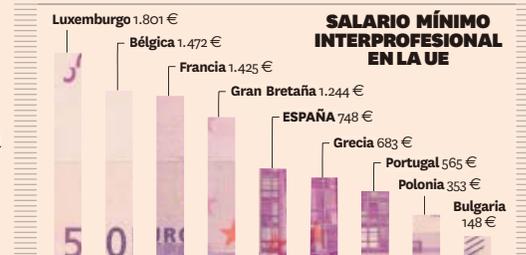


EL DATO DEL MES

El salario en España y en nuestro entorno

El SMI (salario medio interprofesional) lo fija el Gobierno con base en distintos parámetros. En España, su última subida fue de un 0,60% en 2013, pasando de 641,40 a 645,30 euros. Desde entonces, no se ha tocado. FUENTE: DATOSMACRO.COM



INVERSIÓN Y AHORRO

Tendencias, oportunidades, recomendaciones...

Cuentas nómina para mileuristas

Tener una nómina de 1.000 euros al mes puede reportar ciertos beneficios. Existe una amplia oferta bancaria donde se ofrecen regalos, atractivos descuentos y ventajas en préstamos a cambio de domiciliar el ingreso



LUIS F. SANZ

BEATRIZ P. GALDÓN

Los bancos están adaptando poco a poco su oferta a la realidad económica y social que prevalece con la crisis. Y la realidad no es otra que una elevada tasa de paro, recortes en salarios y servicios sociales, y unas perspectivas de recuperación muy, muy lentas. El objetivo no es otro que seguir captando nuevos clientes, aunque respondan a un perfil menos exigente, y ganarse su confianza.

En España hay 12 millones de personas con unos ingresos anuales de 12.000 euros brutos, según acaba de confirmar el Ministerio de Hacienda; lo que implica que están cobrando 1.000 euros al mes. Son conocidos como mileuristas, término que se acuñó hace ya unos años para designar a aquellos jóvenes profesionales con un alto nivel de preparación académico, pero que percibían una remuneración muy baja, y que hoy alcanza a cualquier rango de edad y profesión.

El mileurista seguramente tenga que hacer encaje de bolillos para llegar a fin de mes. Pero si tiene la suerte de contar con ese ingreso fijo, puede aliviar parte de la carga económica de cada mes a través de las cuentas nómina.

Las cuentas nómina son cuentas bancarias con algún tipo de beneficio para el cliente y que se pueden utilizar para cualquier operativa, como,

12 millones de españoles tienen ingresos de 1.000 euros al mes. Este grupo puede acceder a las ventajas de las cuentas nómina

por ejemplo, retirar efectivo o domiciliar pagos. El punto de partida para que los mileuristas puedan acceder a este producto es tener domiciliada la nómina en la entidad, que deberá ser de al menos 1.000 euros mensuales. Evidentemente, cuanto más altos sean los

ingresos, mayores serán las posibilidades de obtener mejores ganancias.

El mileurista que se decante por una cuenta nómina puede acceder en este momento a una amplia gama de regalos. Los bancos ofrecen dinero en efectivo; televisores; iPad; móviles de última generación; descuentos en comercios y gasolineras; paquetes de ocio; descuentos en seguros; tarjetas de crédito y débito gratuitas; eliminación de comisiones; devolución de un porcentaje de los recibos del hogar; anticipo de nómina; exención de comisiones; transferencias sin costes, y la posibilidad de obtener mejores condiciones en la contratación de hipotecas, préstamos o depósitos.

Cada banco tiene un paquete diseñado para su cliente en función de sus ingresos. Lo importante es analizar al detalle cuál se ajusta más a nuestro interés. Es decir, cualquier regalo puede resultar poco ventajoso si a cambio los requisitos son muy exigentes.

CUENTAS Y BENEFICIOS

CUENTA NÓMINA ▶ Es una cuenta bancaria que funciona como una cuenta corriente, pero obliga a domiciliar una nómina de un importe mínimo. Se puede utilizar para hacer cualquier operativa, como retirar efectivo. El cliente percibe una serie de ventajas y no tiene comisiones.

CUENTA CORRIENTE ▶ Es la más habitual. Permite hacer cualquier operativa y disponer del dinero en todo

momento, pero no ofrece ninguna remuneración. Suele cobrar algún tipo de comisión.

CUENTA REMUNERADA ▶ También se la denomina cuenta ahorro, ya que está destinada a sacar provecho de nuestros ahorros más que a utilizarla como medio de nuestros pagos. Se percibe una rentabilidad mensual que suele ser más elevada al principio del contrato. Algunas no permiten domiciliar la nómina o los

recibos ni tener asociadas tarjetas.

CUENTA VIVIENDA ▶ Es un producto propio para clientes que van a comprar su primera casa o que piensan hacer reforma en su vivienda habitual. La principal ventaja que tenía era la desgravación fiscal, pero a partir del 1 de enero de 2013 quedó eliminada la deducción por aportaciones a la cuenta vivienda. Por este motivo, ningún banco comercializa actualmente este producto.

Normalmente, los bancos piden al cliente una permanencia de entre 24 y 36 meses en las cuentas nómina. La mayoría de las ofertas van destinadas a la captación de nuevos clientes y precisan en ciertos casos la contratación de algún producto, un consumo mínimo en tarjetas o la domiciliación de recibos. Siempre hay que leer la letra pequeña del acuerdo que se vaya a formalizar con el banco.

Cuentas remuneradas

Hay algunas cuentas nómina que están remuneradas, aunque no es lo habitual. Es el caso de la Cuenta Nómina de Bankinter, que ofrece una TAE del 5% el primer año y del 2% el segundo. Eso sí, el saldo máximo remunerado diariamente no excede de los 5.000 euros. Y, como cuenta nómina, requiere la domiciliación de la nómina o pensión de un mínimo de 1.000 euros y la domiciliación de 3 recibos.

La Cuenta Nómina de ING es de las pocas que no pide vinculación al SIGUE EN PÁG. 2 >

LAS CUENTAS BANCARIAS CON MÁS ATRACTIVO PARA MILEURISTAS

| | | | | | | | |
|---|--|--|--|--|---|--|--|
| <p>ING DIRECT</p> <p>CUENTA NÓMINA ING Remuneración: Devolución del 3% en el combustible Galp sin límite de importe y en las compras efectuadas por Visa Débito y Visa Oro; tarjetas y mantenimiento gratis. Requisitos: Domiciliación de nómina, sin compromiso de importe mínimo ni permanencia, y de recibos.</p> | <p>"la Caixa"</p> <p>CUENTA NÓMINA NUEVOS CLIENTES Remuneración: Televisor LED Samsung 22" o Samsung Galaxy Tab2; cibertarjeta para compras online sin cuotas anuales, y tarjeta de débito y mantenimiento gratis. Requisitos: Nómina mínima de 600 euros con compromiso de permanencia de 12 meses; domiciliación de recibos y utilizar la tarjeta de crédito, débito o prepago.</p> | <p>Sabadell</p> <p>CUENTA EXPANSIÓN Remuneración: Devolución del 3% de los recibos domiciliados, hasta un máximo de 20 euros al mes; descuentos en seguros de hogar, automóvil y vida, y tarjetas y mantenimiento gratuitos. Requisitos: Nóminas o ingresos mensuales a partir de 700 euros domiciliados por primera vez en la entidad.</p> | <p>bankinter</p> <p>CUENTA NÓMINA Remuneración: 5% TAE el primer año; anticipo de nómina; seguro de accidente gratuito hasta un máximo de cobertura de 6.000 euros, y tarjetas y mantenimiento gratuitos. Requisitos: Nómina mínima de 1.000 euros con compromiso de permanencia de 2 años.</p> | <p>santander</p> <p>ÍSANTANDER Remuneración: Devolución del 2% de los recibos, con un máximo de 25 euros al mes; 2% de ahorro en las estaciones Galp y descuentos en cadenas comerciales y otros productos; tarjetas y mantenimiento gratuitos. Requisitos: Ingreso mínimo mensual en cuenta de 700 euros y domiciliación de recibos.</p> | <p>BANCO POPULAR</p> <p>EL ESTIRÓN Remuneración: Adelanto sin intereses de la nómina y pensión hasta 1.800 euros; tarjetas gratis; devolución del 2% de los recibos del hogar con un máximo de 14 euros al mes; seguro de accidente gratuito, y préstamo de hasta 30.000 euros con condiciones ventajosas. Requisitos: Domiciliación de nómina o pensión, mínimo de 600 euros sin compromiso de permanencia, y un recibo mínimo domiciliado.</p> | <p>Bankia</p> <p>CUENTA NÓMINA Remuneración: Sorteo de 30 televisores; servicio de descubierta por valor del 70% de la nómina con un máximo de 1.100 euros; seguro gratuito de accidentes; la obtención de préstamos e hipotecas en mejores condiciones, y mantenimiento gratis. Requisitos: Nómina igual o superior a 450 euros y tener algún producto contratado de la entidad como un plan de pensiones.</p> | <p>Santander</p> <p>QUEREMOS SER TU BANCO (1.000) Remuneración: Descuentos en Asisa, Esyjet, El Corte inglés, Europcar, Galp, Halcón Viajes, Paradores, Race, Viajes Iberia, Orange y Endesa; tarjetas y mantenimiento gratuitos. Requisitos: Al menos dos productos: nómina o pensión, plan de pensiones; hipoteca; saldo mensual medio de más de 12.000 euros en productos de ahorro o tener al menos 1.000 acciones del Santander.</p> |
|---|--|--|--|--|---|--|--|



cliente ni permanencia. Se puede cerrar en cualquier momento sin gasto alguno y además está exenta de toda clase de comisiones. Las bonificaciones son más limitadas, pero aún así devuelve el 3% del importe de las compras que se hayan efectuado en las estaciones de servicio Galp o Shell.

La Cuenta Nómina de OK Openbank (Grupo Santander) y la de Unicaja también son de las pocas que ofrecen dinero en metálico al cliente en el momento de la apertura; 80 y 90 euros, respectivamente, además de otra serie de ventajas.

En el cuadro adjunto a esta información aparecen las

mejores ofertas que tienen los bancos en cuentas nómina. Pero prácticamente todas las entidades, tanto nacionales como extranjeras, ofrecen productos similares. En algunos casos, la contratación tiene un periodo de tiempo limitado y en la mayoría se puede gestionar a través de Internet.

Garantías y fiscalidad

Los regalos que reporta una cuenta nómina tributan, ya que se consideran una remuneración en especie y, por tanto, exigen una retención fiscal como rendimiento de capital mobiliario. La retención mínima es de un 21%. Las cuentas nómina de bancos españoles están garantizadas por el Fondo de Garantía de Depósitos, igual que las cuentas corrientes, cuentas ahorro y depósitos, hasta un máximo de 100.000 euros.

Si bien las cuentas nómina requieren la domiciliación de la nómina, también hay otras modalidades que, sin embargo, permiten el acceso a las ventajas que ofrece este producto si se es autónomo, pensionista o si simplemente se dispone de unos ingresos mínimos regulares.

COMENTARIOS DE LOS LECTORES A MIBOLSILLO

Formas de subir el IVA sin que lo parezca

No van a parar hasta que la barra de pan nos cueste 4 euros y sea un producto de lujo. **UNOMASDELMONTON**

Por supuesto que suben el IVA y lo que haga falta. La cosa es más bien simple, los ciudadanos normales y trabajadores pagamos por todo, y más caro, para que los políticos y sus amigos (banqueros, millonarios, etc.) sigan con sus sueldos millonarios. **MAPASHITO**

Llegará un momento en el que por mucho que suban el IVA no van a poder recaudar mucho más. Lo único que están haciendo es matar lo que queda de economía española. Si quieren recaudar más dinero o mejor y no gastar más del que tenemos, que le echen pelotas: quitar poder a las autonomías eliminando duplicidades, cerrar empresas públicas inútiles, etc. **UNOQUEVA**

Que las cosas han subido una barbaridad está claro. Basta con ir a un supermercado: lo

que antes costaba 1 euro ahora está a 1,8. En todos los productos, o casi todos, veo subidas de varios céntimos, 5 o 10. Puede parecer una tontería, pero si sumas, verás que cada vez es más caro comprar lo básico, y todo con unos sueldos tercermundistas que no suben (a los que tenemos la suerte de tener alguno). **YAYI**

¿Ahorra dinero el cambio de seguro?

Señores de compañías aseguradoras, ¿por qué no



Contacta con nosotros

WEB 2ominutos.es/mibolsillo
@MiBolsillo
EMAIL mibolsillo@2ominutos.es

quitan esa parte que dice «Seguro de retirada de carné»? Si a un incívico se le ha retirado el carné, lo lógico es que no se le premie, más bien que se le castigue con al menos una duplicidad de prima y conservando solo el seguro obligatorio. **NARANJA3**

La comida tradicional se reinventa

La mayoría no son nuevos, lo que no quita que estén muy bien, como el aerosol de aceite o la cecina para untar. No veo problema en utilizar nuevos formatos siempre que aporten algo. Lo de la tortilla

de patatas lo veo una sobrada, como las patatas con flor de sal. En mi opinión saben exactamente igual que cualquier otras. **TUTXOA**

Zapatos fabricados en España

Mejor para todos será la fabricación nacional. Eso sí, hay que dar un buen producto a precio razonable y que sea al final mejor que lo que viene de fuera. **SABÚ**

El calzado español siempre ha sido sinónimo de calidad. Pero, como siempre, hay mucho listo para aprovecharse. **ALJAVI**

"Soy María y como yo hay 650.000 personas que cobramos los dividendos* de Iberdrola. Con este dinero mi hijo puede mejorar su inglés."

