



El Boletín de

**ASEFARMA**

Gestión Dinámica de Farmacias

Salón Internacional de la Farmacia - Infarma  
 Barcelona, 24, 25 y 26 de marzo de 2015. Fira de Barcelona  
 stand B30



sumario

**EDITORIAL**..... PÁG. 2

**FISCAL**..... PÁG. 4  
 - ¿Vendo o dono la botica a mi hijo?

**LABORAL**..... PÁG. 7  
 - Ante una inspección de trabajo,  
 ¿qué aspectos debo cuidar en la  
 oficina de farmacia?

**JURÍDICO**.....PÁG. 9  
 - El local de la oficina de  
 farmacia. Aspectos jurídicos

**GESTIÓN DINÁMICA DE FARMACIAS**..... PÁG.11

- La importancia de la selección  
 del surtido en la oficina de Farmacia.

**TRANSMISIONES**.....PÁG. 13

- Evolución de los precios de la  
 compraventa de farmacias en los  
 últimos diez años.

**EL RINCÓN DEL INVERSOR**.... PÁG. 14

- PIAS vs Planes de ahorro,  
 ¿Cuál me interesa?



# editorial



El 24, 25 y 26 de marzo se celebra en Barcelona una nueva edición de INFARMA, la feria más importante de España para el sector de la farmacia. Asefarma, al igual, que el año pasado está presente, como reflejo de su vocación de ser una asesoría de farmacias de referencia de ámbito nacional. Ni qué decir tiene que nuestro stand será su casa y que estaremos encantados de recibir y charlar con todos los que tengan la oportunidad de acercarse por allí. Dentro de nuestro stand hemos diseñado una serie de talleres formativos de máximo interés. Creo que el mayor valor que tiene INFARMA va más allá de sus expositores, incluso del congreso técnico que se celebra en paralelo. Esta feria representa la oportunidad de ver reunido a todo el sector de la farmacia, abarcando tanto a los proveedores –de bienes, servicios y mercaderías– como a las farmacias a los colegios profesionales y a la administración sanitaria.

Ese intercambio de opiniones, de ver qué novedades encontramos, y qué proyectos de futuro se establecen, es decisivo para tomarle el pulso a la situación de las farmacias. Recientemente hemos publicado un par de entradas en nuestro Blog, en las que hacemos un análisis de la evolución de la farmacia en este último año y sus perspectivas para el que viene, refiriéndonos en ellas a la situación general del sector y al mercado de la compraventa de farmacias. Nuestra percepción, basada en la realidad de cientos de farmacias con las que trabajamos, es que hay una cierta estabilización en el sector y cada vez hay más iniciativas encaminadas a convertir la farmacia en un espacio de salud. Esto es una tendencia imparable, unido al creciente interés de las farmacias en aplicar los conceptos de la gestión dinámica –en marketing, en compras, en los recursos humanos, etc–.

Es por ello, por lo que nuestras prioridades para 2015 se centran en aumentar y potenciar nuestras actividades de formación y consultoría para todos nuestros clientes. Como les decía en el anterior editorial, al respecto de la inminente llegada de la venta online, se avecinan importantes cambios y novedades en el sector, pero nuestras farmacias pueden estar seguras de que les acompañaremos en ese camino de forma permanente. No viajarán solas, parafraseando un famoso lema de un conocido club de fútbol inglés.

Este número está especialmente dirigido a INFARMA, pero no descuidamos el resto de las secciones habituales, que les invito a leer por su máximo interés.

En la confianza de poder saludarles a todos en INFARMA, en nuestro stand B30, me despido con un fuerte abrazo,

Un cordial saludo a todos,

**Carlos García-Mauriño**  
**Presidente de Asefarma**

Actualidad Farmacéutica Del Siglo XXI  
Edita: Asefarma S.L.  
Director: Carlos García-Mauriño  
Coordinadora: Isabel Aragón  
Dirección Postal: C/ General Arrando, 11, 1º 28010 Madrid  
Tel.: 91 448 84 22  
Diseño: Susana Cabrera  
Depósito Legal: M-2191-2009



Para cada farmacia la mejor receta.

## Libérate de los recortes oficiales. Con los robots CONSYS.

Aprovecha el potencial de tu farmacia al máximo. Ya se trate de EFP o de parafarmacia, tu éxito depende de ti.



