

Resumen de Contenidos

- Campaña Renta 2020
- Novedades en los planes de pensiones en 2021
- 6 pasos clave para empezar a digitalizar su farmacia
- Salario flexible en las farmacias: pagar lo mismo pero pagar mejor

Campaña Renta 2020

Con la llegada de la primavera comienza la tan esperada campaña de la declaración del Impuesto sobre la Renta del ejercicio 2020. Concretamente, se inicia el **próximo 7 de abril** para las presentaciones por Internet y acabará el **30 de junio**, salvo que realice la declaración por teléfono o presencialmente para lo que tendrá que esperar hasta el 6 de mayo y el 2 de junio, respectivamente. El último día para presentar las declaraciones es el 30 de junio, si bien, el 25 de junio finalizará el plazo si el resultado es a ingresar mediante domiciliación bancaria.

Legislativamente hablando, este año no ha habido grandes novedades fiscales, por lo que la campaña de renta está en la misma línea que las anteriores. Como ocurrió en el ejercicio anterior, Hacienda exige cada vez más detalle en los datos a cumplimentar en la declaración, especialmente en los Rendimientos de Actividades Económicas y en los Rendimientos de Capital Inmobiliario.

Centrándonos en el primer apartado señalado, Rendimiento de Actividades Económicas y para el caso de los empresarios en régimen de estimación directa, tanto simplificada como normal, como es el caso de los titulares de oficina de farmacia, recordamos que el desglose de información debe de ser cada vez más completo detallándose, por ejemplo, lo siguiente:



- **Ingresos:** habrá que sumar los ingresos netos de la explotación; las subvenciones; el autoconsumo y la variación de existencias cuando hay un aumento de las mismas al final del ejercicio.

Pero sin lugar a dudas debemos resaltar que dentro del apartado de ingresos, y para el caso de los empresarios que tributan en el régimen especial de recargo de equivalencia, como son los farmacéuticos, se debe incluir el IVA devengado, existiendo una casilla específica a cumplimentar.

- **Gastos:** se debe desglosar con detalle los gastos deducibles, como los gastos de personal suministros, reparaciones, seguros, gastos financieros, etc, y la variación de existencias si estamos ante disminución de existencias finales.

Por supuesto, y para los contribuyentes sujetos al régimen especial de recargo de equivalencia, hay que deducirse el IVA soportado en todos aquellos gastos en los que se repercute el mismo. Es decir, si nos estamos imputando el ingreso del IVA repercutido, también nos estamos deduciendo el IVA soportado.

En cuanto a los rendimientos de capital inmobiliario, por su parte, los contribuyentes que declaran este tipo de rendimientos por tener algún inmueble alquilado ya sea vivienda o local, también deben desglosar con más detalle sus gastos, informando de los seguros o los gastos de comunidad, por ejemplo. Y en el caso de las amortizaciones, además, deben detallar cómo las han calculado (incluyendo información sobre valores catastrales, valor y fecha de adquisición, título de adquisición, mejoras realizadas, etc.). En este tipo de rendimientos, además, hay que consignar el NIF de los proveedores de algunos gastos (de formalización del contrato, obras, conservación, reparación, mejoras, servicios de defensa jurídica, etc.), así como su importe ya que, según Hacienda, al facilitar esta información, los arrendadores agilizarán la tramitación de las devoluciones de IRPF a las que tengan derecho y reducirán el número de requerimientos.

Por lo tanto lo principal para que el farmacéutico optimice su declaración es que tenga en cuenta los gastos relacionados con su actividad que puede deducirse para calcular el rendimiento neto, como ya hemos comentado.



Por último, y para que la declaración sea óptima, es conveniente hacer un repaso a una serie de circunstancias o hechos acontecidos durante el año:

- Marcar correctamente la casilla de tributaria en criterio de devengo o criterio de caja.
- Subvenciones recibidas
- Contabilización del fondo de comercio
- Comprobación del cobro anticipado de la deducción por maternidad o por familia numerosa, así como la fecha de caducidad del título de familia numerosa para comprobar que sigue vigente.
- Comprobación de la fecha de caducidad del título de familia numerosa para comprobar que sigue vigente.
- Compensación con las posibles bases imponibles negativas de ejercicios anteriores.
- Deducciones por donativos realizados a Fundaciones y Entidades sin ánimo de lucro.
- Reducciones por aportaciones a planes de pensiones propios y del cónyuge si éste no tiene ingresos.
- Inclusión en el cálculo de las ganancias y pérdidas patrimoniales de los gastos anexos a las operaciones de compraventa (impuestos, notario, tasaciones...) para minorar la posible ganancia patrimonial.