Iberdrola eres tú



*Sistema Iberdrola Dividendo Flexible





A golpe de click, las redes sociales, los medios digitales e Internet nos dan acceso inmediato a la información de los mercados.

GTRES

Desde el salón... al parqué

Las nuevas tecnologías permiten invertir en Bolsa y que nosotros seamos nuestro propio bróker. Para los más precavidos hay simuladores sin riesgo

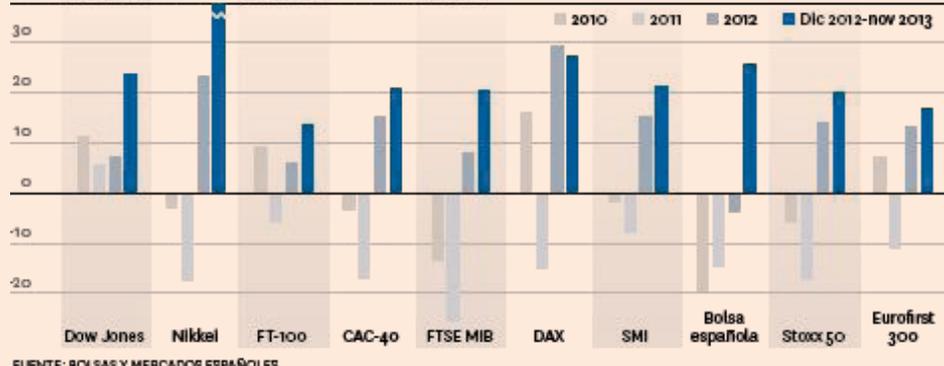
NICOLÁS M. SARRIÉS

Lo hemos visto en películas como *El lobo de Wall Street*: uno puede ganar mucho dinero en la Bolsa, si sabe cómo. Cada vez son más personas las que, si tienen la suerte de disponer de un capital para invertir, se atreven a ser ellos mismos los que gestionen su cartera de valores. Ellos diseñan la estrategia y ellos asumen el riesgo o el beneficio de sus decisiones.

El auge de las redes sociales y de la informática y las telecomunicaciones permite ahora estar informado en tiempo real con un coste reducido. Así, tanto la banca tradicional como empresas especializadas ponen a disposición de los clientes plataformas tecnológicas que nos facilitan ser nuestros propios brókeres. Nunca fue tan fácil.

Lo más importante es tener clara nuestra estrategia y nuestros objetivos. Desde Bolsas y Mercados recomiendan «definir con precisión qué riesgo está dispuesto a asumir, o dicho de otro modo, qué nivel de beneficio/pérdida

RENTABILIDAD DE INDICES INTERNACIONALES



FUENTE: BOLSAS Y MERCADOS ESPAÑOLES

H. DE PEDRO

espera aplicar a dicha inversión». Y es que la inversión bursátil tiene la ventaja de que las ganancias son potencialmente infinitas, pero la inversión es la menos garantizada de todas, y uno puede perder todo el capital invertido si no está atento.

Establecer topes a la caída

Precisamente para evitar grandes pérdidas, los expertos recomiendan establecer las llamadas *stop loss*. No son sino órdenes automáticas que podemos fijar a través de Internet y mediante las cuales si un valor concreto

baja de determinado precio se realiza una venta a un precio prefijado. Las entidades financieras cada vez ofrecen una gama más amplia de órdenes avanzadas y condicionadas, con las que poder garantizar una cierta estabilidad en la inversión sin tener que estar pendiente a cada evolución del mercado.

Dicho lo cual, la inversión particular en Bolsa no es como la de un fondo, en la que un gestor (que cobra por ello) se encargará de lograr la máxima rentabilidad para nuestro capital. Pese a las prevenciones que podamos tomar,

Sin experiencia, optar por lo simple

Más allá de que nos desfogemos en un programa de simulación de Bolsa, los expertos recomiendan no ir más allá de que uno pueda entender en cada momento. Es decir, que a pesar de que se ofrezcan productos como *warrants*, futuros y opciones, éstos suelen ser complejos y no aptos para aquellos que no tengan un dominio alto de los mercados financieros. Es preferible invertir con menos expectativas de ganancia, pero también con menos riesgo.

WEBS Y APLICACIONES PARA INVERTIR EN BOLSA

Cada vez hay más y mejores programas y páginas web con los que invertir en Bolsa. Para los más precavidos, también hay aplicaciones para solo invertir de forma simulada.



PRO REAL TIME

Se autodenomina como «la referencia de los programas de Bolsa en línea». Es gratuito y está especializado sobre todo en el análisis, por el cual hay que pagar en función de la calidad que estemos dispuestos a sufragar. La tarifa de la licencia «no profesional» básica cuesta 22,41 euros al mes, y la profesional 151€.

www.prorealttime.com



LA BOLSA VIRTUAL

Una de las páginas de referencia para la simulación de inversión en Bolsa. Permite replicar, por ejemplo, el comportamiento del Ibex-35, realizar competiciones con amigos, así como realizar operaciones avanzadas y complejas. Es gratis y da acceso a cursos gratuitos de mercado bursátil.

www.labolsavirtual.com

una inversión exitosa en Bolsa implica estar al tanto de la actualidad económica y de la evolución de nuestras acciones. «Es importante vigilar las posiciones. Sobre todo si nos hemos propuesto un límite de pérdidas concreto», explica Javier Tejedor, responsable de producto de Self Bank.

El largo plazo, esencial

También es esencial, según los expertos consultados por este diario, tener claro el plazo de vigencia de la inversión. Y es que la evidencia científica demuestra que «la Bolsa a largo plazo es una inversión rentable y segura», tal como indican desde Bolsas y Mercados, que aseguran que para periodos de diez años en adelante no hay ninguna inversión que garantice una rentabilidad mayor que una cartera diversificada de acciones. Pero para que la inversión pueda llegar a rentabilizarse hemos de tener claro (o al menos todo lo claro que sea posible) que ese capital que invertiremos en Bolsa no lo necesitaremos en cuanto tengamos algún problema de liquidez temporal.

Jugar para practicar

Para aquellos que puedan estar atraídos por el universo bursátil pero no se atreven a destinar su propio dinero, páginas web como *La Bolsa Virtual* posibilitan el jugar con acciones y otros productos financieros sin arriesgar ni un euro. Esta plataforma replica exactamente el comportamiento de los mercados financieros, y permiten a los futuros inversores hacerse una idea sobre cómo les hubiera ido si las operaciones hubieran sido reales.

«Los simuladores son herramientas muy recomendables si nunca hemos investi-

do en Bolsa. Nos ayuda no solo a familiarizarnos con el mundo bursátil, sino que los modelos más elaborados replican incluso los costes que nos acarrearían las comisiones del bróker», señala Javier Tejedor.

Traders desde el móvil

Aquellos que efectivamente tengan conocimientos financieros y experiencia en el mercado bursátil también pueden dar un salto tecnológico y gestionar ellos mismos la compra y venta de sus acciones. Y es que cada vez hay más páginas y aplicaciones de móvil que permiten hacer *trading* de forma relativamente fácil.

Por ejemplo, la aplicación de la firma de inversión internacional *Investing.com* se puede descargar de forma gratuita para terminales An-

24.000

dólares (17.300 €) es el precio de un terminal Bloomberg, una herramienta esencial de los inversores profesionales.

droid. Da acceso a cotizaciones en tiempo real, análisis y herramientas como gráficos y los perfiles de otros usuarios. Por su parte, La Caixa ofrece también gratis *Bolsa Abierta*, una aplicación que da acceso a la evolución de los índices bursátiles y la cotización de valores, así como gráficos de evolución a un día, semana, mes y año. Incluye además la opción de compra directa de acciones. Una opción similar se ofrece a los clientes de Self Bank, que a través de iPhone pueden acceder a una aplicación con la que dar órdenes de compra y venta.



BOLSA ABIERTA

Es gratuito para clientes de La Caixa. Esta aplicación, disponible para usuarios de cualquier smartphone, permite conocer la evolución de los índices, la cotización de valores con gráficos diarios, semanales, mensuales y anuales y da la opción de comprar acciones en el acto.

portal.lacaixa.es/caixamovil/sto-re/appborsaoberta_es.html



IMPOK

Ellos mismos se definen como «un espacio de encuentro entre inversores particulares y gestores profesionales» en el que se puede conocer en tiempo real las decisiones de los distintos miembros del mercado. Incluye además aplicaciones gratuitas en iPhone y Android para el inversor particular.

www.impok.com



METATRADER 4

Más allá del análisis y la estrategia para las que están pensadas otras, esta herramienta está desarrollada especialmente para la operativa del trader. Es decir, para comprar y vender valores en tiempo real. Es gratuita e incluye aplicaciones no solo para PC, sino también para móviles iPhone y Android.

www.metatrader4.com



METASTOCK

En la misma línea que Metatrader, pero de pago. Es una de las herramientas preferidas de los traders profesionales, pero también incluye programas y materiales de entrenamiento (también de pago). Su precio lo hace aconsejable para personas que se dediquen de forma profesional a la Bolsa.

www.metastock.com

1,05

billones de € fue la capitalización total de la Bolsa Española a finales de 2013

19,8%

de beneficios más registraron las compañías españolas que cotizan en Bolsa

55%

ha subido la Bolsa desde el apoyo al euro del BCE



ETORO

«La red de inversión social líder del mundo», una herramienta para conectar a operadores e inversores de todo el mundo. Un usuario puede, por ejemplo, ver los movimientos de los operadores más exitosos y replicar sus decisiones. Permite comerciar con divisas, materias primas e índices.

www.etoro.com/es



PC BOLSA

Se trata de un panel de información bursátil que permite realizar seguimientos a valores y analizar los mercados. Se utiliza como una extensión en el navegador, el cual utiliza como un interfaz. Permite ver alarmas, noticias, carteras de valores, mercados... Su descarga es gratuita y es fácil de usar.

www.pcbolsa.com



VISUAL CHART

Destinado a inversores institucionales y particulares, es una herramienta de pago, si bien permite probarlo de forma gratuita durante tres días. Entre otras aplicaciones, incluye una para el móvil que permite visualizar información financiera y datos del mercado bursátil en tiempo real.

www.visualchart.com



INFOBOLSA

Esta web, amparada por las bolsas española y alemana, proporciona información actualizada de cotizaciones, índices y todo tipo de productos. Incluye servicios de pago para profesionales e información financiera completa para usuarios particulares o principiantes.

www.infobolsa.es

«Informarse del riesgo, la clave»

Javier Tejedor, de Self Bank, recomienda a los inversores en Bolsa primerizos «no utilizar dinero que podamos necesitar; es muy volátil»

N. M. S.

Lo primero que tendría que tener en cuenta una persona interesada en invertir en Bolsa por primera vez es que debe informarse sobre los riesgos que asumiría. Es la principal clave», señala Javier Tejedor, responsable de producto de Self Bank, firma especializada en la inversión bursátil. En opinión de este experto, es muy importante también «no invertir nunca un dinero que pensemos que podremos necesitar en un futuro próximo. La de Bolsa se debe plantear como una inversión a largo plazo, ya que

los valores son muy volátiles y en un determinado periodo se puede perder buena parte de la inversión», explica.

Una vez que se tenga claro el nivel de riesgo asumible y el dinero con el que se está dispuesto a jugar, Tejedor considera «fundamental» valerse de un sistema para concretar las inversiones que se quieren llevar a cabo. «Básicamente hay dos sistemas: el análisis técnico y el fundamental. Para ello, si no somos expertos en el tema, tendremos que tener en cuenta la opinión de los expertos», indica. Las entidades bancarias y otras compañías de inversión (co-



Varios agentes e inversores miran a una pantalla con la evolución de los valores bursátiles en la sede madrileña de la Bolsa española.

ARCHIVO

Las comisiones pueden ser una de las claves: determinarán el margen de cada operación

mo la propia Self Bank) pueden proveer a los usuarios precisamente de estos informes, con los que conocer las cuentas y la solvencia de una

compañía o un producto determinado.

Huevos en distintas cestas

Una vez que tengamos un sistema, Tejedor recomienda decidir si se opta por invertir en una sola empresa o sector o si se conformará una «cartera de valores». Esta no es sino un grupo de inversiones distintas, en las que se diver-

sifica en compañías de diversos sectores y ámbitos geográficos. «Si uno no tiene grandes conocimientos financieros se debe diversificar por empresas y zonas geográficas, para minimizar las pérdidas en caso de algún suceso inesperado»

«Después», explica, «es importante elegir bien el broker mediante el que realizare-

mos las compraventas. Tenemos que mirar bien quién es el que mejores tarifas nos ofrece, ya que dependerá de esto que podamos tener unos buenos márgenes o incluso pérdidas según la operativa que llevemos a cabo», advierte. Y es que las distintas compañías que nos ofrecen el servicio de compra y venta de valores no solo pueden cobrar una comisión por estas operaciones. También hay que pagar, habitualmente, por servicios como operar en uno o varios mercados (Europa y Estados Unidos, por ejemplo). Además, hay que sumar a los costes el llamado canon de Bolsa, que es igual para todos los agentes bursátiles.

Por último, Javier Tejedor recomienda tener precaución con las inversiones apalancadas. Éstas permiten, con dinero prestado, obtener ganancias mucho mayores en caso de éxito, pero por contra «suponen también un riesgo elevado» en la medida que puede suponer pérdidas mayores a la inversión inicial.

