones solicitadas, cumpliendo así con el objetivo de realizar el 85% de las mismas antes del mes de agosto. En relación al año pasado por las mismas fechas, el importe devuelto se ha reducido un 7,7% y el número de contribuyentes a los que se ha reintegrado las cantidades solicitadas un 3,1%. Hay que tener en cuenta que, en línea con lo previsto, este ejercicio hay un menor número de contribuyentes con derecho a devolución y unas devoluciones menores por un ajuste mayor de las retenciones durante 2009.

Durante la Campaña de Renta 09 se han presentado 19.224.118 declaraciones de IRPF, de las cuales 15.311.043 millones solicitaron una devolución. Por lo tanto se ha sustanciado ya el 85,1% de las devoluciones solicitadas. Según el plazo legal la Agencia Tributaria tiene hasta final de año para realizar estas devoluciones, pero desde hace ya varios ejercicios se viene haciendo un importante esfuerzo de gestión para atender la mayoría de éstas lo antes posible.

INFORMACION Y ASISTENCIA

Durante la campaña, que abarca los meses de mayo y junio, y los quince días previos en los que ya se pueden confirmar borradores, se atendieron 8.560.517 llamadas a los números de información y asistencia, a una media

de más de 100.000 llamadas diarias, incluidos fines de semana.

También se atendieron 2.164.543 citas acordadas previamente para la realización y presentación de la declaración de IRPF tanto en las oficinas de la Agencia Tributaria como en las plataformas de Renta de los organismos colaboradores. La cifra es un 2,9% inferior a la registrada en la campaña del año pasado, principalmente por la no asistencia a la cita por parte de los contribuyentes. La Campaña de Renta 09 estaba planificada para conceder hasta tres millones de citas previas.

Por otra parte, este año se han remitido a los contribuyentes 21.589.510 borradores y envíos de datos fiscales, un 4,5% más que en 2009. En este ejercicio vuelve a haber más borradores y datos fiscales emitidos que número de declaraciones presentadas, lo que se explica porque las declaraciones pueden ser conjuntas y porque tanto los borradores como los datos fiscales se pueden solicitar aún cuando no hay obligación de declarar.

En la Campaña de Renta 2009 se han presentado 7.480.131 declaraciones de IRPF por Internet, lo que supone un incremento del 8,2% respecto al año precedente. Esto implica que sobre el total de declaraciones realizada, un 38,9% se han presentado por esta vía.

MODIFICACIÓN TIPOS IMPOSITIVOS DEL IVA

La Ley 26/2009, de Presupuestos Generales del Estado para 2010, modificó los tipos general y reducido del Impuesto sobre el Valor Añadido con efectos a partir del 1 de julio, de forma que el tipo general pasa del 16% al 18% y el tipo reducido pasa del 7% al 8%, sin que se haya producido

Aspime, S.L.

alteración alguna en relación con el tipo superreducido del 4% y con los tipos del recargo de equivalencia.

Así, en las autoliquidaciones de IVA, modelo 303, correspondientes a los períodos iniciados desde julio de 2010 (correspondientes al mes 07 ó al 3 T), se puede dar la situación de que en un mismo período de liquidación hayan de reflejarse operaciones gravadas según los nuevos tipos impositivos (18%, 8%) junto con otras devengadas en períodos anteriores y a las que les sean de aplicación los tipos vigentes hasta el 30 de junio (por ejemplo: supuestos de modificación de base imponible, regularización de ventas en régimen de viajeros, regularizaciones del artículo 89.5 LIVA, etc. a los que se les aplica los tipos del 7% ó 16%)

PLAN INTEGRAL DE PREVENCIÓN Y CORRECCIÓN DEL FRAUDE FISCAL, LABORAL Y A LA SEGURIDAD SOCIAL

Recientemente el Gobierno ha aprobado un Plan de acción contra el fraude en el cumplimiento de las obligaciones tributarias, laborales y de la Seguridad Social.

Este Plan, elaborado por la Agencia Estatal de Administración Tributaria, la Inspección de Trabajo y de la Seguridad Social y la Tesorería General de la Seguridad Social, se enmarca dentro de las líneas de actuación desarrolladas en los últimos años, que han alcanzado resultados positivos tanto en materia tributaria como en el ámbito de la Seguridad Social y viene a reforzar una colaboración que ya era significativa.