Novedades en los planes de pensiones en 2021

Ante los meses de gran incertidumbre que estamos viviendo a causa del COVID-19, son muchos farmacéuticos los que piensan cada vez más en el futuro y acuden a su asesor financiero para informarse acerca de los planes de pensiones. Al final, son una herramienta de ahorro que permite asegurar la disposición de un dinero extra que complementarí­a a la pensión en el futuro. Sin duda, una buena opción a tener en cuenta ahora más que nunca, ya que invertir para el futuro ha pasado de ser algo altamente recomendado a algo imprescindible. Y, sobre todo, pensar en hacerlo lo antes posible porque el tiempo pasa a ser un factor fundamental si queremos mantener unos ingresos similares a los que se han tenido durante la vida en activo.

Pero... ¿qué se debe tener en cuenta?, ¿qué novedades tenemos encima de la mesa para este 2021?

Dentro de las principales **novedades tributarias introducidas por la Ley 11/2020**, de Presupuestos Generales del Estado para 2021, **podemos destacar las que afectan a:**

- Los planes de pensiones, primeramente, por la modificación de los límites de reducción en la base imponible de las aportaciones y contribuciones a sistemas de previsión social.

- Y, en segundo lugar, los cambios que pueden llegar por el lado del rescate, a través de la subida del IRPF para 2021 (para las rentas superiores a 300.000€).

Recordemos que las aportaciones o contribuciones a sistemas de previsión reducen la base imponible, lo cual supone una disminución en la cantidad a pagar en Hacienda por el IRPF. Esta aportación **ahora no diferencia en función de la edad** y establece



como límite cuantitativo máximo conjunto, la menor de las cantidades siguientes:

- a. El 30% de la suma de los rendimientos netos del trabajo y de actividades económicas percibidos individualmente en el ejercicio.
- b. 2.000€ anuales (con anterioridad el límite era 8.000€).

Además, también **se modifica el límite de reducción de las aportaciones a los sistemas de previsión social** de los que sea partícipe, mutualista o titular el cónyuge del contribuyente. Por ello, el contribuyente cuyo cónyuge no obtenga rendimientos netos del trabajo ni de actividades económicas o los obtenga en cuantía inferior a 8.000 euros anuales, podrá reducir en la base imponible las aportaciones realizadas a los sistemas de previsión social. Estas aportaciones tendrán un **límite máximo de 1.000€ anuales (con anterioridad el límite era de 2.500€)**.



Por el contrario, se incentivan las aportaciones a los planes de pensiones de empleo, que pasarán a tener un límite de 10.000€.

Actualmente la totalidad de la cantidad percibida por el plan de pensiones aumenta la base imponible de dicho periodo. Si las prestaciones son en forma de renta se integran en su totalidad y cuando las prestaciones son en forma de capital pueden reducirse en un 40% para el rescate de las aportaciones realizadas antes del 31 de diciembre de 2016 (teniendo en cuenta el límite temporal de rescate establecido para dicha reducción). **Por ello, esa subida del IRPF para rentas superiores a 300.000€ puede afectar al rescate del plan de pensiones, puede suponer acabar pagando más impuestos al rescatarlo, aunque sólo si su base imponible supera esa cantidad en el momento del rescate.**

Esta reducción del límite, el aumento de los tipos del IRPF, junto con la iliquidez que tienen estos productos, hace que cada vez sean menos atractivos.

Aunque podríamos decir que la nueva legislación aplicable ha desincentivado la aportación, sigue existiendo una necesidad, cada vez mayor, de ahorrar de cara a cumplimentar la futura pensión de jubilación. **No es un secreto que la solvencia del sistema actual de pensiones públicas está en entredicho** y cada vez hay más dudas de que sea viable a largo plazo. De ahí que ahorrar para completar dicha contingencia sea de vital importancia para todo aquel que quiera mantener durante su jubilación unos ingresos similares a los que percibía en activo, como decíamos al principio de este texto.