ENTRA EN **20minutos.es**
Y ACÉRCATE A:

ESTILO PONTEJOS
TRANSPORTES CARMONA

Bankia

MI
NEGOCIO
Y YO

'MADE IN SPAIN GINS'



BOTANIC. Clase Ultra Premium, con 45°, producida por las bodegas de Jerez Williams and Humbert en territorio británico. Uno de sus componentes botánicos es la mano de Buda.

Precio: 21,89 €



NORDÉS. Ginebra Premium, definida como la Atlantic Galicia Gin. Con 40° de graduación alcohólica, está destilada a partir de vino de albariño y selección de botánicos gallegos como la hierbaluisa.

Precio: 23,95 €



GINSELF. Ginebra Premium de 40° fabricada en la localidad levantina de Benicàssim (Castellón), en la que destacan los botánicos enebro, chufa y mandarina, con triple destilación.

Precio: 27,99 €



RIVES SPECIAL GIN. Premium London Dry de 40° obtenida por triple destilación, dos de grano y una tercera con componentes botánicos como enebro, corteza de naranja, de limón y otros.

Precio: 21 €



MASCARÓ 9 GIN. Ginebra tipo London Dry de 40°, de producción barcelonesa por Antonio Mascaró, que utiliza componentes botánicos típicos de la costa mediterránea.

Precio: 19,66 €



MACARONESIAN WHITE GIN. Ginebra Premium de Canarias por Destilerías Santa Cruz de Tenerife, con 40° y elaborada con enebro, cardamomo y agua pura de las galerías volcánicas de las islas.

Precio: 25,59 €



GIN MARE. Ginebra Premium de diseño, creada en el Mediterráneo por Global Premium Brand, de 42,7°, con botánicos que le confieren características especiales.

Precio: 29,99 €

EL 'GIN-TONIC' PERFECTO EN 7 PASOS

- 1 Copa de balón para resaltar los aromas.** Los aromas de la ginebra destacan con la tónica y se perciben mejor. En un vaso estrecho, la ginebra no se expande con la tónica. Cuanto más fino sea el cristal, más resaltará al paladar y a la vista.
- 2 Perfumar con limón verde.** Deslizar la corteza de un limón verde por el borde de la copa; a continuación, doblarla suavemente sobre el hielo para perfumarlo. Pero nunca utilizar el jugo o la pulpa, porque reacciona con el carbónico y elimina las burbujas de la tónica.
- 3 Cuidado con los hielos.** No muy grandes, mejor muchos que pocos y grandes. Y mejor hechos con agua de mineralización débil.
- 4 Los ingredientes marcan el sabor.** Dependiendo de la ginebra y la tónica. Mejor tónicas suaves que no enmascaren el sabor de la ginebra.
- 5 Proporciones ideales.** Poner cuatro cubos de hielo, cinco pulsos de Ginebra -contar hasta cinco despacio- y tres cuartas

Un 'gin- tonic' con sabor muy español

Beber este combinado es lo más 'in' del momento, hasta el punto de que la ginebra es la única espirituosa cuyo consumo crece en España, superando los 30 millones de litros anuales

J. F.

De la tabla de la consultora Nielsen sobre el consumo de ginebra en España se pueden concluir dos cosas: su consumo se ha disparado en el último año y, aunque ha remontado en bares y discotecas, la crisis ha disparado la copa en casa. La moda del *gin- tonic*, un combinado de lo más *cool*, es responsable del tirón de esta bebida que ya supone el 15% de los 220 millones de litros de espirituosas que se consumen en España.

Aún así, todavía está lejos del 27% del whisky y el 17% del ron oscuro pero, a diferencia de la ginebra, están reduciendo su peso. Los datos de Nielsen determinan que las bebidas fuertes, de mayor graduación, han descendido en España un 5%, tanto en bares como en casa; por contra, la ginebra es la única cuyo consumo ha aumentado en el último año, concretamente un 6,9%, especialmente en casa. Como curiosidad, España es el tercer país donde más litros de

EL MERCADO DE GINEBRA EN ESPAÑA

ginebra se consumen (más de 30 millones), por detrás de Filipinas y Estados Unidos.

El interés por la ginebra ha generado una explosión de marcas hasta sumar dos centenares de las ginebras de venta en España, con un *boom* de marcas nacionales, que superan el medio centenar.

No todas son iguales. La legislación comunitaria diferencia tres tipos: la *gin*; el *gin* destilado y el *London gin*, que no permite edulcorantes ni colorantes con el enebro como componente fundamental,

Presumir de 'premium' sin serlo

Para que una ginebra sea *premium* debe estar avalada por la reglamentación europea *London Gin*, que establece que debe ser *fina, ligera, delicada, muy voluble, sensible y no pesar. Así, aunque se denominen premium, la calidad la determina la destilación, que mide parámetros muy claros, como las diez semillas principales destiladas en alambiques de cobre y la pureza del alcohol y del agua.*

aunque cada una tiene sus secretos, que le confieren identidad y exclusividad.

Las ginebras españolas pretenden diferenciarse con unos botánicos patrios, inclusive regionales (atlánticas, mediterráneas, andaluzas...) para dotarse de personalidad propia y posicionarse en la gama alta. Aún así, el volumen consumido de ginebra española está muy lejos de las grandes marcas como Beefeater, Tanqueray o Seagrams. Otro cantar es la calidad y el precio.

Premios internacionales

Siempre es arriesgado hablar de las mejores o las peores, pues el gusto es soberano, aunque hay jurados que reparten premios por todo el mundo. Entre los galardones más prestigiosos está el San Francisco World Spirits, cuya última edición, la de 2013, premió a cinco ginebras españolas, cuatro medallas de plata: Gin M5, Rives Premium, Rives London Dry y Tann's Gin, y una de bronce: Gin Mare.

La edición de 2014 todavía está por desvelar, pero ya se sabe que otra marca de la bodega jerezana Rives, la 1880, ha obtenido medalla de oro. La London Dry Beefeater presume de ser la ginebra más premiada del mundo.

Augusto Romero Haupold, presidente de Rives, considera que el *marketing* que rodea el *gin- tonic* ha favorecido la imagen de este combinado que ha vuelto a ponerse de moda en España a pesar de que hace unos años sonaba antiguo. Romero Haupold resalta el públi-

co femenino, atraído por su elegancia y por tratarse de una bebida alcohólica más suave.

Un tirón que se ha internacionalizado hasta el punto de que en Estados Unidos hablan del *spanish gin- tonic*. El presidente de Rives también remarca como causa del éxito su versatilidad, ya que no solo se trata de una copa de noche, sino que es frecuente también después de las comidas, a media tarde o en el *after work*.

En parte ha contribuido el carácter digestivo de los dos componentes, pues tanto la *gin* como el *tonic* nacieron con fines medicinales; la ginebra, en Holanda en el siglo XVI, y la tónica, para combatir la mala-

188

kilocalorías tiene de media un *gin- tonic*, 112 por la ginebra y el resto por la tónica, aunque se puede rebajar con tónicas *light*



partes de un botellín de tónica. Es decir, uno de ginebra por tres de tónica. Y mezclar ligeramente con una cucharilla de cóctel.

6 Efecto al servirlo. Prepararlo con la ginebra fría, vertida en la copa despacio, a poca altura. A continuación, añadir suavemente la tónica para que no pierda burbuja. Y una sola vuelta con la cucharilla para mezclar alcohol y burbujas.

7 Un toque distintivo y propio. Ácido, con una rodaja de fruta ácida, manzana, kiwi o fresa para redondear el sabor o dulce y exótico, añadiendo una pizca de vainilla fresca.

Consejos de la bodega Rives

Viaja MÁS por menos



Para viajar del 1 de Mayo al 31 de Octubre

| | | |
|--------------|-----------------|------------|
| ALEMANIA | ESLOVENIA | POLONIA |
| AUSTRIA | FRANCIA | PORTUGAL |
| BÉLGICA | HUNGRÍA | REP. CHECA |
| BOSNIA | INGLATERRA | RUMANÍA |
| BULGARIA | ITALIA | RUSIA |
| CROACIA | IRLANDA | SUIZA |
| ESCANDINAVIA | PAÍSES BAJOS | |
| ESCOCIA | PAÍSES BÁLTICOS | |

Circuitos por europa

Hasta un **20%** Descuento



Viajes Halcón, S.A.U. CIF A-10200510 - C.I. BAL-179 - Viajes Ecuador, S.A. CIF A-10001779 - C.I. BAL-056 - Cto. del Ateneo y Librerías, km. 21,3 - Urcuquí (Manabí)
 Hasta un 20% de descuento. Para reservas realizadas hasta el 21 de abril y para viajar desde el 1 de mayo al 31 de octubre de 2014.
 Consulta condiciones de esta promoción. PLAZAS LIMITADAS.



24 Selecciones, 80 partidos,
todos las estrellas del basket mundial

y además...

paga en **10** meses SIN INTERESES*

*Financiación ofrecida por Banco Popular-e.com. Aplazamientos a 10 meses sin intereses para importes superiores a 350€ y con comisión de gestión de 12€. Ejemplos: Para financiación de 351€ (una comisión de gestión de 12€, diez restantes de 35€, importe total adeudado: 362€, TAE 7,95%). Para financiación de 1.000€ (una cuota de gestión de 12€, diez restantes de 100€, importe total adeudado: 1.012€, TAE 2,67%).

Contratar pronto abarata el viaje

Cerrar las vacaciones estivales con antelación sigue teniendo premio. Para adquirir los billetes de avión, 6 semanas será suficiente para los viajes cortos y 21 para los largos

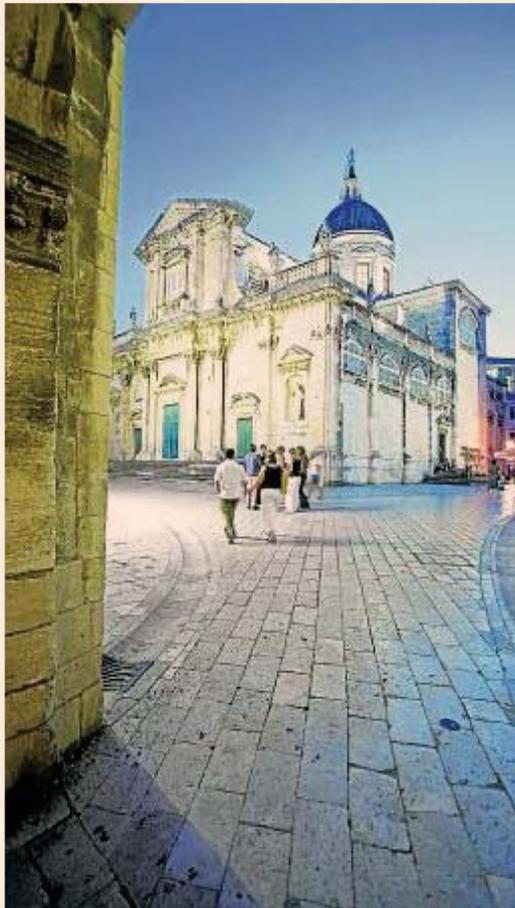
LOS 5 DESTINOS MÁS BARATOS



1 SANXENXO, PONTEVEDRA. Entre las playas más visitadas y económicas figura la de Sanxenxo, con un coste medio de 85 euros en junio y 69 euros en julio el año pasado. La posibilidad de viajar en coche, una de sus ventajas; el clima, su gran hándicap.



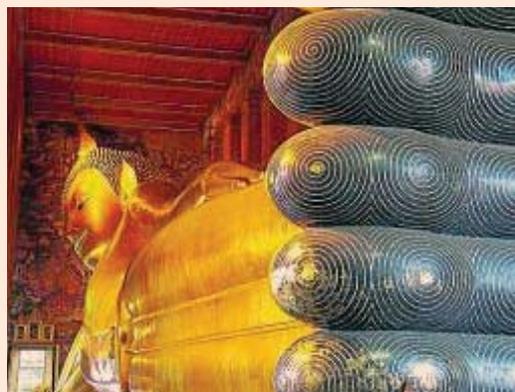
2 PUERTO DE LA CRUZ, TENERIFE. El precio medio es de 59 y 55 euros en junio y julio, pero a este hay que sumar el desplazamiento en avión, que encarecerá la factura final. A su favor, que el buen tiempo está prácticamente asegurado.



3 CROACIA. Sol y playa junto con un poco de turismo cultural y gastronómico. Los paquetes para una escapada de 4 días pueden alcanzar los 400 euros, pero la opción de viajar por tu cuenta es más económica.



4 TÚNEZ. El low cost del todo incluido que permite combinar playa dentro de un recinto cerrado al más puro estilo del Caribe con un mini-tour cultural por el país. El viaje de 8 días y 7 noches puede rondar los 350 o 400 euros.



5 BANGKOK, TAILANDIA. Los precios del alojamiento para 3 un hotel de 3 estrellas son limitados y el coste de la vida en la ciudad como turista no alcanza los 41 euros diarios. El vuelo en avión y su coste es el gran hándicap.

las ofertas de última hora, tanto en término de precios como de disponibilidad de viajes. Si bien es cierto que el coste baja cuando se acerca el cierre de cada periodo vacacional, rara vez suele ser menor al que había al contratar con varios meses de antelación.

En mayo, más barato

Para los millones de personas que hoy prefieren montar su propio tour contratando avión más alojamiento, comprar con cierta antelación es fundamental. En el caso de los billetes de avión, la última semana de enero marca el momento más propicio para la compra, pero en términos generales, mayo es el mes más barato para volar.