Consis B0 - el robot que ocupa sólo 2 m<sup>2</sup> de superficie



Consis E - el robot con cargador automático

Con los robots CONSYS optimizarás tu gestión de stock preparando tu farmacia para el futuro:

- Integración flexible con una pequeña superficie de instalación desde 2 m<sup>2</sup>
- Financiación sencilla gracias al reducido volumen de inversión
- Más espacio para aumentar la gama de productos (EFP y parafarmacia)
- Ahorro de tiempo gracias a la carga y descarga automáticas
- Reducción de gastos al racionalizar los procesos de trabajo

Con una solución de automatización CONSYS liberarás a tus empleados de las tareas rutinarias y les permitirás centrarse en lo fundamental: **un mejor servicio, clientes satisfechos y un mayor volumen de ventas.**

## ¿Vendo o dono la botica a mi hijo?

**Alejandro Briales**

Economista y asesor fiscal. Director Técnico de Asefarma

---

**L**as razones para transmitir su farmacia dependen de muchos factores (llega la hora de la jubilación, quiere compartir su negocio, quiere materializar los frutos de tantos años de trabajo, quiere que sus descendientes tomen el relevo de forma anticipada, no quiere perjudicar al resto de sus hijos no farmacéuticos...), que hay que estudiar detenidamente para así poder minimizar el coste económico-fiscal de la transmisión.

Una mala planificación económico-fiscal puede llegar a ocasionar problemas en la nueva andadura de la empresa, ya que no siempre el camino más fácil y corto, aunque parezca obvio, es el mejor.

En la actualidad son muchas las consultas atendidas desde nuestro despacho en relación a este asunto. Dependiendo de las circunstancias de cada caso concreto y analizando las mismas (edad del transmitente, necesidades económicas, patrimonio preexistente, valoración del negocio, disponibilidad jurídica del local, tipo medio de tributación, Comunidad Autónoma, etc...) se podrá realizar una planificación económico-fiscal acorde a las circunstancias.

A través de estas breves líneas quisiéramos hacerle un resumen de las dos modalidades de transmisión "Inter Vivos" para que usted pueda valorar qué alternativa puede ser más ventajosa para ambos participantes en su situación:

- **La compraventa**, que es a título oneroso, es decir, a cambio de una contraprestación.
- **La donación**, que es a título lucrativo, es decir, sin contraprestación alguna.

### COMPRAVENTA

Por la transmisión de la Oficina de Farmacia de que es titular el vendedor, tendría éste que tributar en el IRPF del ejercicio en que se lleve a cabo la compraventa, por la ganancia patrimonial derivada de dicha operación. Esta ganancia vendrá determinada por la diferencia entre el precio de adquisición (este precio es el resultado de minorar el valor por el que se adquirió, en las amortizaciones fiscales practicadas año a año) y el precio de transmisión que se fije.

Esta ganancia se integraría en la parte especial de la base imponible del impuesto, aplicándose un tipo que en la actualidad tributará al el 20% hasta los 6.000 €, al 22% desde los 6.000€ hasta 50.000€ y a partir de 50.000€ al 24%.

Una vez tomada la decisión de transmitir podría optar por comprar la Oficina de Farmacia aplazando el pago de la misma. De esta forma, podría imputar proporcionalmente la ganancia obtenida, a medida que se hagan exigibles los cobros correspondientes. Esto le permitiría diferir el pago del impuesto a lo largo de los años en que se aplaza el mismo.

Al realizar esta operativa, el comprador, al calcular los beneficios anuales de la farmacia, podrá imputar como gasto deducible la amortización del Fondo de Comercio (hasta el 7,5% anual de su valor) a pesar de tener aplazado el pago de la misma. Esto supone un importante ahorro fiscal para el comprador puesto que el rendimiento de la Oficina de Farmacia tributa en la parte general del impuesto, llegando a alcanzar en la actualidad un tipo máximo del 47%.

Estas transmisiones, por regla general no tributarían, ni por Transmisiones Patrimoniales Onerosas ni por IVA, a no ser que dentro de la transmisión esté también incluido el local (no vamos a hablar de su tributación al no tener ninguna peculiaridad especial).

Respecto al local, también deberíamos analizar la conveniencia de transmitir, arrendar o ceder el mismo dependiendo de cada circunstancia en cuestión.