Todo ahorrador que aportaba por encima del nuevo límite -2.000€- a planes de pensiones, tendrá que buscar alternativas que conlleven otras ventajas o características que lo hagan atractivo.

¿A qué tipo de alternativas podríamos acudir? Nosotros, destacamos dos productos por encima de todos, los FONDOS DE INVERSIÓN y los SEGUROS DE AHORRO, en cualquiera de sus formatos.

FONDOS DE INVERSIÓN

El universo de inversión es amplísimo, es una de las industrias financieras más desarrolladas, sino la más.

Se puede adaptar la inversión al perfil de riesgo del partícipe y, por ejemplo, arriesgar el capital aportado, invirtiendo en renta variable cuando queden muchos años para la jubilación e invertirlo con menos riesgo e incluso garantizado, a medida que se acerca la fecha de jubilación.

Se benefician, en España, de una legislación favorable cuando se contratan por una persona física puesto que se puede traspasar el importe total o parcial de unos a otros, sin tributar.

En caso de reembolso, no existe ventaja fiscal y tributa como ganancia patrimonial en el IRPF.

En caso de fallecimiento, los herederos no tributan por la plusvalía que el causante hubiera obtenido.

SEGUROS DE AHORRO

También se puede contratar en la modalidad de ahorro periódico, es decir, aportando una prima de forma periódica, ya sea mensual, trimestral o anual. De hecho, es la forma tradicional de ahorrar. Con ello, generamos un hábito de ahorro, contamos con ello mensualmente como un gasto más y se reduce el esfuerzo.

Otra ventaja es que se puede disponer del dinero cuando se necesite, sin necesidad de acaecer ninguna contingencia.

En este caso, no existe ningún tipo de ventaja fiscal salvo que se trate de una modalidad concreta de seguro vida-ahorro llamada PIAS, **Plan individual de ahorro sistemático:**

El PIAS es un seguro de ahorro a largo plazo, **creado para incentivar el ahorro para complementar la pensión de jubilación.** Para ello, disfruta de una reducida ventaja fiscal que lo hace algo más atractivo. Y es que todo lo aportado, siempre que haya estado invertido un mínimo de 5 años, se puede rescatar en forma de renta vitalicia con una tributación muy reducida en función de la edad del asegurado.

Pero hay que tener en cuenta sus dos límites de aportación, uno general de 240.000 euros aportados como máximo y otro relativo de 8.000 euros de aportación máxima anual.

Aunque inicialmente eran productos muy conservadores e incluso garantizados, en la actualidad hay multitud de variantes donde se puede

jugar con el riesgo, puesto que las primas aportadas se pueden invertir en fondos de cestas de fondos o acciones.

Para concluir, dejamos un Seguro de Ahorro similar al plan de pensiones en lo que a la fiscalidad y liquidez se refiere, llamado Plan de previsión asegurado, PPA. Comparten gran similitud con los planes de pensiones en cuanto a fiscalidad y liquidez y, además, los derechos consolidados o importes acumulados, son traspasables entre ambos. La diferencia radica en “la carcasa” del producto puesto que se instrumentan en pólizas de seguro, es decir, son seguros de vida y su principal “atractivo” es la rentabilidad que garantizan hasta su rescate.

El problema es que, en el actual entorno de tipos de interés, es muy difícil encontrar valor en ellos.



6 pasos clave para empezar a digitalizar su farmacia



Digitalizar la farmacia se ha convertido en una necesidad para crecer y diferenciarse. Contar con una farmacia online que le dé visibilidad en internet y más ventas es un reto. ¿Está preparado o le cuesta lanzarse a un mundo del negocio digital que posiblemente no controla?

¿Por qué es importante digitalizar la farmacia?

Llevamos años viendo como las empresas se transforman digitalmente pero los pequeños negocios tradicionales han tardado en sumarse a esta transformación y ha sido el impacto de la Covid19 lo que ha acelerado el paso al negocio online para poder sobrevivir.