Sin embargo, la necesidad de ser previsor varía en función del tipo de vuelo y del destino. Para los vuelos de bajo coste y para trayectos cortos, el mayor ahorro se produce reservando con seis semanas de antelación, lo que choca con la creencia popular de que comprando el billete dos días antes el precio será menor, ya que la aerolínea es consciente de la necesidad del cliente y ajustará el precio al alza.

La dinámica es diferente en los vuelos de larga dura-

73%

de los españoles **reservan** sus vacaciones con menos de 2 meses de antelación, frente a los 6 meses de los alemanes

JOSÉ TRECET / FINANCIALRED

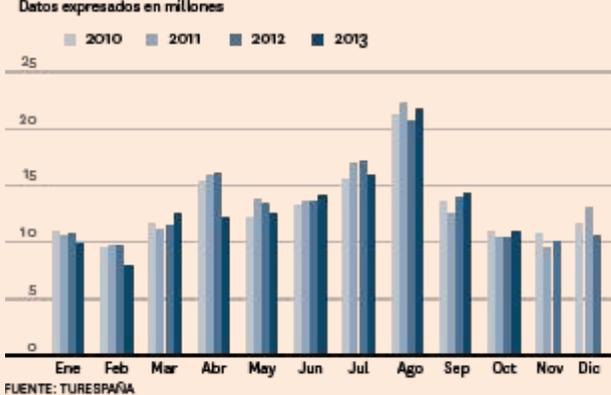
Terminan las vacaciones de Semana Santa y, aunque hayan sido unos pocos días de asueto, muchas personas empiezan ya a pensar en su próximo destino. Los expertos consideran esta forma de actuar terapéutica y una buena herramienta para evitar la depresión posvacacional. Pero ya puestos a planear, se puede ir un poco más allá e incluso cerrar las vacaciones de verano. ¿Es recomendable hacerlo?

La creencia de que una buena planificación y contratar con antelación es fuente de ahorro está muy arraigada, y la realidad es que es cierto, aunque con algunos matices. Reservar con tiempo puede ahorrar, pero sobre todo cuando está muy definido el destino y no vamos a cambiarlo. Para los perfiles más dados a la aventura y la improvisación, las ofertas de última hora compensan, en parte, esa falta de visión a largo plazo.

La mayoría de las agencias disponen de descuentos para

MOVIMIENTOS TURÍSTICOS DE LOS ESPAÑOLES Y DE VISITANTES EXTRAJEROS

VIAJES DE LOS RESIDENTES EN ESPAÑA POR MESES



quienes contratan antes las vacaciones. Así, por ejemplo, ya se pueden ver descuentos del 20% para circuitos por Europa en agencias como Nautalia o Viajes Ecuador, mientras que otros como Viajes Barceló apuestan por promocionar los destinos de playa nacionales.

Pero si existen dos tipos de viajes estrella en estas fechas son los cruceros y el Caribe. En el primero de los casos, la posibilidad de viajar fuera de las fe-

chas 'más calientes' del verano y de planear desplazamientos más cortos que las vacaciones de una semana juegan a su favor, mientras que en el segundo, impulsa a su contratación la percepción de que la oferta será más limitada conforme se acerque el buen tiempo y los meses de julio y agosto.

En ambos casos, así como en los destinos más solicitados, contratar con antelación es una ventaja incluso frente a

LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES POR MESES



Los más visitados

España es la tercera potencia mundial en términos de turismo. Cada año, más de 60 millones de personas visitan nuestro país, a lo que se unen los desplazamientos internos. Esto hace que encontrar plaza en determinados destinos sea complicado si no se busca con antelación. Cataluña, Andalucía y Valencia son las regiones más visitadas, junto con las islas, durante la época estival, con especial incidencia de turismo extranjero en Palma de Mallorca, Calvià, Lloret de Mar, Salou, Benidorm, la Costa del Adeje y Valencia. Los datos de Facebook sitúan a Barcelona, Madrid y Málaga e Ibiza como los destinos preferentes. Sevilla, Granada, Toledo o Santiago de Compostela, también entre las más visitadas.

ción y los regulares, donde anticiparse sí merece la pena. El mayor ahorro se produce comprando en torno a 21 semanas antes de la salida.

De esta forma, si queremos viajar a Italia, Gran Bretaña o Inglaterra no será necesario reservar plaza con mucho tiempo de antelación, algo imprescindible cuando el destino incluya vuelos transoceánicos.

¿Ocurre lo mismo con el alojamiento? Siempre que no se trate de un destino muy demandado se pueden aprovechar las ofertas de última hora que, en determinado tipo de viajes, harán que la ruta sea más flexible. Las grandes cadenas sí cuentan con ofertas por contratar con entre 7 y 15 días de antelación, pero en este caso el mejor momento para reservar es cuando veamos una oferta atractiva.

En cualquier caso, si de verdad queremos ahorrar en las vacaciones, nada como presupuestar, saber cuánto queremos gastar y aprovechar el poder de la Red para dar con los mejores precios.

| | | | | | | |
|--|--|---|--|--|--|--|
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | <p>Casi todos los sectores</p> <p>Con más de 1.000 marcas, prácticamente todos los sectores están representados en esta selección, que solo pretende ser una muestra de franquicias de éxito. Páginas IV a VIII</p> | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |

FRANQUICIAS, UN NEGOCIO POR EXPLORAR

La crisis ha revalorizado esta forma de hacer negocio. Aunque los datos dependen de la fuente, todos coinciden en que la franquicia ha crecido y ha creado empleo durante la crisis, una situación que se incrementará con fuerza este año

JUAN FERRARI

Aunque las cifras varían dependiendo de la fuente consultada, se puede concluir que en España operan un millar de marcas con franquicias (entre 931 y 1.087), con casi 60.000 establecimientos (entre 55.200 y 59.131), de los que el 70% son franquicias, y el resto, de las propias marcas, que emplean entre 242.000 y 325.000 trabajadores, según la fuente.

También hay disparidad sobre el comportamiento de las franquicias durante el año pasado, pues la Asociación Española de Franquiciadores (AEF) establece una aparición de 48 nuevas redes, hasta 1.087, mientras que Tormo Franchise habla de 79, hasta 931, similar a las 934 que contabiliza Mundo Franquicia. Además, la AEF considera que en 2013 se redujo el número de estableci-

mientos, el empleo y la facturación, y los consultores hablan de crecimiento.

Respecto a las previsiones de 2014, según la consultora Tormo Franchise se crearán 2.600 establecimientos, gracias en parte a las 89 redes de nuevo cuño que generarán 20.000 empleos, lo que implica un crecimiento del 4,5%, muy superior al 1% que se prevé para el conjunto de la economía española. Hasta aquí las cifras.

Expofranquicia

Para aterrizar a la realidad, se puede visitar Expofranquicia, del 24 al 26 de abril en el recinto madrileño de Ifema, donde se dará a conocer la oferta de buena parte de las franquicias españolas y se podrá aprender con numerosas charlas y talleres que pretenden orientar al emprendedor que se lo esté pensando.

Ante todo, empresario

Los expertos coinciden en que un franquiciado es ante todo un empresario y como tal debe comportarse: sin miedo al riesgo, con entusiasmo y con una capacidad inagotable de lucha y trabajo. E insisten en que no hay que dejarse ofuscar por el desempleo y lanzarse a la franquicia si no se tiene vocación de empresario. La web compre-franquicia.com dispone de un test para saber si el candidato tiene madera de emprendedor. Mejor comprobarlo antes.

20.000

empleos se crearán este año con la apertura de unos 26.000 establecimientos nuevos



Los franquiciados disponen de foro propio en Expofranquicias. ARCHIVO

Un interés que ha crecido de forma pareja a la intensidad de la crisis, pues numerosos desempleados ven en la franquicia un paso intermedio para hacerse emprendedores midiendo el riesgo, al optar por un negocio que ha sido probado por otra gente. Miguel Ángel Oroquieta, de T4 Franquicias, explica

que ellos gestionan a través de su web 6.000 consultas al día, unas 200.000 al año, de las que cuajan un 1%. Por eso, el año pasado se abrieron cerca de 2.000 nuevos establecimientos.

Pero este interés no solo está del lado de los franquiciados; también aumenta el número de empresarios que

ven la posibilidad de crecer ofreciendo franquicias. El año pasado surgieron medio centenar de nuevas enseñas en el mercado, hasta completar el millar.

Sin embargo, como matiza David Ruiz, director de Servifranquicia, no todas ellas están en crecimiento. Actualmente habrá unas 400 marcas que aceptan franquicias, ya que las 600 restantes han llegado al número óptimo de establecimientos y se limitan a gestionar los puntos de venta ya existentes.

La prueba del algodón

Ahora bien, no hay franquicia buena (ni mala), sino franquiciado bueno (o malo), como apunta Oroquieta. En definitiva, se trata de gestionar un negocio como un empresario más y eso exige condiciones y aptitudes, por lo que todos los expertos reco-

SIGUE EN PÁG. II >

VIENE DE PÁG. 1 > miendan medirse uno mismo antes de plantearse abrir una franquicia. El propio Oroquieta sugiere el método de las tres 'pes': personal, para saber lo que le gusta a cada uno; profesional, para determinar la experiencia y, por tanto, para lo que puede valer y, por último, patrimonial, lo que cada cual puede permitirse invertir.

Pero no debe priorizarse una sobre otra, pues muchos parados, deseosos de poner fin a su situación, pueden caer en la tentación de optar primero por el cuánto pueden invertir y luego en qué meter el dinero. Craso error.

Límite económico

Aunque es obvio que la crisis está modulando el perfil del franquiciado hacia personas que buscan autoempleo con inversiones por debajo de los 60.000 euros, un informe de T4 determina que el 84% de los demandantes no superan esa cifra, en línea con la inversión media, de 69.848 euros, aportada por Mundo Franquicia.

Sin embargo, el límite económico supone una traba para llegar a negocios con futuro. Pablo Gutiérrez, el director general de operaciones de Mundo Franquicia, explica que la crisis no ha eliminado los negocios que precisan de mayor capital, sino que en realidad ha variado el tipo de negocio hacia modelos basados en el precio de los productos y servicios, posicionándose en una franja muy competitiva. Por eso, han seguido abriéndose restaurantes bajo franquicia a pesar de ser más intensivos en capital, aunque hacia enseñanzas más populares de comidas más asequibles. «No han desaparecido las inversiones de 300.000 euros o más», según Gutiérrez.

Pero el modelo *low cost* también se ha impuesto en-



Expo Franquicia, que se celebra en Madrid a finales de abril, reúne las propuestas de más de 300 enseñanzas, con programas de formación y asesoramiento para las personas interesadas.



EL MUNDO DE LA FRANQUICIA EN ESPAÑA

| SECTORES | NÚMERO ENSEÑAS | ESTABLECIMIENTOS FRANQUICIADOS (1) | PERSONAL FRANQUICIA (2) | FACTURACIÓN FRANQUICIADOS (3) |
|----------------------------|----------------|------------------------------------|-------------------------|-------------------------------|
| Hostelería | 159 | 7.084 | 42.175 | 4.031,9 |
| Alimentación | 82 | 4.905 | 24.311 | 3.656,4 |
| Ocio, viajes y transportes | 41 | 3.866 | 14.097 | 1.759,5 |
| Belleza y salud | 157 | 5.880 | 21.821 | 1.566,4 |
| Moda y joyería | 213 | 4.429 | 11.817 | 1.012,2 |
| Servicios a la empresa | 132 | 5.143 | 14.565 | 927,2 |
| Servicios de automoción | 41 | 2.441 | 6.682 | 517,9 |
| Varios | 88 | 3.135 | 7.857 | 472,8 |
| Hogar | 68 | 1.464 | 5.764 | 464,7 |
| Tiendas especializadas | 67 | 1.833 | 4.923 | 337,9 |
| Enseñanza-formación | 39 | 1.240 | 3.503 | 259,3 |
| TOTALES | 1.087 | 41.420 | 157.515 | 15.006,2 |

(1) Número de establecimientos. (2) Número de personas. (3) En millones de euros. FUENTE: Asociación Española de Franquiciadores (AEF).

tre los franquiciadores, que han tenido que ir suavizando las condiciones que exigen a sus futuros socios para entrar en el club. En definitiva, se encuentran con más gente interesada, pero con menos dinero.

Las propias franquicias han cerrado acuerdos con entidades financieras para financiar a los emprendedores, permiten pagar el derecho de entrada en varios meses o cierran acuerdo con constructoras para que accedan a diferir el pago de las obras del local, explica el directivo de Mundo Franquicia.

A TENER EN CUENTA CONSEJOS Y ADVERTENCIAS

- 1 Dónde se mete.** Ante todo será un empresario, pero las franquicias tienen unas peculiaridades. Analice pros y contras.
- 2 Pasión.** No abrir una franquicia solo por necesidad, sin pasión ni ilusión.
- 3 Cualidades.** No todo el mundo sirve para ser empresario. Evalúe bien sus cualidades y aptitudes.
- 4 Calma.** Madure bien su decisión, al menos durante 3 meses. Trace una planificación y no improvise.
- 5 Financiación.** Analice su capacidad inversora, su necesidad de crédito. Por mucho que le guste un sector, tendrá que ser consciente de sus limitaciones económicas.
- 6 Sector.** Analice el mercado en el que quiere entrar. Debe gustarle, pero eso no vale. Es un negocio y si no lo conoce a fondo, corre un riesgo extra.
- 7 Concéntrese.** No analice más de tres opciones de franquicia a la vez o perderá foco y no podrá profundizar en su análisis. Toda la información que pueda obtener será poca.
- 8 Prudencia.** No se crea todo lo que le dicen. Contraste las informaciones con tantos franquiciados como pueda. Y piense en el cuento de la lechera, pues el papel no lo aguanta todo.
- 9 Contrato.** Estudie en profundidad el contrato y no dude en acudir a asesores externos si tiene la más mínima duda.
- 10 Racional.** Sea más racional que emocional. No se desgaste en el proceso de búsqueda y mantenga intactas todas sus ilusiones y energías para cuando el negocio arranque.