***Una mala planificación económico-fiscal puede llegar a ocasionar problemas en la nueva andadura de la empresa, ya que no siempre el camino más fácil y corto, aunque parezca obvio, es el mejor...***

## **DONACIÓN**

Bien es cierto que según la Comunidad Autónoma en la que se transmita la Oficina de Farmacia, el coste para el donatario puede ser prácticamente nulo. Pongamos el ejemplo de la Comunidad de Madrid, donde el importe a pagar está bonificado al 99%.

Debemos tener muy en cuenta que la persona que dona el negocio, por regla general, tributará exactamente igual que si lo vendiera en su declaración de IRPF esta ganancia vendrá determinada por la diferencia entre el precio de adquisición (este precio es el resultado de minorar el valor por el que se adquirió, en las amortizaciones fiscales practicadas año a año) y la valoración de la misma a efectos del Impuesto sobre Donaciones (precio de mercado) que se fije.

Aun así, existen determinadas situaciones en las que, cumpliendo determinados requisitos, no existe prácticamente tributación para ninguna de las partes. Entre otros, los requisitos a cumplir son:

- Que el donante debe tener como mínimo 65 años, o hallarse en situación de incapacidad permanente en grado de absoluta o de gran invalidez.
- Si el donante venía ejerciendo funciones de dirección ha de dejar de ejercerlas y de percibir remuneraciones por esta causa desde la transmisión.
- El donatario debe mantener lo adquirido un plazo mínimo de 10 años y tener derecho a la excepción en el Impuesto sobre Patrimonio durante todos y cada uno de los diez años siguientes a la fecha de la escritura pública de la donación, salvo que fallezca.
- Que los bienes y derechos deben estar afectos al desarrollo de la actividad económica y que a través de la misma el donante obtenga su principal fuente de renta, es decir, que al menos el 50% de su base imponible del IRPF provenga del beneficio de su farmacia.

También debemos tener en cuenta que, al ser una donación, el adquirente no podrá deducir en ningún caso el valor del fondo de comercio en su declaración de IRPF, al haberlo adquirido sin contraprestación.

En definitiva, le recomendamos que analice paso a paso y punto por punto todas las características de su farmacia y estudie el efecto económico-fiscal de las diferentes alternativas, ya que una buena planificación fiscal con la ayuda de diferentes instrumentos jurídicos (comunidad de bienes, contrato de gestión, constitución de sociedad limitada...etc.) puede influir en la rentabilidad de su oficina de farmacia y evitar incurrir en costes innecesarios.

*...Una buena planificación fiscal, con la ayuda de diferentes instrumentos jurídicos, puede influir en la rentabilidad de su oficina de farmacia.*

Para cualquier consulta o gestión puede mandar un e-mail a: [fiscal@asefarma.com](mailto:fiscal@asefarma.com)

## Ante una inspección de trabajo, ¿qué aspectos debo cuidar en la oficina de farmacia?

**Eva M<sup>a</sup> Illera**

Diplomada. Responsable del  
Departamento Laboral de Asefarma

---

Una de las preocupaciones recurrentes de los farmacéuticos es la de evitar sanciones en una posible inspección de trabajo.

En este artículo le damos las pautas para poder superarlas con éxito en base a la línea inspeccionada que en los últimos meses hemos observado en las oficinas de farmacia con las que trabajamos desde el departamento Laboral y que ha girado en torno a dos aspectos:

- Por un lado, vigilar los horarios de los trabajadores, con el objeto controlar el fraude en los contratos a tiempo parcial.
- Por otro, detectar si la oficina de farmacia tiene al día la Prevención de Riesgos Laborales.

Pasemos a ver cada uno de ellos, explicándolos de forma individual:

### ***CONTROL DEL REGISTRO DE HORAS***

Como ya hemos informado a nuestros clientes, el Real Decreto-ley 16/2013 establece la obligatoriedad para todas las empresas de registrar la jornada de trabajo de todos los empleados a tiempo parcial, generándose un registro día a día y debiendo totalizarlo mensualmente.

Asimismo, de dicho registro se entregará copia al trabajador, junto con el recibo de salarios, con el resumen de todas las horas realizadas de cada uno de los meses, tanto de las horas ordinarias, como de las complementarias, en el caso de que éstas se hubieran realizado.