El **consumidor online** es quien marca cómo los negocios tienen que adaptarse y este consumidor se ha multiplicado:

- Porque los que ya estaban ahora se informan y compran más por internet
- Porque hay nuevos consumidores online
- Porque se han generado hábitos que van a permanecer.

La farmacia no puede permanecer ajena a esta nueva demanda si quiere seguir creciendo y mantener su rentabilidad. Ya mostramos en nuestro anterior post cómo la venta de productos farmacéuticos por el canal online llegó a crecer más de un 250% y hubo categorías que superaron el 300% durante la primera oleada.

Hay otras 3 razones que demuestran la necesidad y urgencia de digitalizar la farmacia y lo podemos ver en el reciente Estudio Anual de ECommerce 2020 que cada año presenta la Comisión de eCommerce de IAB Spain. Según este estudio:

Los consumidores prefieren comprar en tiendas que tienen los dos espacios, el físico y el online y esta tendencia se va a acelerar en los próximos años.

Por eso será fundamental que incorpore **una farmacia online** a la que los clientes accedan a sus productos.

Los consumidores se informan antes por internet y la mayoría reconocen que acaban comprando también vía online. Por eso es clave que tenga visibilidad en internet y ofrezca información de su farmacia y productos ya que aumentará las probabilidades de vender.

Ya hay en España 22,5 millones de personas que compran por internet” entre los 16 y 70 años. Y esta cifra va en aumento así como se amplía la edad.

Pasos para empezar a digitalizar su farmacia

Queremos darle unas claves para que digitalizar su farmacia sea más sencillo y ayudarle a dar los primeros pasos en el proceso.

Paso 1: Defina el objetivo que busca en internet

Hay diferentes objetivos que van a marcar después le estrategia digital a seguir, así como los canales que va a tener que desarrollar. Por eso es fundamental tener muy claro que quiere conseguir al digitalizar su farmacia. Algunas pistas:

¿Quiere ser farmacia de referencia en su localidad para atraer nuevos clientes?

¿Quiere aumentar las compras que hacen sus clientes a través de la venta online?

¿Quiere ser una referencia en un servicio o categoría, es decir especializarse?

¿O apuesta por ser una farmacia de referencia en la venta online y competir con otros ecommerce?

Paso 2: Elija los canales más adecuados según su objetivo

Cuando hablamos de canales nos referimos a la web o ecommerce, a las redes sociales, a canales directos como el email o el teléfono/sms...

Un error habitual es querer estar en todos los canales con la misma intensidad, lo que acaba por no dar ningún resultado por la dispersión de recursos (tiempo y dinero). El objetivo es conseguir que su farmacia tenga visibilidad en internet y esto no implica que tenga que estar presente en todos los canales. Decidir los más adecuados y que estén bien optimizados es fundamental para conseguir sus objetivos.



Paso 3: Decida la estrategia digital que necesita para dar la mayor visibilidad a sus canales

De nada sirve tener una web o crear sus perfiles de redes sociales si luego no hay una estrategia digital con acciones para darle visibilidad, captar usuarios y convertirlos en clientes que compran en su farmacia. En marketing digital esa estrategia se construye a partir del Funnel o Embudo de Conversión que nos sirve para construir con usted la estrategia y el plan de acción de su farmacia online.

Paso 4: Cree la marca de su farmacia y su estilo de comunicación

Los usuarios digitales confían en las marcas por eso es fundamental crear una marca de su farmacia que muestre su propósito y sus valores, sus servicios, su historia y equipo etc.

La marca tiene 2 ámbitos principales cuando hablamos del canal digital:

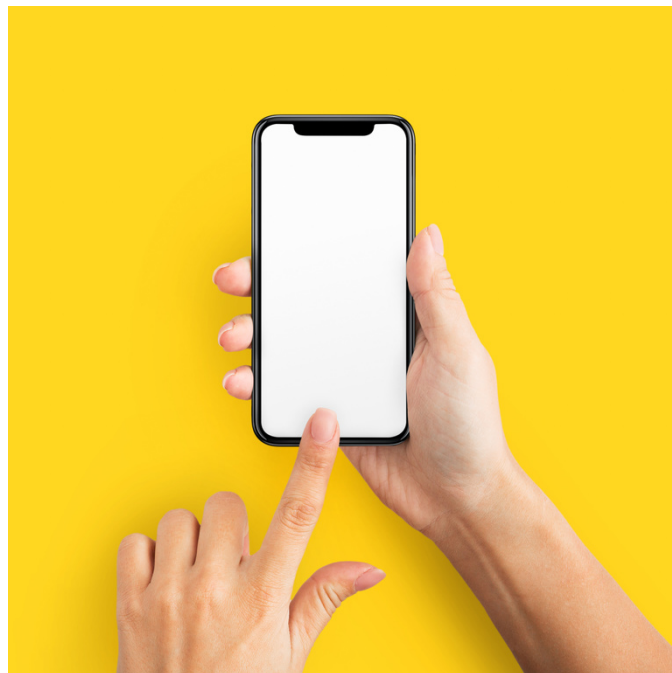
El visual: contar con un logotipo y una identidad visual que esté en todos sus canales (colores, tonos, imágenes, tipografías y fuentes...)

El contenido: estilo de la comunicación, adaptación al público objetivo, calidad y utilidad del contenido, formatos y temáticas.

Paso 5: Genere contenido de valor y planifique sus publicaciones

El contenido va a ser un pilar clave en su estrategia digital, la diferencia estará en el tipo de contenido según los canales que haya elegido. Hay 5 claves a la hora de preparar contenido:

1. Que el contenido sea de calidad y aporte valor, es decir sea útil y resuelva problemas o necesidades
2. Que esté redactado pensando en conectar con el público objetivo al que se dirige
3. En el caso de querer posicionarlo en buscadores, como el caso del contenido del blog o los productos del ecommerce, tienen que estar bien optimizados para SEO
4. Que se elija el formato adecuado según el canal. No es lo mismo publicar en un blog que en Instagram o Facebook o enviar una newsletter a tus clientes.
5. Planificar las publicaciones con un calendario editorial para evitar la improvisación.



Paso 6: Invierta y optimice la inversión

Digitalizar la farmacia implica invertir. Cómo ha podido leer, tener una farmacia online no consiste solo en tener una página web, hay que invertir en darle visibilidad, en mantener la web y especialmente si tiene un ecommerce, en generar contenidos de calidad, en tener una estrategia en redes sociales, etc

El impacto en la rentabilidad de su farmacia dependerá de lo que invierta y de la optimización que haga de esa inversión. En un negocio digital hay 2 claves:

- **Medir**
- **Optimizar**

Conclusión

Digitalizar su farmacia es una decisión que tendrá que tomar si quiere adaptarse a los hábitos de compra de los consumidores actuales y no quiere perder oportunidades. Si la rentabilidad de su farmacia va a depender de la venta de parafarmacia y medicamentos OTC tendrá que competir con otras farmacias online que se van sumando a la digitalización y con otros canales que ya están en el mercado.

Pero no solo hablamos de ganar clientes y ventas. Hablamos de no perderlas, ya que hemos visto que, cada vez más usuarios, prefieren informarse y comprar después en internet y optan por los negocios que ofrecen tienda física y online, lo que significa que sus propios clientes tomarán la decisión de comprar vía online a otras farmacias si usted no les ofrece esta opción.

También vemos que hay muchas opciones en la digitalización de una farmacia. La clave está en:

- **Tener claro el objetivo**
- **Elegir bien los canales**
- **Contar con una buena estrategia**
- **Optimizar la inversión**



Salario flexible en las farmacias: pagar lo mismo pero pagar mejor

En pleno año 2020, distintas teorías de recursos humanos en las empresas hablaban del trabajador como persona global-emocional. Pero... ¿es real esta evolución? ¿Nos preocupamos del trabajador en nuestras farmacias? Sin duda, hemos avanzado en este sentido y es por eso que creemos necesario hablar del salario flexible en las farmacias.

Reinventarnos en tiempos de crisis: el salario flexible en las farmacias

Si gestionamos personas debemos saber que nuestra característica más destacada es que somos seres emocionales. Entonces, ¿qué podemos hacer para motivarlos? ¿Para que realmente se impliquen y trabajen como un equipo? ¿Qué dará mejores resultados?