«La franquicia es un sistema de negocio ideal como fórmula de autoempleo»

Xavier Vallhonrat

Presidente de la Asociación Española de Franquiciadores

La AEF agrupa la mayoría de las franquicias españolas. Es una buena fuente de información y consejos, como apunta su presidente.

¿Qué papel están jugando las

franquicias en la recuperación económica?

Es uno de los sistemas que mejor se ha adaptado a la crisis. Entre 2008 y 2013, las redes han crecido un 24,2%; los establecimientos, un 1,4%, y los empleos, un 2,6%. Solo descendió la facturación, un 0,5%. Se puede constatar la importancia de la franquicia en la economía nacional como fuente generadora de empleo.



BIO Profesional de la distribución y la franquicia. Profesor en diversas universidades españolas.

¿Cuánto empleo se puede crear en 2014 gracias a franquicias?

Desde la AEF nunca damos previsiones, preferimos decir que las expectativas para 2014 son claramente positivas y que habrá un crecimiento en redes, establecimientos, facturación y, por supuesto, empleo. ¿Qué valora un franquiciador para elegir un franquiciado? El perfil del franquiciado depende de cada red. El franquiciador busca personas con ganas e ilusión, que sepan que se van a convertir en empresarios y que tendrán que trabajar y esforzarse por sacar su negocio adelante, y que dispongan de la inversión requerida.

Y el franquiciado, ¿qué debe valorar para elegir franquicia?

Antes de firmar un contrato de franquicia debe hacer estudios previos y profundos. Incluso antes ha de autoevaluarse él mismo, para determinar qué franquicia le gustaría montar, de qué sector, de cuánto dinero dispone para invertir... ¿La crisis ha atraído a un tipo de franquicias diferentes? Ha provocado la proliferación de algunos sectores en los que la inversión es muy asequible, sin llegar a la barrera de los 30.000 euros: perfumes de marca blanca, servicios de alquiler de viviendas, centros de belleza y estética... No obstan-

te, sectores como alimentación, hostelería/restauración, confección/moda, informática/telefonía o servicios a empresas han seguido tirando del carro.

Y el perfil del franquiciado, ¿también ha cambiado?

Sí. Ahora hay más personas con un perfil más empresarial. Muchas se quedaron sin empleo y han buscado en la franquicia una fórmula para retornar al mercado laboral. La franquicia sigue siendo un sistema de negocio ideal como fórmula de autoempleo, por lo que el perfil es muy variado. Sin duda, ahora hay gente más formada y preparada.



FRANQUICIAS **Grupo VIPS**

EMPRENDE CON NOSOTROS

Opta por una de nuestras enseñas de mayor éxito y notoriedad. Un negocio seguro y rentable que sigue creciendo gracias a personas como tú, con espíritu emprendedor y pasión por la hostelería. La oportunidad que estabas esperando.

VIPS

VIP*Smart*

GINOS
• RISTORANTE •



CONCEPTOS GANADORES – ALTA NOTORIEDAD – ALTA RENTABILIDAD – RÁPIDA AMORTIZACIÓN – VENTAJA GRUPO VIPS

Infórmate en

WWW.GRUPOVIPS.COM/FRANQUICIAS o llama al 616 545 000

HOSTELERÍA. MODA Y JOYERÍA. HOGAR

ENTRE LOS SECTORES MÁS REPRESENTADOS. Están entre las tres actividades más potentes dentro de las franquicias, tanto por número de enseñas presentes en el mercado español como por la facturación que generan. Pero si la hostelería, la moda y los complementos han mantenido su pujanza estos últimos años, el sector del hogar ha salido fuertemente tocado por la crisis y está demodé. A la hora de invertir, la restauración es de las enseñas que más capital requieren

Hostelería

| SECTORES | NÚMERO ENSEÑAS | ESTABLECIMIENTOS FRANQUICIADOS (1) | PERSONAL FRANQUICIA (2) | FACTURACIÓN FRANQUICIADOS (3) |
|--------------------------|----------------|------------------------------------|-------------------------|-------------------------------|
| 'Fast Food' | 28 | 2.035 | 23.643 | 2.179,2 |
| Restaurante y hoteles | 54 | 2.772 | 9.375 | 1.256,5 |
| Tapas | 20 | 753 | 3.609 | 246,9 |
| Cervecerías / sidrerías | 11 | 542 | 2.219 | 130,5 |
| Cafeterías | 28 | 511 | 2.155 | 123,5 |
| Heladerías / yogurterías | 18 | 471 | 1.174 | 95,3 |
| TOTAL | 159 | 7.084 | 42.175 | 4.031,9 |

Moda

| SECTORES | NÚMERO ENSEÑAS | ESTABLECIMIENTOS FRANQUICIADOS (1) | PERSONAL FRANQUICIA (2) | FACTURACIÓN FRANQUICIADOS (3) |
|---------------------|----------------|------------------------------------|-------------------------|-------------------------------|
| Femenina | 55 | 928 | 2.757 | 261,6 |
| Infantil juvenil | 33 | 1.022 | 2.242 | 202,6 |
| Complementos | 46 | 968 | 2.046 | 183,3 |
| Genérica mixta | 18 | 469 | 2.317 | 154,4 |
| Joyería / bisutería | 21 | 453 | 953 | 73,5 |
| Íntima | 15 | 282 | 738 | 55,4 |
| Nupcial | 7 | 101 | 267 | 49,1 |
| Masculina | 11 | 97 | 279 | 21,5 |
| Arreglos | 7 | 109 | 218 | 10,8 |
| TOTAL | 213 | 4.429 | 11.817 | 1.012,2 |

Hogar

| SECTORES | NÚMERO ENSEÑAS | ESTABLECIMIENTOS FRANQUICIADOS (1) | PERSONAL FRANQUICIA (2) | FACTURACIÓN FRANQUICIADOS (3) |
|--------------------|----------------|------------------------------------|-------------------------|-------------------------------|
| Mobiliario / hogar | 63 | 1.306 | 5.374 | 422,0 |
| Colchonerías | 5 | 158 | 390 | 42,7 |
| TOTAL | 68 | 1.464 | 5.764 | 464,7 |

(1) Número de establecimientos. (2) Número de personas. (3) En millones de euros. FUENTE: Asociación Española de Franquiciadores (AEF)

HOSTELERÍA



Cafeterías VIPS. La conocida cadena tiene una red de 92 establecimientos. El derecho de entrada es de 39.000 euros, el *royalty* del 5% y el canon publicitario del 2%. El plazo de contrato es de 15 años y se requieren 17 personas mínimo de plantilla.

► Creación empresa 1969. ► Inversión mínima 390.000 € ► Contacto 616 545 000 y franquicias@grupovips.com



La Tagliatella. Gastronomía italiana. El derecho de entrada es de 36.060 euros, un 6% de *royalties*, sin canon publicitario y vigencia de contrato de 10 años. Se precisa un local de 250 m² en una ciudad mínima de 50.000 habitantes.

► Creación empresa 2001 ► Inversión mínima 639.060 € ► Contacto www.latagliatella.es



Cervecería La Sureña. Perteneciente al Grupo Restalia. Espiritu y gastronomía del sur de España, famosa por sus cubos de cerveza. Canon de 32.000 euros, *royalty* del 7%, contrato de 10 años y local a partir de 100 m².

► Creación empresa 2004 ► Inversión mínima 150.000 € (incluye canon) ► Contacto www.gruporestalia.com



Lizarran. Restauración de tapas con sabor vasco y más de 180 establecimientos en 9 países de 3 continentes. De-



Entrada de uno de los establecimientos de VIPS.

JORGE PARÍS

recho de entrada de 35.000 euros, sin canon, *royalty* del 6%, amortización prevista en 2,5 años, contrato de 10 años y un local desde 50 m².

► Creación empresa 1998 ► Inversión mínima 50.000 € ► Contacto www.lizarran.com y 914 902 805



Tommy Mel's. Es una de las enseñas que reproduce los establecimientos estadounidenses de los cincuenta, con

calidad en la materia prima y servicio rápido. 36.000 euros de derecho de entrada, 5,5% de *royalty*, local de 250 m² y población de 200.000 habitantes.

► Creación empresa 2009 ► Inversión mínima 450.000 € ► Contacto www.tommymels.com

MODA Y JOYERÍA



Amichi. Es una cadena de moda de mujer y hombre y decoración. No tiene *royalty*, la vigencia del contrato varía entre 5 y 10 años, se implantan en localidades a partir de 30.000 habitantes con un local mínimo de 100 m².

► Creación empresa 1985 ► Inversión mínima 8.000 € (15.000 € de derecho de entrada) ► Contacto www.amichi.es

CALZEDONIA

Calzedonia. Moda íntima. Su creador, Sandro Veronese, pretendía otra manera de vender medias, calcetines y ropa de baño para toda la familia. No hay derecho de entrada y el canon de entrada y los *royalties* van a cargo de la franquiciadora. Local de 50 m².

► Creación empresa 1987 ► Inversión inicial 70.000 € ► Contacto www.calzedonia.es

celio*

Celio. Ropa y complementos masculinos de origen francés. Implantada en 20 países con más de 300 puntos de venta, 53 en España (10 en franquicia). Contrato de 5 años, sin *royalty* y una localidad de más de 100.000 habitantes.

► Creación empresa 1985 ► Inversión inicial 150.000 € ► Contacto www.brand-celio.com/es/open-store



Esprit. Marca sinónimo de estilo de vida para hombre, mujer y niños. Extendida internacionalmente en los 5 continentes, cuenta con 800 tiendas propias en el mundo y 10.000 colaboradores. 5 años de contrato, 5 de amortización y local a partir de 150 m².

► Creación empresa 1968 ► Inversión inicial 182.000 € (canon incluido) ► Contacto www.esprit.com



Touch Complementos. Cadena de artículos de bisutería de gama media y alta. Local de 40-60 m² en zonas turísticas, emblemáticas o de alto tránsito comercial. Canon de entrada de 9.000 euros, *royalty* del 5% y canon de publicidad del 2%.

► Creación empresa 2011 ► Inversión inicial 58.000 € ► Contacto www.touchcomplements.com/franquiciados

HOGAR



Avant Haus. Dedicada a la venta de mobiliario moderno y decoración, con más de un cuarto de siglo de experiencia, con 14 establecimientos propios y 11 franquiciados. Derecho de entrada, 18.000 euros, un 2% de *royalty* y un 2% de canon de publicidad.

► Creación 1993 ► Inversión mínima 246.300 € ► Contacto www.avantheaus.com



Cocinas Schmidt. Primer fabricante y exportador francés de muebles de cocina que cuenta con 4 fábricas propias

y más de medio millar de establecimientos exclusivos. Sin derecho de entrada, *royalty* ni canon publicitario. Amortización prevista de la inversión, 2 años.

► Creación empresa 1959 ► Inversión mínima 200.000 euros (60.000 personal) ► Contacto www.schmidt-cocinas.es y 916 514 335



Cuisines Plus. Concepto de todo para el hogar, muebles, electrodomésticos, encimeras... Gama media-económica en una única exposición. Derecho de entrada de 23.000 euros, 2% de *royalty*, 5,5% de canon publicitario. Amortización prevista en 2-3 años.

► Creación empresa 1884 ► Inversión mínima 300.000 € ► Contacto www.cuisines-plus.com



De cosas, hogar y moda. Tiendas de regalo, complementos, moda y decoración con una red de 17 tiendas. Derecho de entrada de 10.800 euros, *royalty* del 3% a partir de un nivel de ventas, sin canon publicitario. Amortización prevista en un año.

► Creación 2001 ► Inversión mínima 45.917 € ► Contacto www.decosas.net



Deka. Franquicia de mobiliario y decoración basada en tiendas jóvenes y dinámicas con una marca diferenciada. 12.000 euros de canon de entrada, un 5% de *royalty* sobre ventas y un local de 150-500 m².

► Creación de empresa 2006 ► Inversión mínima 90.000-40.000 € ► Contacto www.decamobiliario.com Persona de contacto, Julio Ocaña Hoyos.

ALIMENTACIÓN. SERVICIOS A LA EMPRESA. TIENDAS ESPECIALIZADAS

MARCAS CONOCIDAS DEL GRAN PÚBLICO. La alimentación en sus diversas modalidades ha crecido mucho en los últimos años. Enseñas de panaderías, yogurterías o heladerías han proliferado durante la crisis. También las cadenas de distribución abren sus puertas a las franquicias aunque la inversión depende mucho del local. Respecto a los servicios a la empresa, es un nicho de gran variedad, con 132 enseñas para elegir

ALIMENTACIÓN

pannus
delipaltesen

Pannus. Cadena de panadería de productos de elaboración propia con materias primas de calidad y 53 franquicias en España. La inversión mínima incluye 8.000 euros de canon de entrada. No tiene *royalty* ni canon de publicidad.

► **Creación empresa** 2011 ► **Inversión mínima** 60.000 € (incluye canon de entrada) ► **Contacto** www.pannus.es/franquicias.php. Agustín

caprabo
con EROSKI

Caprabo-Eroski. Caprabo nace hace más de medio siglo, pero se adentra en la franquicia en 2011. Tiene 23 franquiciados, aunque el grupo Eroski en conjunto cuenta con 481. Local de 800 m² en zona

urbana de alta densidad o más de 2.000 habitantes.