Como en anteriores ocasiones, el empresario deberá conservar los resúmenes mensuales de los registros de jornada durante un periodo mínimo de cuatro años. Y en caso de incumplimiento de las referidas obligaciones de registro, el contrato se presumirá celebrado a jornada completa salvo prueba en contrario que acredite el carácter parcial de cada uno de los servicios.

# Laboral

Para evitar sanciones, no hay más remedio que rellenar una hoja de control de horario que puede hacerse perfectamente en formato Excel y que tendrá que ser firmado tanto por la empresa como por el trabajador que se tenga a jornada reducida o parcial. Son más obligaciones formales, lo sabemos, pero su cumplimiento, sin duda, ahorrará muchos problemas.

## **PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES**

Mención aparte precisa la Prevención de Riesgos Laborales, pues es un aspecto que muchas farmacias dejan olvidado y su importancia recae en la propia seguridad de los trabajadores que se tengan a cargo, conllevando su incumplimiento graves sanciones.

Bien a través de un servicio de prevención ajeno, bien siendo asumida por el propio titular –siempre que esto sea posible–, debe tener siempre actualizado un plan de prevención en su oficina de farmacia.

Desde Asefarma le recomendamos no dejar esto en el cajón del olvido y que revise que tiene todo en regla.

En cualquier caso, si le surgiera alguna duda sobre estos dos aspectos, puede ponerse en contacto con nuestro departamento Laboral. No olvide que tener todo al día y no dejar de lado algunos detalles, por pequeños que sean, podría ayudarle a superar una inspección de manera exitosa.

**Para cualquier consulta o gestión puede mandar un e-mail a: [laboral@asefarma.com](mailto:laboral@asefarma.com)**

Asefarma, otro año más, está presente en Infarma. Estamos en el **stand B30**.

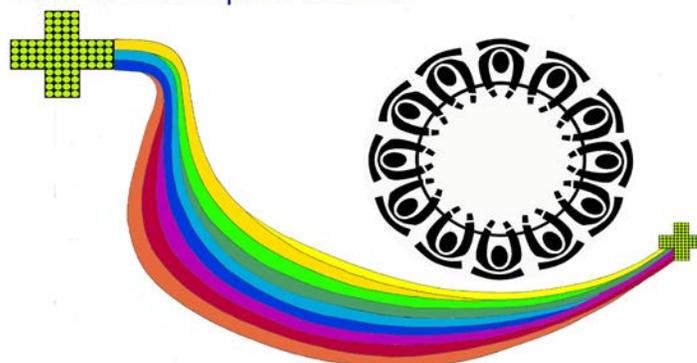
**Más de 20 años asesorando farmacias nos hacen ver las cosas con el grado que da la experiencia.**

Todos los días, de 13:00 a 13:30 horas celebraremos en nuestro stand el **Foro de la Compraventa**, un punto de encuentro entre farmacéuticos para hablar de precios, demanda y sobre todo, de evolución del sector de la compraventa de farmacias.

Le invitamos a participar.

**Acérquese, tenemos mucho que contarle**

foro  
de la compraventa



 **ASEFARMA**  
Gestión Dinámica de Farmacias

**stand B30**

24, 25 y 26 de marzo 2015

## La importancia del local en la actividad de farmacia

**Adela Bueno**

Abogada. Responsable del Departamento Jurídico de Asefarma

**E**l negocio de farmacia es una actividad regulada, en la que el local en el que se desarrolla la actividad tiene una gran relevancia, dadas las características particulares que debe reunir.

En este sentido, tanto en un procedimiento de nueva apertura de oficina de farmacia como de transmisión, es necesario que la administración sanitaria conozca las características y configuración del local, así como que se le acredite la disponibilidad jurídica del local por parte del farmacéutico titular.

Respecto de la regulación específica en materia de locales, cada Comunidad Autónoma ha desarrollado su propia normativa en aras a garantizar una adecuada calidad y eficacia del servicio farmacéutico prestado en los mismos.