Se trata de un plan plurianual y estratégico para las tres entidades, que, en el caso de la Agencia Tributaria, desarrolla y se inscribe en la estrategia ya definida en el Plan de Prevención del Fraude Fiscal aprobado en 2005 y posteriormente actualizado en 2008.

El nuevo Plan Integral supone un importante paso adelante en el doble objetivo de prevenir y perseguir la economía irregular y el trabajo no declarado facilitando su afloración. Se trata de un plan coordinado en el que se recogen tanto las medidas que los tres organismos van a realizar conjuntamente, como aquéllas que deben, en el ejercicio de sus competencias, llevar a cabo de forma individual.

Es un plan integral no sólo en el sentido de abordar el fenómeno del fraude en sus diferentes facetas fiscal, laboral y a la Seguridad Social, sino también porque las medidas que pretende desarrollar van desde el fomento del cumplimiento voluntario hasta medidas de apoyo o formativas, pasando por un bloque principal de medidas de control de las áreas de riesgo, que permitirán corregir las conductas fraudulentas detectadas.

El Plan Integral de Prevención y Corrección del Fraude se basa en tres nuevos instrumentos: el uso compartido de la información disponible en los tres organismos, el diseño de las actuaciones conjuntas y en una actuación más coordinada en la recaudación de los tributos y de las cotizaciones sociales.

EL SUPREMO CONFIRMA LA NULIDAD DEL CONVENIO DE LA FARMACIA

La Sala Cuarta (de lo Social) del Tribunal Supremo, en sentencia de 13 de julio de 2010 (Recurso de Casación Ordinaria 112/2008), de la que ha sido Ponente la Excm. **Sra. María Luisa Segoviano Astaburuaga**, ha confirmado la sentencia de la Audiencia Nacional de 8 de julio de 2007 por la que se declaró el derecho de la Federación Nacional de Oficinas de Farmacia (Fenofar) a formar parte de la mesa negociadora del Convenio Colectivo Nacional de Farmacia y la nulidad del denominado XXIII

Aspime, S.L.

Colectivo Marco para Oficinas de Farmacia como convenio colectivo estatutario de eficacia general.

El pleito comenzó mediante demanda por la que Fenofar solicitaba que fuese reconocido su derecho a formar parte de la Mesa Negociadora del Convenio Colectivo de Farmacia y, en consecuencia, se ordenase el inmediato cese de las negociaciones llevadas a cabo por las demandadas en el marco del Convenio Colectivo de Farmacia, anulándose, en su caso, los posibles acuerdos que se alcanzasen.

La Audiencia Nacional estimó la demanda al entender que Fenofar ostentaba legitimación inicial para negociar el convenio y, por haber sido excluida esta organización de la negociación, declaró la nulidad del denominado XXIII Colectivo Marco para Oficinas de Farmacia como convenio colectivo estatutario de eficacia general.

Contra dicha decisión recurrió la Federación Empresarial de Farmacéuticos Españoles (FEFE) habiéndose desestimado su recurso al considerarse acreditado que Fenofar ostenta legitimación inicial para negociar al formar parte de dicha asociación al menos el 10% de los empresarios comprendidos en el ámbito de aplicación del Convenio y, además, que dichas empresas ocupan al menos el 10% de los trabajadores afectados por aquel, tal y como se exige por el artículo 87.3 del Estatuto de los Trabajadores.

GOLPE A LA PUBLICIDAD EN INTERNET

A las agencias de protección de datos europeas no les gusta que las empresas de marketing rastreen lo que hacen los ciudadanos en Internet. En un informe publicado el mes de junio recuerdan que la nueva directiva europea sobre

privacidad exigirá el consentimiento expreso e informado del internauta para ser rastreado. Aunque quedan dos años para que cada país transponga la norma comunitaria, expertos y representantes del sector publicitario alertan de que esta exigencia acabará con la publicidad en la Red y, con ella, pondrá en aprietos el desarrollo de la propia Internet.