► **Creación empresa** 1959 ► **Inversión mínima** Variable ► **Contacto** 902 540 340. Jordi Lahiguera

Dia %

Dia. Aunque de origen francés, la cadena es actualmente una multinacional española implantada en numerosos países. Cuenta con 7.000 tiendas en el mundo, 2.700 en franquicia, y apuesta por seguir creciendo. Derecho de entrada de 300 euros y un local de 250 m².

► **Creación empresa** 1966 ► **Inversión mínima** Variable ► **Contacto** www.franquicia.dia.es

Carrefour express

Carrefour Express. La versión Express del gigante francés está basado sobre to-

Alimentación

| SECTORES | NÚMERO ENSEÑAS | ESTABLECIMIENTOS FRANQUICIADOS (1) | PERSONAL FRANQUICIA (2) | FACTURACIÓN FRANQUICIADOS (3) |
|-----------------------------|----------------|------------------------------------|-------------------------|-------------------------------|
| Alimentación | 60 | 4.544 | 23.219 | 3.573,8 |
| Panadería/pastelería | 22 | 361 | 1.092 | 82,6 |
| TOTAL | 82 | 4.905 | 24.311 | 3.656,4 |

Servicios a la empresa

| SECTORES | NÚMERO ENSEÑAS | ESTABLECIMIENTOS FRANQUICIADOS (1) | PERSONAL FRANQUICIA (2) | FACTURACIÓN FRANQUICIADOS (3) |
|---|----------------|------------------------------------|-------------------------|-------------------------------|
| Informática/rotulación /imprenta/telefonía | 65 | 3.448 | 10.578 | 573,1 |
| Oficina/papelería /librería | 17 | 697 | 1.597 | 193,3 |
| Asesorías/servicios a empresas | 38 | 745 | 1.762 | 97,9 |
| Financieros | 5 | 106 | 394 | 45,4 |
| Limpieza | 7 | 147 | 234 | 17,5 |
| TOTAL | 132 | 5.143 | 14.565 | 927,2 |

Tiendas especializadas

| SECTORES | NÚMERO ENSEÑAS | ESTABLECIMIENTOS FRANQUICIADOS (1) | PERSONAL FRANQUICIA (2) | FACTURACIÓN FRANQUICIADOS (3) |
|--------------|----------------|------------------------------------|-------------------------|-------------------------------|
| TOTAL | 67 | 1.833 | 4.923 | 337,9 |

(1) Número de establecimientos. (2) Número de personas. (3) En millones de euros. FUENTE: Asociación Española de Franquiciadores (AEF).

do en franquicias. En España cuenta con 112 establecimientos, de los que solo 7 son propios. No exige derecho de entrada, ni *royalty*, ni canon publicitario. El

contrato es de 5 años y el local, a partir de 90 m².

► **Creación empresa** 1963 ► **Inversión mínima** En función del local ► **Contacto** 902 103 285 o www.carrefour.es/franquicias-carrefour-express

SERVICIOS A LA EMPRESA

MÁSMÓVIL CONECTA

MásMóvil Conecta. Dedicada a la telefonía móvil de la mano del operador virtual MásMóvil, incluyendo la venta de teléfonos móviles. Cuenta con 78 franquicias en España, no cobra *royalty* y el canon de publicidad es a partir de 50 euros. Contrato de 4 años, local de 20 m² en zonas comerciales y transitadas.

► **Creación empresa** 2012 ► **Inversión mínima** 5.950 € ► **Contacto** <http://grupococnecta.net>. Artur Galán

BeOptimus
CONSULTORÍA DE REDUCCIÓN DE COSTES

BeOptimus. Consultoría destinada a la reducción de costes y central de compras, con un equipo dedicado a cada

categoría de gasto. No se precisa local y la inversión mínima es solo el canon de entrada de 16.500 euros más IVA y 200 euros al mes por canon de publicidad.

► **Creación empresa** 2005 ► **Inversión mínima** 16.500 € ► **Contacto** 963 448 951. María José Martínez Maroto y beoptimus@beoptimus.com

EMBE MAIL BOXES ETC.

Mail Boxes etc. Surgida en EE UU, es una cadena de servicios de envíos, de comunicación y de diseño gráfico e impresión con más de 1.300 centros operativos en el mundo. Derecho de entrada de 24.000 euros, *royalty* del 6%, canon publicitario de 2,5 más 1,5%, local de 50 m² y población mínima de 15.000 habitantes.

► **Creación empresa** 1980 ► **Inversión mínima** 55.000 € ► **Contacto** 933 624 730

exPO
FRANQUICIA
Salón Internacional de la Franquicia
24-26 ABRIL

ORGANIZA



Si estás pensando en abrir una franquicia, esta es tu cita.

Más de 300 enseñas, marcas internacionales, nuevas ideas e información.

ABIERTO AL PÚBLICO
De 11 a 18 h.

www.expofranquicia.ifema.es

LÍNEA IFEMA

LLAMADAS DESDE ESPAÑA
INFOIFEMA 902 22 15 15
expofranquicia@ifema.es



LÍNEA 8
Campo de las Naciones

SALUD Y GIMNASIOS. BELLEZA. VARIOS

EL RENTABLE CULTO AL CUERPO. La obsesión por la salud ha hecho proliferar numerosas franquicias dedicadas al culto corporal. Gimnasios con señas de identidad y clientela específica, depilaciones o uñas postizas han ido restando espacio a las franquicias más clásicas, como dentistas o peluquerías. Tatuajes y perfumes de marca blanca compiten también por la voluntad de la clientela. Respecto a otros servicios (inmobiliarias, lavanderías o incluso el sexo), se abren camino en un mercado cada vez más competitivo



Fachada de uno de los establecimientos de la franquicia de peluquerías Marco Aldany.

JORGE PARÍS

SALUD Y GIMNASIOS



Altafit. «Calidad a precios *low-cost*» (20 euros al mes). Canon de entrada de 24.000 euros; de publicidad de 1%; *royalty* de 0,85 euros por socio. 6 locales propios y 2 franquiciados en poblaciones de más de 60.000 habitantes. Local de 900 m².

► Creación 1998 ► Inversión mínima 290.000 € ► Contacto www.altafit.es/dossier.html



Avantdent. De las últimas cadenas dentales surgidas en España. Clínicas propias; 2; franquiciadas: 1. Última generación de equipos odontológicos y médicos expertos. Derecho de entrada, 16.000 euros, 5% de *royalty* y canon de publicidad.

► Creación empresa 2006 ► Inversión mínima 280.000 € ► Contacto www.avantdent.es



Curves. Solo para mujeres, a las que ofrecen un cuerpo 10 con 30 minutos de gimna-

Salud y belleza

| SECTORES | NÚMERO ENSEÑAS | ESTABLECIMIENTOS FRANQUICIADOS (1) | PERSONAL FRANQUICIA (2) | FACTURACIÓN FRANQUICIADOS (3) |
|-------------------------|----------------|------------------------------------|-------------------------|-------------------------------|
| Belleza-estética | 91 | 2.959 | 10.254 | 600,5 |
| Deportes | 19 | 670 | 1.680 | 397,4 |
| Centros de salud | 19 | 522 | 5.018 | 273,7 |
| Óptica | 11 | 818 | 2.903 | 172,6 |
| Dietética-parafarmacias | 17 | 911 | 1.966 | 122,2 |
| TOTAL | 157 | 5.880 | 21.821 | 1.566,4 |

Otros

| | | | | |
|------------------------|-----------|--------------|--------------|--------------|
| Agencias inmobiliarias | 20 | 774 | 2.188 | 163,1 |
| Tintorerías | 16 | 1.074 | 2.852 | 133,2 |
| Servicios / varios | 29 | 736 | 1.609 | 96,0 |
| Fotografía | 8 | 209 | 398 | 39,8 |
| Energías renovables | 9 | 207 | 588 | 29,0 |
| Administración fincas | 6 | 135 | 222 | 11,7 |
| TOTAL | 88 | 3.135 | 7.857 | 472,8 |

(1) Número de establecimientos. (2) Número de personas. (3) En millones de euros. FUENTE: Asociación Española de Franquiciadores (AEF)

1.566 millones de euros movieron en 2013 las franquicias de salud y belleza. No se incluye lo que generan establecimientos propios

sia diaria. Nacida en EE UU en 1992, esta marca cuenta con 10.000 franquiciados en todo el mundo, 150 de ellos en España. El canon de entrada asciende a 39.900 euros más IVA, con un *royalty* mensual entre 295 y 795 euros y un canon de publicidad del 6% mensual.

► Creación empresa 1992 ► Inversión mínima 90.000 € ► Contacto www.curveseurope.com



Fitness 19. Otra cadena de gimnasios, también concepto *low cost*, pero en versión «core, sin adornos ni elementos complementarios» que no aportan musculación y encarecen el recibo. Derecho de entrada de 21.000 euros, *royalty* de 0,7 euros por socio y canon

publicitario de 75 euros al mes.

► Creación empresa 2010 ► Inversión mínima 95.000 € ► Contacto www.fitness19.es



Las Termas de Ruham. A medio camino entre la salud y la belleza, estos establecimientos ofrecen tratamientos corporales y faciales de última generación en un ambiente «elegante de trato exquisito». Sin canon de entrada, 350 euros al mes de *royalty* y 100 de publicidad. Local de 70 m².

► Creación empresa 2011 ► Inversión mínima 14.999 € ► Contacto franquicias@lastermasderuham.com

BELLEZA



Laser2000. Ofrece diferentes opciones de adhesión para adaptarse al franquiciado, desde un básico para ir incorporando diferentes unidades de medicina estética. Derecho de entrada de 19.900 euros, 5% de *royalty* y 1% de publicidad.

► Creación empresa 2004 ► Inversión mínima 188.800 € ► Contacto www.laser2000estetica.es



D-pilate. Cadena antivello *low cost*. Fotodepilación, fototerapias y remodelación corporal con tarifa plana de 25 euros. Un centenar de establecimientos por el mundo. 350 euros al mes de *royalty* y previsión de amortizar en un año.

► Creación empresa 2006 ► Inversión mínima 19.900 € ► Contacto www.d-pilate.es



La Botica de los Perfumes. Perfumes a granel y últimas tendencias olfativas. Fabricación propia, precios bajos de venta exclusiva. 102 locales, 88 franquicias. Locales desde 25 m² en centros comerciales o grandes superficies.

► Creación empresa 2011 ► Inversión mínima 22.995 € ► Contacto www.labotica-delosperfumes.com/franquicias



Marco Aldany. Peluquerías con medio siglo de experiencia y más de 15 años con franquicias. En España cuentan con 401 peluquerías, 305 franquiciados. Sin derecho de entrada, *royalty* ni publicidad. Local de 50 m² en poblaciones de 8.000 habitantes.

► Creación empresa 1957 ► Inversión mínima 150.000 € ► Contacto www.marcoaldany.com



Tatuallia. Tatuajes, otro canon de belleza de moda, que ha atraído a cadenas de franquicia. Una de ellas es Tatuallia, con un año de vida y 53 centros. 200 euros de *royalty* los 4 primeros meses y luego 380 euros y 200 más de publicidad mensual.

► Creación empresa 2013 ► Inversión mínima 28.000 € ► Contacto www.tatuallia.com/franquicia-borrado-tatuajes

OTROS



Carlin. Cadena de material de oficina para particulares y empresas. Impresión y foto-

grafía. Su poder de compra aporta los mejores precios de los proveedores. Derecho de entrada de 7.815 euros, *royalty* desde 300 euros al mes sin publicidad.

► Creación empresa 1989 ► Inversión mínima 60.000 € ► Contacto www.carlin.es



Donpiso. Franquicia inmobiliaria. Costes de explotación mensuales reducidos y flexibles. Medio siglo de experiencia. 75 centros, 64 en franquicia. Derecho de entrada de 12.000 euros, 600 euros al mes de *royalty* y un local de 40 m².

► Creación empresa 1984 ► Inversión mínima 30.000 € ► Contacto www.donpiso.com



Ecolaudry. Lavanderías, otro clásico que perdura con especializaciones. Es el caso de la cadena de origen vasco de lavandería industrial autoservicio pero con acceso al público en general. Cuatro centros propios y uno franquiciado. *Royalty* de 200 euros al mes.

► Creación empresa 2010 ► Inversión mínima 60.000 € ► Contacto www.ecolaundry.es



Mister Minit. Franquicia de duplicado de llaves y reparación de calzado en el acto. 1.300 puntos de venta en Europa. Derecho de entrada, 6.000 euros, 475 de *royalty* al mes y previsión de amortización de 3 años. Local de 20 m².

► Creación empresa 1957 ► Inversión mínima 45.000 € ► Contacto www.minitspain.com



Sex Place. Cadena de productos eróticos de reciente creación, con dos establecimientos, uno propio y otro franquiciado. La idea surgió hace 14 años. El *royalty* es de 150 euros al mes. Y también venden *online* desde la central.