### *Superficie del local*

Centrándonos en el estado de la regulación en la Comunidad de Madrid, debemos tener en consideración que la **superficie útil mínima exigida** es de 75 m<sup>2</sup>, sin embargo, en otras Comunidades como Castilla y León, es suficiente una superficie mínima de 70 m<sup>2</sup>, frente a los 85 m<sup>2</sup> de la Comunidad Andaluza, exigiéndose además por algunas comunidades como la asturiana y la madrileña, una superficie mínima de atención al público de unos 30m<sup>2</sup>.

En relación a las distintas zonas que debe tener el local destinado a farmacia, éstas son en líneas generales las siguientes: zona de atención al público, de almacén, de laboratorio y aseo. Concretamente en la Comunidad de Madrid, no se exige la zona de aseo que es sustituida por la del despacho del farmacéutico.

Es importante tener en consideración que cualquier modificación que se lleve a cabo en la farmacia es necesario ponerla en conocimiento de la Consejería de Sanidad y tramitar el preceptivo expediente de modificación de local.

En muchas ocasiones, por desconocimiento del farmacéutico, se realiza alguna modificación de la distribución de la farmacia, de sus accesos o incluso se amplía el local anexionando otro, sin la previa autorización de Sanidad.

***Entre las zonas básicas de una farmacia deben contemplarse la zona de atención al público, de almacén, de laboratorio y de aseo***

Ello implica que, en caso de realizarse una visita de inspección en la farmacia, existiría una discordancia entre los planos de los que dispone la administración y la situación real, verificada en el acto de la inspección, dando origen a la apertura del correspondiente expediente sancionador y tipificándose los hechos como constitutivos de una infracción grave, pudiéndose imponer una sanción de como mínimo 3.000€.

## ***Configuración del local***

Por otro lado, el que la configuración del local en el momento de llevar a cabo un expediente de transmisión de oficina de farmacia, se corresponda exactamente con los planos disponibles en el archivo de la Consejería de Sanidad, es fundamental para que no se dilate el plazo de emisión de la autorización de transmisión en favor del adquirente.

En caso de discordancia entre el plano archivado en la Consejería y el presentado en el expediente de transmisión, sería necesario regularizar inmediatamente la situación del local, lo cual supondría un cierto retraso en la resolución del expediente de transmisión.

## ***Identificación y localización del local***

Finalmente, es importante destacar los signos identificativos de nuestro de local de farmacia, que según la normativa vigente son la cruz de malta o griega, el rótulo de farmacia y la placa identificativa del titular de la farmacia.

Al margen de estos símbolos, no se permiten otros signos de publicidad del negocio.

No obstante, cuando por motivos de una deficiente identificación y localización del local se hiciera necesaria una señalización adicional, de nuevo será obligatorio solicitar autorización a la Consejería de Sanidad. Todo ello, sin perjuicio de las competencias de las Autoridades Locales en la materia.



## ***Nuestra recomendación...***

Es por todo ello por lo que nuestra recomendación es que de cuantas modificaciones, obras o reformas se vayan a realizar en el local de la farmacia, así como nuevas señalizaciones, se asegure previamente de la necesidad de solicitar autorización administrativa y así se evitará sorpresas en un futuro expediente de transmisión de farmacia o con motivo de una visita de inspección.

**Para cualquier consulta o gestión puede mandar un e-mail a: [juridico@asefarma.com](mailto:juridico@asefarma.com)**

# Gestión Dinámica

## La importancia de la selección del surtido en la oficina de farmacia

**Belinda Jiménez**

Farmacéutica. Responsable del Departamento de Gestión Dinámica de Asefarma

**L**a media en torno al número de referencias diferentes que gestiona una oficina de farmacia, se sitúa en unas 8.000. De éstas, tan sólo 4.500 generan el 99% de las ventas de la farmacia, por lo que es importante que el farmacéutico seleccione muy bien cuáles debe tener en la farmacia, al igual que el número de unidades de cada una.

La selección adecuada del surtido de la farmacia conlleva tener una menor cantidad y mejor calidad del inventario, ambas premisas fundamentales para el aumento de rentabilidad de la farmacia.

Además de esto, la elección del surtido hace que la farmacia tenga cierta ventaja competitiva en el mercado, la cual está directamente relacionada con los clientes a los que queremos satisfacer.