El Grupo de Trabajo Artículo 29 (GT29), que reúne a las autoridades nacionales de protección de datos europeas, publicó una opinión aclarando algunos aspectos de la nueva normativa sobre privacidad aprobada en diciembre pasado. Su informe, que deberá ser tenido en cuenta por cada país a la hora de adaptar la directiva, se centra en la publicidad basada en la conducta. Este tipo de marketing se basa en el rastreo continuo de lo que hacen los internautas mientras navegan. Sabiendo qué páginas visitan, los publicistas pueden mostrarles anuncios segmentados según el perfil del usuario.

Los navegadores instalan por defecto estos programas en el ordenador

A diferencia de la publicidad en televisión, que como mucho puede mostrar diferentes anuncios según la zona geográfica, la publicidad conductual afina hasta el punto de ofrecer anuncios personalizados. Esto significa que el marketing online es el más efectivo de todos.

Para conseguir la magia de mostrar anuncios que coinciden con lo que le gusta al que los ve, las empresas usan unos pequeños archivos llamados *cookies*. Cuando un internauta visita una página por primera vez, esta instala en el ordenador del visitante varios de estos archivos. También lo hacen todos los anunciantes que haya en la web. Un solo sitio puede llegar a instalar en el ordenador personal decenas de rastreadores.

Aspime, S.L.

Sin consentimiento

El usuario deberá saber qué graba una 'cookie' y por cuánto tiempo

Las *cookies* recogen información del equipo, como su sistema operativo o su navegador, graban la hora a la que se entró en determinada página, desde dónde viene el internauta y a qué página se dirige. En realidad, graban lo que quiera grabar el que la ha instalado. Cuando se vuelve a visitar el sitio, este busca en la *cookie* toda la información, actualizándola. Esto permite saber quién es el visitante sin necesitar de conocer su identidad.

Como denuncia Protección de Datos, tres de los cuatro navegadores más usados vienen configurados por defecto para que el ordenador acepte toda *cookie* que le llegue. Aunque en sus versiones más actuales existe un sistema para navegar en modo sin *cookies*, el GT29 destaca que el usuario medio no cambia a esta modalidad más discreta de navegación.

Esta inacción está siendo aprovechada por los anunciantes como si fuera una barra libre. Sin embargo, como aclara el GT29 en su nota, *"no cambiar la configuración que viene por defecto no puede ser considerado, en la mayoría de los casos, como un consentimiento válido del usuario"*.

"El 98% de Internet se apoya en la publicidad, y esta necesita 'cookies'"

La legislación anterior sólo exigía a los dueños de estos archivos el deber de informar a los internautas, lo que solventaban incluyendo una nota en su propia web. La nueva directiva, según aclaran las agencias de protección de datos, introduce *"la obligación de obtener el consentimiento informado de los usuarios antes de instalar"*

dispositivos como cookies" en sus ordenadores.

Como explican desde la Agencia Española de Protección de Datos, no basta con que el internauta haga *click* en una ventana de confirmación. El GT29 dispone que habrá que informarle antes de que se le instale un dispositivo de rastreo, explicando qué se va a grabar, por cuánto tiempo y habilitando un sistema de revocación de la autorización.

Publicidad o comunicación

Estos archivos de texto han conseguido algo impensable antes: convertir a la publicidad en comunicación, puesto que permiten que vaya en sintonía con los intereses del usuario. La consecuencia lógica es que provoca una mayor efectividad de los anuncios. Si a esto se une el hecho de que los españoles ya pasan más tiempo navegando que ante el televisor, y que las horas pasadas en Internet a la semana superan las dedicadas a la prensa y la radio, se explica el temor de la industria de la publicidad online a esta nueva normativa europea.

Por esta razón, este sector propone un acercamiento más gradual al problema. Frente a la exigencia de que el usuario dé su consentimiento, apuestan por habilitar un sistema para que los que no quieren recibir *cookies* puedan apuntarse a una lista de exclusión. Este método, implantado en EEUU, ya funciona en Reino Unido, donde las principales empresas de Internet cuentan con un sitio donde decir no a las *cookies*.