► Creación empresa 2010 ► Inversión mínima 40.000 € ► Contacto <http://www.sexplace.es/franquicias/>

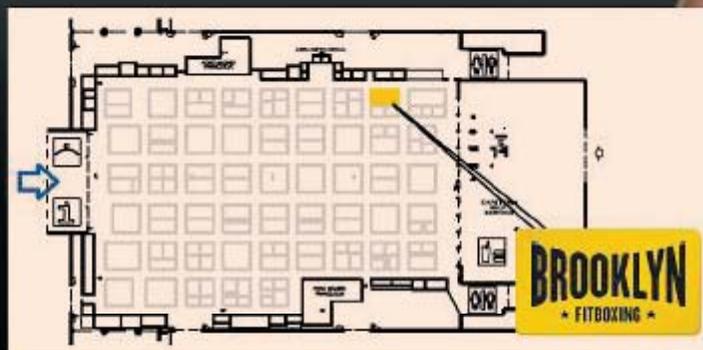
ABRE TU CENTRO BROOKLYN FITBOXING

CENTROS DE ENTRENAMIENTO QUE COMBINAN TÉCNICAS
BOXING KICKBOXING MUAY THAI

SIN CONTACTO

ALTA INTENSIDAD

VISÍTANOS EN
EXPOFRANQUICIA
DEL 24 AL 26 DE ABRIL



Sergio 'Maravilla' Martínez



Brooklyn Fitboxing



@BrooklynFitbox

Infórmate en franquicias@brooklynfitboxing.com o en nuestra web brooklynfitboxing.com

OCIO, VIAJES Y TRANSPORTES. AUTOMOCIÓN. ENSEÑANZA

LOS COCHES Y LOS VIAJES NO PASAN DE MODA. En enseñanza hay 34 enseñanzas, con una facturación total de 130 millones el año pasado; el sector del ocio cuenta con 9 marcas y 52 millones de euros de facturación; los servicios al automóvil, con 28 cadenas y 414 millones de facturación; transporte, con 12 marcas y 554 millones de facturación; y viajes, con 21 marcas y 1.095 millones de facturación, según un estudio de Tormo Franchise, que difiere de los datos de AEF

OCIO, VIAJES Y TRANSPORTES



MRW. Empresa de capital español. Más de 1.370 franquicias y 60 plataformas. No exige derecho de entrada. Cobra un porcentaje variable por unidad de venta en concepto de *royalty* y publicidad. Local desde 30 m².

► Creación empresa 1977 ► Inversión mínima Sin datos ► Contacto www.mrw.es



Nacex. Transporte urgente entre empresas. 310 agencias franquiciadas y 29 plataformas en España con implantación internacional. Amortización en dos años y medio. Sin *royalty* ni publicidad. Local de 60 m² en ciudades de 50.000 habitantes.

► Creación empresa 1994 ► Inversión mínima 50.000 € ► Contacto dirfranquicias@nacex.es



Ocionea. Negocio de muy baja inversión, sin necesidad de local ni gastos fijos. Portal local para atraer negocios locales ofreciendo *marketing online* en el sector del ocio y la publicidad. *Royalty* del 20% y duración de contrato de 1 a 5 años.

► Creación empresa 2013 ► Inversión mínima 4.000 € ► Contacto <http://ocio-nea.com/murcia/franquicia>



Santos Ochoa. Cadena de librerías con 11 establecimientos. Objetivo: ser referente cultural en las zonas donde se instala. Un siglo de vida. *Royalty* del 2 y 0,5% de publicidad. Cinco años de contrato y poblaciones desde 10.000 habitantes.

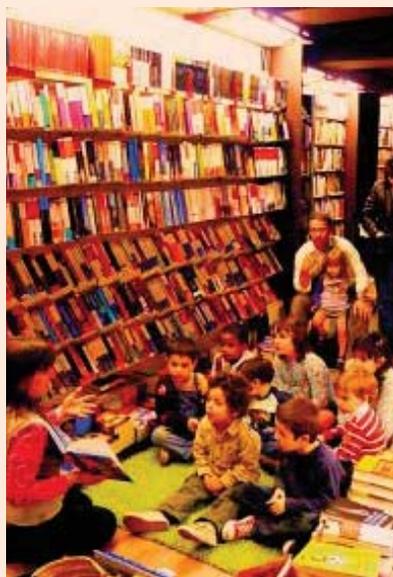
► Creación empresa 1915 ► Inversión mínima 10.000 € ► Contacto franquicias@santosochoa.es



Stop Travel. Gestión de aperturas de agencias de viaje en cualquier parte



69.848
euros es la inversión media de una franquicia. El 61% está por debajo de los 60.000 euros, y el 38%, por debajo de los 30.000 euros



Transporte urgente, enseñanza, ocio, automoción... El mundo de la franquicia abarca casi todos los sectores.

| Ocio, viajes y transportes | | | | |
|----------------------------|----------------|------------------------------------|-------------------------|-------------------------------|
| SECTORES | NÚMERO ENSEÑAS | ESTABLECIMIENTOS FRANQUICIADOS (1) | PERSONAL FRANQUICIA (2) | FACTURACIÓN FRANQUICIADOS (3) |
| Servicios / transportes | 17 | 2.471 | 11.090 | 1.250,8 |
| Agencias de viajes | 15 | 1.269 | 2.656 | 489,8 |
| Centros de ocio | 9 | 126 | 351 | 18,9 |
| TOTAL | 41 | 3.866 | 14.097 | 1.759,5 |

| Servicios de automoción | | | | |
|-------------------------|----------------|------------------------------------|-------------------------|-------------------------------|
| SECTORES | NÚMERO ENSEÑAS | ESTABLECIMIENTOS FRANQUICIADOS (1) | PERSONAL FRANQUICIA (2) | FACTURACIÓN FRANQUICIADOS (3) |
| TOTAL | 41 | 2.441 | 6.682 | 517,9 |

| Enseñanza-formación | | | | |
|---------------------|----------------|------------------------------------|-------------------------|-------------------------------|
| SECTORES | NÚMERO ENSEÑAS | ESTABLECIMIENTOS FRANQUICIADOS (1) | PERSONAL FRANQUICIA (2) | FACTURACIÓN FRANQUICIADOS (3) |
| TOTAL | 39 | 1.240 | 3.503 | 259,3 |

(1) Número de establecimientos. (2) Número de personas. (3) En millones de euros. FUENTE: Asociación Española de Franquiciadores (AEF).

de España, con una red de 57 centros, 55 en franquicia. 5.995 euros de derecho de entrada sin *royalty* ni publicidad. Poblaciones en torno a 3.000 habitantes y locales a pie de calle y zonas comerciales.

► Creación empresa 2006 ► Inversión mínima 9.000 € ► Contacto www.stop-travel.com

SERVICIOS DE AUTOMOCIÓN



Aurgi. Aunque la cadena de reparación rápida lleva tiempo en España, la apertura a franquicias es reciente, de



2012, y de momento cuenta con una. El grupo pretende este modelo en el sur y este de España. Pensado para concesionarios que han cerrado y tienen local. 30.000 euros de derecho de entrada y local de 500 m².

► Creación empresa 2012 (expansión) ► Inversión mínima 250.000 € ► Contacto www.aurgi.com/index.php/



Detail Car. Dedicado al cuidado y la limpieza de vehículos. El *royalty* es de 250/350 euros al mes, precisa de un local de 75 m² en una zona visible y céntrica con flujos de coches. Cuenta con 33 centros, 29 en franquicia.

► Creación empresa 2007 ► Inversión mínima 8.500 € (sin contar local) ► Contacto <http://detailcar.es/blog/tag/franquicia.html>



Elefante Azul. Más de 800 centros de lavado en Europa, 99 en España (84 franquicias), con servicio de alta presión y lavado automático. Derecho de entrada de 15.000 euros y 107 euros de publicidad, sin *royalty*. Local de 600 m² en ciudades de 20.000 habitantes.

► Creación empresa 1964 ► Inversión mínima 93.000 € ► Contacto www.elefanteazul.com



Midas. Medio siglo de experiencia. Esta cadena estadounidense cuenta con más de 2.000 centros, 140 en España, de los que 120 son franquicias. 25.000 euros de derecho de entrada, 5% de

royalty y otro 5% por publicidad. Local de 300 m² en ciudades de más de 30.000 habitantes.

► Creación empresa 1956 ► Inversión mínima 150.000 € ► Contacto www.midas.es

ENSEÑANZA Y FORMACIÓN



Academia. Red de academias con profesores a domicilio con implantación en ciudades de más de 100.000 habitantes. Su origen es francés y la duración de contrato, de 5 años. Canon de entrada, 26.000 euros en la primera fase y 13.000 en la segunda. *Royalty* del 7% y publicidad del 5%-4%.

► Creación empresa 1989 ► Inversión mínima 112.200 € ► Contacto <http://academia.es/abre-tu-franquicia>



English Connection. 26 centros (3 franquiciados) en España dedicados a la enseñanza del inglés y 5.500 estudiantes. Metodología propia y atención individualizada. Derecho de entrada de 10.500 euros. Local de 120 m².

► Creación empresa 1987 ► Inversión mínima 46.072 € ► Contacto www.englishconnection.es/franquicia-rentable.html



IES Formación. Dedicado a la formación para trabajadores de empresas. 27 locales en total. Servicio integral para gestionar la formación continua, *online*. Proporciona el material y las herramientas. Sin *royalty* ni canon de entrada.

► Creación empresa Sin datos ► Inversión mínima 3.000 € + IVA ► Contacto www.ies-formacion.com/inicio/formulario.php



Nenoos. Otra manera de enseñar. Nacida en A Coruña, cuentan con 9 centros en distintas ciudades de España. *Royalty* del 16 al 21% y amortización prevista en uno o dos años.

► Creación empresa Sin datos ► Inversión mínima 7.000 € ► Contacto www.nenoos.es/docs/Franquicia/dossier_franquiciaNENOOslowres.pdf

ARCHIVO Y JORGE PARÍS



EL NOMBRE DE TU VINO LO DECIDES TÚ
NOSOTROS QUEREMOS DARTE LA FINANCIACIÓN

15.000 MILLONES

PARA PYMES, AUTÓNOMOS Y PARTICULARES

En tu oficina habitual te daremos todos los detalles sobre cómo conseguir tu préstamo y la forma de personalizarlo. Para que tú solo tengas que preocuparte de lo realmente importante.

Bankia

bankia.es

El televisor sigue dominando el salón

En una década, hemos abandonado la televisión analógica de tubo, adoptado la alta definición con conexión inteligente a Internet y dejado por el camino el 3D. Y ahora, ¿qué?

JUAN CASTROMIL / CLIPSET

Seguen siendo los televisores el centro tecnológico del hogar? Según como se mire, la respuesta puede ser afirmativa o negativa. La incursión de móviles y tabletas en la rutina de ocio diaria es más que evidente, pero el televisor sigue ocupando un lugar privilegiado en el salón.

Tal vez ya no se vea tanta tele –entendiéndolo como el formato de emisión continua en el tiempo de programación de una cadena–, pero el televisor es, sin duda, el rey de la imagen. Además de la señal de TDT, también recibe la de la videoconsola, el reproductor multimedia, el decodificador digital, Internet, el ordenador e incluso la tableta o el móvil.

Desde cualquiera de estas fuentes, la calidad de imagen y sonido, así como las opciones de conectividad, son cada vez más importantes. Conocer las diferentes opciones y tecnologías permite expresar al máximo la experiencia audiovisual.

El ciclo de vida de un televisor es mucho más largo que el de la mayoría de los *gadgets*, por eso su selección debe ser más estudiada. Actualmente, las prestaciones diferenciales son las funcionalidades Smart TV y la resolución 4K, dejando como características comunes el 3D o el panel LED.

Cada vez más modelos ofrecen funciones Smart TV como la reproducción de vídeos de YouTube o música con Spotify, la instalación de *apps* de noticias, el tiempo, videojuegos e incluso la conectividad y el control remoto con el móvil o la tableta. En los casos más avanzados

¿Comprar ahora un 4K compensa?

Dicen que las mejores excusas para comprar un televisor nuevo son los grandes eventos deportivos: las olimpiadas y los mundiales. Este año toca lo segundo, pero solo la final será retransmitida en 4K. Esto significa pagar un alto precio para un beneficio, hoy, relativamente escaso. Pero no todo es negativo. El escalado de video Full HD a 4K funciona muy bien y varias series, como *House of Cards*, se emiten por Internet a máxima calidad. Y es solo el principio para un producto que durará años.

30

millones de televisores 4K pueden llegar a venderse este año en todo el planeta, según estimaciones de DisplaySearch

también incluyen *webcam* para poder establecer videoconferencias por Skype a toda pantalla. Desafortunadamente, la mayoría de las marcas usan plataformas propias que no son compatibles con el resto. Esto supone que las *apps* tardan más tiempo en estar disponibles para todos los televisores. Por lo tanto, si se tiene previsto hacer un uso intensivo de estas *apps*, conviene conocer previamente el catálogo disponible.

Pero más allá del horizonte de las Smart TV se encuentra el mundo 4K. La calidad de imagen es mayor que la del Full HD porque ofrece cuatro veces más resolución, si bien esto solo es apreciable en las pantallas de tamaño superior a 60 pulgadas. Al



3xHDMI

55 pulgadas

resolución Full HD

Desde 9.999 €

LG 55EA980V

El singular panel de tecnología OLED ha permitido crear esta

exclusiva pantalla curvada, una experiencia visual y decorativa única. Cada píxel WRBG (incluye uno blanco extra) cuenta con propia iluminación, lo que genera más nitidez y contraste. Se puede controlar con gestos y también con el móvil.

igual que en su momento apareció el HD y después el Full HD, ahora es el turno del Ultra HD –también conocido como 4K–. No ocurrirá como con la fiebre del 3D, que se ha quedado sin fuelle por la falta de contenido de calidad y por la carencia de un estándar de gafas 3D, que en cualquier caso seguían siendo incómodas. Es cierto que el UHD aún no tiene casi películas o series, y solo algunos deportes o videojuegos se han lanzado tímidamente, pero no cabe duda de que tarde o temprano todas las producciones audiovisuales subirán hasta 4K o más.