Para el análisis del surtido de la farmacia debemos seguir los siguientes parámetros:

- **Amplitud:** mide el número de líneas que oferta un laboratorio.
- **Profundidad:** mide el número de referencias que componen una familia de productos de las secciones de la farmacia.
- **Longitud:** viene dada por el número de familias o subfamilias que contiene una línea o sección de la farmacia.
- **Coherencia:** establece el grado de homogeneidad y complementariedad del surtido en relación a las necesidades del cliente.

El surtido seseleccionará además de forma diferente en función de la tipología de cada categoría. Si la categoría está relacionada con el posicionamiento de la farmacia en el mercado, entonces la amplitud del surtido será muy alta, si es habitual será moderadamente alta, si es estacional moderadamente baja –excepto en la estación, que aumentará– y si es de conveniencia, será baja.

# Gestión Dinámica

El proceso de selección del surtido tendrá en cuenta los siguientes aspectos:

**a) Análisis del mercado:** que requerirá que se determine tanto el número de líneas como el número de referencias por línea. Asimismo, para **obtener información**, podremos recurrir a encuestas, datos de fidelidad de la farmacia y estudios de la competencia. Con esto sobre la mesa, **analizaremos la información**, lo que nos permitirá determinar qué surtido y qué líneas encajarán con el tipo de cliente y con el posicionamiento que queremos alcanzar.

**b) Posicionamiento:** El posicionamiento del surtido debe establecerse en función del objetivo estratégico de la farmacia, presentando surtidos complementarios o que sean diferentes a los que ofrece nuestra competencia.

**c) Número de referencias:** Por un lado, el criterio es que a menor número de referencias mayor rotación pero por otro, se debe tener también en cuenta el criterio de a mayor número de referencias mayor satisfacción para más clientes. A partir del análisis ABCD, elegiremos las referencias A y B y descartaremos las D.

**d) Selección de las referencias:** Se debe tener en cuenta que el **producto estratégico** es aquél que aporta más valor y coincide con nuestro posicionamiento. Este producto es el que se recomendará como primera elección y se tratará de comprar con márgenes elevados. Por otro lado, habrá que tener en cuenta que el **producto recomendado** es aquél que está avalado por un laboratorio de prestigio y por su calidad. Se suele ofrecer en casos específicos y suele ser de margen comercial alto. Por último, el **producto promoción** es el producto de precio muy bajo, que deja margen y requiere alta rotación. Son productos para clientes muy sensibles al precio y por tanto deben tener precios muy competitivos.

Para cualquier consulta o gestión puede mandar un e-mail a: [puntofarma@asefarma.com](mailto:puntofarma@asefarma.com)

## FORMACIÓN ESPECIALIZADA PARA GERENCIAR OFICINAS DE FARMACIA

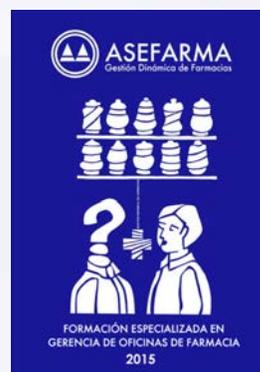
3 ediciones al año:

Marzo 2015: matrícula cerrada

Mayo 2015: matrícula abierta

octubre 2015: matrícula abierta

Apúntese ya y llámenos  
al Telf.: 91 448 84 22



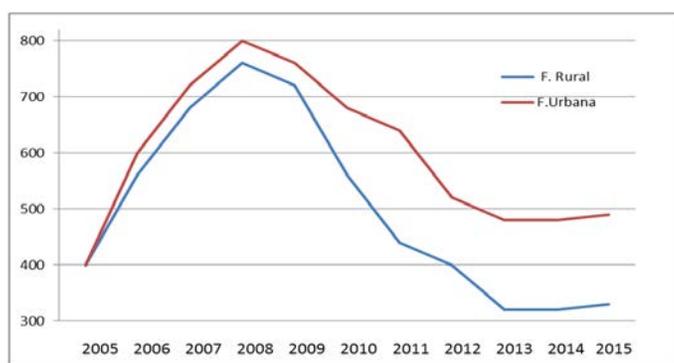
## Evolución de los precios de la compraventa de farmacias en los últimos diez años

**Miguel Soriano**

Economista. Director Comercial de Asefarma Levante

**E**n los últimos años, la evolución de la compraventa de farmacias ha sido notable. Tal y como hemos visto en publicaciones anteriores, podemos apreciar 4 etapas en la evolución de los precios de los traspasos de farmacias:

- 1.- Años 2005 a 2007:** Escalada sin precedentes en los precios de los traspasos.
- 2.- Años 2008 y 2009:** Máximos en los precios, coincide con el fin de la burbuja inmobiliaria.
- 3.- Años 2010 a 2013:** Bajada generalizada de precios.
- 4.- Años 2014 y 2015:** Estabilización de los precios con una leve tendencial alza. Actualmente nos encontramos en un entorno menos turbulento apoyado por una fiscalidad más ventajosa tanto para el comprador como para el vendedor. Los valores de mercado son incluso superiores a los valores técnicos (tasaciones oficiales).



Fuente: Elaboración propia

El gráfico expuesto a la izquierda es un supuesto de cálculo en base 400 en el año 2005. Ha de tenerse en cuenta que son datos medios, y que cada farmacia tiene peculiaridades que hacen modificar su precio en el mercado. A la hora de valorar una farmacia han de considerarse más de cien variables, aunque este gráfico es representativo de la evolución de los precios y de su tendencia. Es muy destacable la diferencia entre los precios de traspasos de farmacias rurales y las urbanas y semiurbanas.

Cabe destacar que la lectura más importante es un **horizonte temporal estable en los precios**, sobre todo en el corto plazo, durante este ejercicio 2015, coincidiendo con dos hechos fundamentales: la mayor facilidad para obtener crédito para comprar farmacia y el incremento del número de nuevos compradores sin precedentes.

Como siempre, nos ponemos a su disposición para evaluar su proyecto de compraventa de forma individualizada, aportando nuestra especialización en el sector para tener en cuenta todos los aspectos que influyen a su operación, ya sea de compra o de venta.

Para cualquier consulta o gestión puede mandar un e-mail a: [transmisiones@asefarma.com](mailto:transmisiones@asefarma.com)

# El rincón del inversor

## PIAS vs Planes de Ahorro 5, ¿Cuál me interesa más?

### *Dos alternativas para canalizar el ahorro periódico*

**José Manuel Retamal**

Asesor de Patrimonios.

Miembro de European Financial Planning Association España



**E**l ahorrar de forma periódica, por muy pequeña que sea la cantidad, puede dar a largo plazo una suma considerable. A la hora de depositar o invertir el dinero de una forma constante y prolongada en el tiempo, existen dos productos ideados con el objetivo de impulsar y canalizar ese ahorro, los Planes de ahorro 5 y los Planes Individuales de Ahorro Sistemático, PIAS.

### *Planes de Ahorro 5*

Los planes de Ahorro 5, son el nuevo producto salido tras la última Reforma Fiscal. Su objetivo, fomentar el ahorro a largo plazo. Entre sus características fundamentales destaca el hecho de que cuentan con un beneficio fiscal claro, la no tributación por el rendimiento de la inversión realizada o que la cantidad máxima a invertir es de 5.000 euros anuales, pudiéndose contratar únicamente un producto por persona.

La contratación se puede llevar a cabo a través de una aseguradora, en cuyo caso sería un Seguro Individual de Vida a Largo Plazo (SIALP), o a través de una entidad financiera, en cuyo caso se instrumentará a través de una Cuenta Individual de Ahorro a Largo Plazo (CIALP).

Al vencimiento del Seguro, se nos permite reinvertirlo en otro seguro por la totalidad del importe, sin tributar por ello con el cambio, a diferencia de lo que ocurre con la cuenta de ahorro, en la que no se permite. En caso de rescate anticipado (antes de los 5 años), se tributaría como cualquier otro producto de ahorro, sujetos los rendimientos a la consiguiente retención, del mismo modo que cualquier depósito bancario, cuenta de ahorro o seguro de ahorro.

#### *Características*

- La cantidad máxima a invertir es de 5.000€ / año.
- Sólo se puede contratar un producto por persona.
- La contratación ha de llevarse a cabo a través de una aseguradora o una entidad financiera.
- Al vencimiento, se permite la reinversión en otro seguro por la totalidad del importe, sin tributar por ello con el cambio.

Por último, cabe destacar que para darle distintas alternativas al ahorrador, pueden ser más o menos conservadores, con la única condición de garantizar un capital mínimo de un 85% de las cantidades invertidas.