La motivación cobra especial importancia en la actual situación en la que la pandemia provocada por el coronavirus ha obligado al personal de las

farmacias a estar en primera línea, totalmente expuestos y sin estar debidamente reconocidos. El equipo probablemente necesite un extra de motivación en estas circunstancias.

Hay muchas fórmulas para ello y seguro que subirles el sueldo les alegrará sobremanera, pero también es cierto que no todas las farmacias se lo pueden permitir. Y mucho menos aquellas a las que esta situación les esté afectando de forma negativa y están llevando a cabo estrategias para superar la crisis del coronavirus, ajustando las partidas de gasto más importantes.

En este contexto, ¿qué podemos hacer? Sin duda, apostar por la retribución flexible. Nos ayudará a mejorar la relación trabajador-empresa.

Si hay farmacias que no pueden o no están dispuestas a subir sueldos, pueden plantearse “pagar igual, pero pagar mejor”.

¿Qué es la retribución flexible?

La retribución flexible es un sistema retributivo que permite que los empleados cobren una parte de su retribución en efectivo y otra a través de productos o servicios ofrecidos por la empresa. Este tipo de beneficios sociales (guardería, formación, tickets restaurantes, seguros de salud, etc.) no son impuestos por la farmacia de forma unilateral sino que debe ser el propio trabajador quien decide si quiere incorporar o no estos beneficios a su retribución.

La ventaja para la farmacia

“No pago más, pago lo mismo, pero mejor”. Es, en síntesis, una forma de atraer talento y de fidelizarlo al mismo tiempo.

¿Qué supone para el empleado?

Incremento del salario neto.

Elegir, según su necesidad, cómo quiere cobrar. Este pago en productos o servicios no afecta a las cotizaciones salariales, ni a la indemnización del trabajador. Le reporta un mayor beneficio fiscal.

Requisitos

Es necesaria una renovación de la relación laboral que había hasta el momento, donde se refleja que el trabajador acepta pasar parte de su salario, hasta ahora en moneda, a productos o servicios. El resto de las cláusulas quedan igual. Dicha retribución no puede sobrepasar el 30% de su salario, en cumplimiento del artículo 26 del Estatuto de los Trabajadores.

¿Por qué no se implanta en todas las farmacias?

A veces uno de los problemas fundamentales es el propio desconocimiento por parte de los trabajadores de este sistema de retribución flexible en las farmacias.

Les genera desconfianza hacia la farmacia y esto lo convierte en una meta difícil para los titulares. El motivo es que a veces seguimos utilizando viejos esquemas mentales de confrontación empresa-trabajador. Se suele pensar: si me ofrecen esto, ¿qué gana la empresa? ¿Hay gato encerrado?

Desde luego la empresa gana, ya que a mayor bienestar de sus trabajadores, más confianza, más sinergias y mejor ambiente laboral. Y al final esto se transforma en mayor motivación, trabajo más creativo... dando lugar a un aumento de la productividad y mayor desarrollo del potencial de su equipo.



¿Cómo implantar el salario flexible en la farmacia?

Lo primero y dada la dificultad comentada, es preciso un plan de comunicación interna. La retribución flexible no debe ponerse en marcha sin antes haber informado a los trabajadores sobre sus beneficios. Sugerimos la aplicación de forma individualizada de una simulación con calculadora en la que se puede apreciar el ahorro neto del salario de esta manera contemplada.

¿Por qué es beneficioso para el empleado si cobra lo mismo?

Es fácil, la retribución en especie supone un ahorro fiscal y un mayor sueldo neto mensual, al no estar sometido a retención el pago en especie.

Además hay trabajadores que ya tienen este sistema y comentan ventajas adicionales como un mayor control del gasto. Esto se debe a que algunas partidas que se incluyen en el salario flexible como alimentación, transporte o sanidad, que son básicas, quedan aseguradas de esta forma, estando el resto del sueldo a mejor disposición del trabajador.

Nuestro consejo:

Animamos a las farmacias a implantar el salario flexible en las nóminas de sus trabajadores. No es difícil, nosotros le ayudamos: primero un plan de comunicación, segundo un cálculo exacto de cuál sería el beneficio para cada trabajador de forma individual, en función del servicio elegido por este; tercero, la novación contractual.



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.