El profesor de *eMarketing* de la IE Business School Manuel Alonso Coto está convencido de que, de aprobarse la necesidad de un consentimiento previo, expreso e informado, *"provocaría una involución"*. Alonso recuerda que la

Aspime, S.L.

mayoría de los usuarios no tiene un conocimiento avanzado y diría no a todo. Una posible consecuencia de imponer esta opinión sería la desaparición de muchos servicios de la Red. Como dice Alonso, *"Internet no puede seguir siendo gratis si no se puede apoyar en la publicidad y, al final, cerrarán sitios"*, concluye.

momentos en pleno proceso de instalación de 14 cámaras que van a servir para vigilar el tráfico en la zona peatonal del centro.

VIGILADOS POR LAS CÁMARAS

EL 30 de junio del año pasado la Agencia de Protección de Datos tenía registrada la existencia de 427 ficheros de videovigilancia en la comunidad autónoma extremeña. Doce meses después, en la misma fecha de este 2010, son 929 los que figuran en ese registro, de manera que en tan solo un año las solicitudes casi se han duplicado. Cada fichero se corresponde con la existencia de, al menos, una cámara, aunque puede que abarque más; por ejemplo, una gran superficie comercial puede solicitar un registro pero para distribuir varias entre todo el espacio que ocupa.

Comercio, hostelería y comunidades de propietarios son, por este orden, quienes más incorporan esta técnica. Lo propician la inseguridad que crean robos, aumento de pequeños hurtos y vandalismo.

Se trata de los motivos que aducen los particulares que han decidido incorporar la videovigilancia a sus negocios o domicilios, tanto unifamiliares como comunidades de vecinos. El privado se ha convertido en el sector que presenta el mayor número de solicitudes, aunque la administración pública y los organismos oficiales las van incorporando cada vez con más celeridad.

En Mérida, por ejemplo, el Ayuntamiento anda metido en estos



Noticias Aspime

- ASPIME participa dentro del grupo de trabajo que ha elaborado el Informe EL FUTURO DE LA OFICINA DE FARMACIA AÑO 2.010-2014. Dicho estudio, realizado a iniciativa del Colegio Oficial de Farmaceuticos de la Comunidad de Madrid, Adefarma y Laboratorio Esteve fue presentado ante los medios de comunicación el pasado 24 de mayo.
 - ASPIME formara parte por cuarto año consecutivo del profesorado del Master en Gestion de la Oficina de Farmacia 2.010-2011, organizado por el Colegio Oficial de Farmaceuticos de Barcelona. Como en anteriores ediciones, impartiremos los modulos de fiscalidad y recursos humanos. Para mas informacion consultar <http://www.aspime.es/asesoramiento/MGOF%20VI%20Edicion%20COFB%202010%202011.pdf>
 - ASPIME impartira por tercer año consecutivo durante el proximo mes de noviembre, el curso “Fiscalidad de la oficina de Farmacia 2010”, organizado por el Colegio Oficial de Farmaceuticos de la Comunidad de Madrid. Asimismo, tambien se celebraran dos jornadas de fiscalidad, que versaran sobre la optimizacion fiscal de 2010 y sobre las novedades fiscales 2011 y su aplicación a la oficina de farmacia.
 - ASPIME colabora con MEDIFORMPLUS, impartiendo una serie de sesiones formativas durante los proximos meses de octubre y noviembre de 2.010 en Madrid y Barcelona.
 - Mantenemos nuestra actividad editorial con las principales publicaciones especializadas de nuestro pais : CORREO FARMACEUTICO, EL FARMACEUTICO, FARMACIA PROFESIONAL, IM FARMACIAS, etc. Recientemente y publicado por el diario LA VANGUARDIA (29 agosto 2010) nuestra firma aparece como uno de los expertos consultados para analizar la situacion economica actual de la oficina de farmacia. Mas informacion en <http://www.aspime.es/asesoramiento/ASPIME%20en%20LA%20VANGUARDIA.29%20agosto%202010.pdf>
- Le recordamos que hemos incluido en nuestra pagina web www.aspime.es, un apartado bolsa de trabajo, para que usted pueda gratuitamente incluir sus demandas de empleo. Tambien podra usted encontrar todas las noticias de actualidad empresarial en nuestra web. Dentro del apartado “Informamos”, “Revista de Prensa”



Colegio Economistas



Col. Graduados Soc.



Colegio Abogados



Federación Asesores Fiscales