### ***Planes individuales de ahorro sistemático, PIAS***

Se trata de un seguro de ahorro a largo plazo ideado con el objetivo de poder complementar la futura pensión de la Seguridad Social que perciba la persona que aporta y que por ello lo convierte en producto ideal para ahorrar de forma periódica. Sus características fundamentales son las siguientes:

– Al igual que los Planes de Ahorro 5, cuenta con un beneficio fiscal claro: la no tributación por el rendimiento de la inversión realizada siempre que se den una serie de condiciones en el rescate.

#### ***El objetivo de los PIAS es poder complementar la futura pensión de la Seguridad Social que perciba la persona que aporta***

– Se puede rescatar en forma de renta vitalicia o en forma de capital.

– Si se rescata en forma de renta vitalicia, cuenta con la ventaja fiscal de que si en el momento del rescate se cuenta con una antigüedad de 5 años desde que se hizo la primera aportación, los rendimientos que se hayan generado hasta el inicio de la constitución de la renta quedarán exentos de tributación, tributando solamente según se vaya cobrando la renta, con una reducción en función de la edad.

– El rescate también se puede realizar en forma de capital, no tributando por los rendimientos si han pasado 5 años desde la apertura del producto. De este modo se iguala a los Planes de Ahorro 5.

– En caso de rescate anticipado (antes de los 5 años), se tributaría como cualquier otro producto de ahorro, sujetos los rendimientos a la consiguiente retención, del mismo modo que cualquier depósito bancario, cuenta de ahorro o seguro de ahorro.

#### ***Características***

- No se puede aportar más de 8.000€ / año

- El límite total de aportación es de 240.000€ a lo largo de la vida del producto, es decir, no se puede aportar al mismo más de 30 años.

- Sólo se puede contratar un PIAS por persona.

- Tienen que tener garantizadas el 100% de las aportaciones realizadas.

Para cualquier decisión acerca de este tema o si le surgieran dudas al respecto, no tiene más que ponerse en contacto con nosotros.

**Para cualquier consulta o gestión puede mandar un e-mail a: [jmretamal@asefarma.com](mailto:jmretamal@asefarma.com)**



**ASEFARMA**  
Gestión Dinámica de Farmacias

## Tenemos más de 300 farmacias a la venta

Muchas de ellas, en nuestra web: [www.asefarma.com](http://www.asefarma.com)



Visítenos



### Aquí, le mostramos algunos ejemplos...

#### C. Valenciana

Farmacia en Alicante, 929.000€ de facturación y excelente ubicación.

Farmacia en Valencia capital, ubicada en una zona en expansión. 396.000€ de facturación.

#### Aragón

Farmacia en la provincia de Teruel, situada junto a la autovía. 120.000€ de facturación.

Farmacia en la provincia de Zaragoza. 196.000€ de facturación.

#### Cataluña

Inmejorable oportunidad en Catalunya. Beneficios antes de impuestos de casi 300.000€ y retorno de la inversión en 5 años. Calidad de vida en un entorno incomparable.

Farmacia en Barcelona capital, ideal 1ª farmacia!, barrio agradable, por no poder atender. Facturación 300.000€.

Farmacia en el corazón de Barcelona, facturación alrededor de 800.000€.

Venta por jubilación. 900.000€ de facturación. Local en propiedad.

Sólida farmacia en Gerona. Local en alquiler con posibilidad de compra. Facturación 600.000€.

#### C. Madrid

Farmacia para traslado en Madrid capital.

Farmacia en Madrid capital, 8 horas. Facturación de 900.000€.

Farmacia en la zona norte de Madrid, en barrio muy poblado.

Farmacia en la Comunidad de Madrid, con un 30% de SOE. 1.800.000€ de facturación.

#### Castilla - La Mancha

Farmacia rural en Cuenca, local en alquiler y 230.000€ de facturación.

Farmacia en la provincia de Toledo. Local en alquiler y 420.000€ de facturación.

#### Baleares

Farmacia en Baleares. Facturación en torno a los 350.000€.

Llevamos más de veinte años trabajando al lado del farmacéutico.

Oficinas Centrales - C/ General Arrando 11 1º - 28010 Madrid  
Madrid - Barcelona - Oviedo - Valencia  
Telf.: 91 445 11 33 - 902 120 509