Mientras llegan los contenidos nativos en 4K, la mayoría de los televisores ofrecen sus propios sistemas de escalado que convierten contenidos Full HD en Ultra HD. Ninguno es perfecto, aunque algunas marcas lo hacen mejor que otras, y ojo, para aprovechar al máximo el 4K, deben integrar HDMI versión 2.0. Por el camino encontramos algunas marcas que ofrecen una resolución intermedia quadHD o 2K.

Una vez analizados estos dos puntos clave, lo cierto es que quedan muchas otras especificaciones a tener en cuenta. El precio suele ser el factor determinante, ya que estamos hablando de cientos o miles de euros. En la medida de lo posible conviene ahorrar lo suficiente para adquirir un modelo de gama alta, pero no necesariamente la más alta. Casi todas las marcas ofrecen al menos tres gamas, la básica asequible, la media y la alta con todas las novedades.

El punto óptimo en la relación calidad precio se sitúa en los mejores modelos de la gama media o los más sencillos de la alta. Pero, ojo, es un mercado extremadamente sensible a las grandes rebajas por liquidación de *stock*, por lo que conviene mirar bien las ofertas en diferentes establecimientos. La buena noticia es que ahora en primavera es un momento óptimo para encontrar el televisor adecuado, ya que llegan los nuevos modelos y se rebajan los de la anterior generación.

6 COSAS A TENER EN CUENTA SI VAS A CAMBIAR DE TELE

1 Tipo de panel. Las pantallas planas pueden usar paneles LCD, LED o OLED. Los primeros son los más sencillos. Los LED ofrecen más colorido y luminosidad. Las OLED son las más delgadas y flexibles y mejoran el contraste.

2 Sonido. El tamaño de un altavoz está relacionado con su calidad. El escaso grosor de estas pantallas ha obligado a desarrollar nuevas tecnologías o a adquirir sistemas de sonido adicionales para mejorar el sonido.



3 Tamaño. Conocer bien las dimensiones y el peso de cada equipo resulta crítico para definir dónde se puede instalar. Una pantalla de 55" puede medir casi 1,5 metros de diagonal y no es fácil encontrar un buen emplazamiento.

4 Conectividad. La variedad de conexiones definen los dispositivos que se pueden conectar. Las entradas HDMI dan calidad digital, pero hay diferentes versiones. Los USB permiten conectar discos duros externos.

5 Rango dinámico. El *local dimming* permite activar más o menos iluminación en los píxeles. Los negros son más densos y los blancos más luminosos. Cuantas más áreas tenga y niveles ofrezca, mejores serán los resultados.

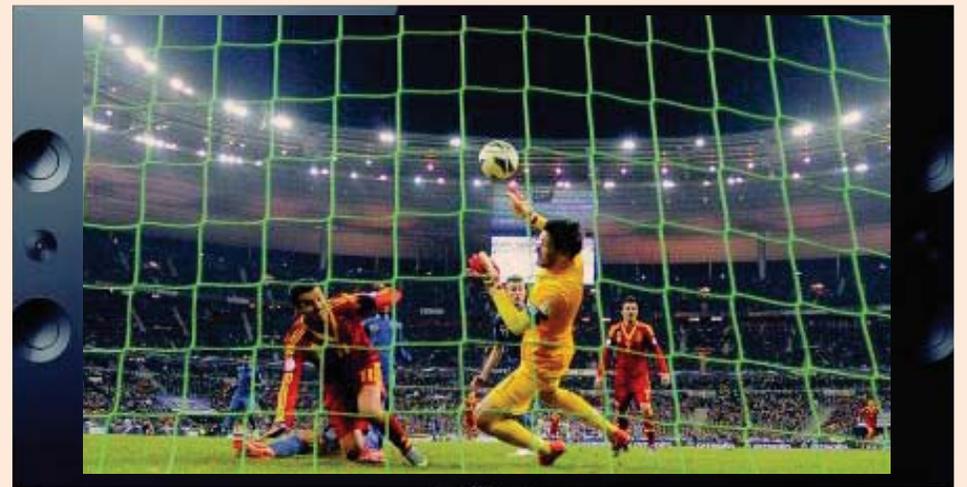
6 Control remoto. Los televisores inteligentes requieren un control más amplio y avanzado. Los clásicos mandos se complementan con *apps* que realizan funciones complejas desde casi cualquier móvil o tableta.



- 4xHDMI
- 55 pulgadas
- Resolución 4K
- Precio no disponible

PHILIPS SMART LED 8800

Philips sigue destacando por su tecnología Ambilight que proyecta luz de color, acorde a la pantalla, en los bordes del equipo, creando un aspecto visual único. Cuenta con Miracast, procesador Hexcore y son los primeros en integrar Android como cerebro de su funcionalidad Smart TV, lo cual permite instalar millones de apps.



- 4xHDMI
- 55 o 65 pulgadas
- Resolución 4K
- Desde 2.999 €

SONY X9000A

Modelo 4K repleto de novedades: el panel Triluminos con más abanico de colores, los altavoces de fluido magnético para un sonido más potente y conexión inalámbrica para transmisión de fotos y vídeos desde el móvil. Su tecnología 3D pasiva también permite mostrar dos pantallas FHD simultáneas.



- 4xHDMI
- 55, 65, 85 pulgadas
- Resolución 4K
- Desde 2.999 €

SAMSUNG SERIES 9 UE55F9000SL

Los coreanos siempre han destacado por el colorido y la nitidez de sus televisores. Ahora en 4K ofrecen más. Diseño ultradelgado en metal y casi sin bordes. Cuenta con la tienda propietaria de apps para Smart TV más completa y se puede controlar mediante gestos o comandos de voz, además del smartphone.



- 4xHDMI
- 60, 70, 80 pulgadas
- Resolución Full HD
- Desde 2.099 €

SHARP QUATTRON PRO UQ10

El único modelo que cuenta con píxeles de color amarillo, además de los clásicos RGB. Gracias a ello es capaz de alcanzar la resolución 2K. También ofrece una mayor gama cromática (con más de mil millones de colores), fidelidad de color (en marrones, naranjas o dorados). Incluye también certificación THX de imagen y sonido.



- 4xHDMI
- 50, 58, 65 pulgadas
- Resolución 4K
- Desde 2.299 €

PANASONIC SMART TV AX800

Cuenta con paneles LED reconocidos por su alta calidad de imagen. Han sido los primeros en usar el estándar HDMI 2.0 para 4K y obtener el certificado THX tanto en 2D como en 3D. Una webcam reconoce al usuario y le muestra la información más destacable, incluso en stand by, además de obedecer a comandos de voz.



- 4xHDMI
- 58, 65, 84 pulgadas
- Resolución 4K
- Desde 2.999 €

TOSHIBA L9

Toshiba ha utilizado todas las tecnologías disponibles en esta gama: 3D, Smart TV, 4K y WiDi que permite la transmisión inalámbrica de contenidos Full HD y sonido envolvente. El procesador CEVO escala la señal Full HD hasta 4K y además puede grabar vídeo directamente en una memoria USB.



CENTRO COMERCIAL

Nuevos productos y servicios que las marcas lanzan al mercado del gran consumo

ALICIA IBARRA

El mes de abril no solo nos ha traído la primavera, también una gama de productos que se adaptan a la necesidad de pasar más ratos al aire libre, con la llegada del buen tiempo.

1 PARKA PLEGABLE. La firma americana **Jones New York** propone una prenda muy cómoda para llevar en los viajes y escapadas de fin de semana. Una parka ligera para los días de primavera en los que llueve y hace fresquito, que además se puede doblar fácilmente y guardar en una pequeña bolsita que no ocupa nada en la maleta o bolsa de viaje. Está disponible en color beis para tallas regulares y en rojo para tallas *woman*. A la venta en El Corte Inglés.

2 VESPA SPRINT. Desde mediados de los años sesenta, una nueva generación de motos deportivas invadió las calles de Europa. Eran pequeñas, rápidas, extremadamente ágiles y modernas. Ahora **Vespa** lanza un nuevo modelo heredero de esta tradición de vitalidad, estilo y juventud.

Fue concebida como la evolución del reciente proyecto Vespa Primavera y llegará al mercado en colores muy vivos. es.vespa.com

3 RUNNER CARDIO. La llegada del sol anima a salir a la calle para hacer deporte. Por este motivo, **TomTom** ha lanzado un reloj deportivo GPS que incorpora la innovadora tecnología del pulsómetro. El corredor podrá medir sus pulsaciones directamente a través del dispositivo, sin necesidad de incluir una banda de pulsómetro por separado. Los corredores podrán ver de un solo vistazo y en tiempo real la información de pulso, la distancia, el ritmo y otros parámetros esenciales durante la carrera. www.tomtom.com

4 MERCEDES GLA Y C. Los nuevos modelos de **Mercedes Benz** son puro diseño avanzado, idóneo para la conducción diaria y ágil, también fuera de las carreteras asfaltadas. GLA es un híbrido con elementos de varias categorías de automóviles, que interpreta de nuevo y de forma convincente el segmento de los SUV compactos. El modelo C permite re-

ducir el peso del vehículo hasta en 100 kilogramos. Todo ello con excelentes propiedades aerodinámicas y nuevos motores de bajo consumo. www.mercedes-benz.es

5 LECHE MÁS LIGERA. Esa es la apuesta de **Central Lechera Asturiana** junto al nuevo formato de nata montada tradicional. Con vistas al verano, la empresa ha querido posicionarse a favor de la dieta sana con una leche más saludable. Por otro lado, el nuevo tamaño portable de la nata es único en el mercado y hace que sea más ligero y fácil de llevar a cualquier escapada. centrallecheraasturiana.es

6 SØSTRENE GRENE. La firma danesa **Søstrene Grene** acaba de abrir su primera tienda en España, concretamente en el centro comercial La Gavia (Madrid). Sus productos se centran sobre todo en el hogar, aunque también hay una clara apuesta por las manualidades. Lienzos, cuadernos y utensilios de costura son algunas de las cosas que podemos comprar, todo ello con un toque *retro* y una estética muy *indie*. www.grenes.dk

7 CARNÉ JOVEN. El carné joven de **La Caixa** se dirige a personas de entre 14 y 30 años. El acuerdo contempla que CaixaBank será la entidad financiera que emitirá y gestionará este carné hasta el año 2018. Tendrá dos modalida-

des: no financiero y financiero. Este último funciona como una tarjeta y se podrá elegir entre tres tipos: prepago, débito y crédito. www.lacaixa.es

8 BIOSFERAS. La decoración para el hogar ha experimentado grandes cambios en los últimos años. Un ejemplo es **BioGarden** y sus esferas con vida propia. Se basa en diferentes objetos llenos de agua, a modo de peceras, con peces microscópicos dentro. Una apuesta innovadora que mezcla la posibilidad de tener una mascota con la decoración. www.biogarden.es

¿Quieres ver tus productos en esta página



Envíanos tu nota, acompañada del material gráfico a: centrocomercial@20minutos.es

9 ALTAVOCES PORTÁTILES. La primavera y el verano hacen que la gente salga al aire libre y que pase más tiempo fuera. **Creative** piensa que la mejor manera de hacerlo es con música. De ahí su apuesta por los altavoces MUVO 20 Y MUVO 10. Se trata de un modelo portátil e inalámbrico con Bluetooth y provisto con el sistema *near-field communications* (NFC). es.creative.com

10 RUNNING. Mantenerse en forma antes del verano es para muchos una prioridad. Correr se ha vuelto a poner de moda y **Footlocker** lo sabe. Por ese motivo han creado una sección dedicada al *running* en sus tiendas. En ellas habrá modelos de zapatillas exclusivamente para este deporte de marcas como Reebok, Nike, Adidas o New Balance. www.footlocker.eu

11 CREMAS ANTIEDAD. La marca de productos de belleza **Diadermine** ha puesto a la venta la gama de cremas N.º 110 Antiedad para celebrar sus 110 años de experiencia en el cuidado de la piel. Así podemos empezar a ocuparnos de esas pequeñas arrugas que surgen por el cansancio antes de que llegue el verano. Todas aquellas que quieren evitar el paso del tiempo en su piel ahora pueden hacerlo. www.diadermine.es

12 TOPIC. Una nueva apuesta por la moda en las redes. Las plataformas sociales nos permiten seguir los temas que nos interesan. A partir de esta idea, **Topic** ha llegado a un acuerdo con *instagramers* y blogueros de referencia en moda para que escriban en su aplicación. De esta forma, y en apenas trein-

ta días, cuentan ya con más de 2.000 seguidores. Descárgala en www.topic.so

13 AFFLIGEM. La cerveza belga **Affligem** estrena diseño en sus envases. Es la única en el sector que experimenta una doble fermentación en botella. Su truco es que permanece en el vidrio dos semanas a 24 grados, lo que provoca un aumento de la carga aromática. www.affligembeer.be

14 SMILE. Cuando nos hacemos una fotografía procuramos sonreír. De esta idea surgió **Smile**, una marca de accesorios para cámaras de estampados y acabados en todo tipo de colores. Una idea original de Silver Sanz y los chicos de La Habitación de Nekane, perfecta para *customizar* nuestras cámaras, tanto réflex como compactas, y dotarlas de una personalidad única acorde con nuestro estilo personal. www.allyouneedissmile.com

15 KISS ME ONCE. Un nuevo pintalabios de la marca **Uslu** sale al mercado, promocionado por Kylie Minogue. Bajo el lema *Kiss Me Once*, este producto en un rojo pasión quiere transmitir fuerza y vitalidad. Pese a ser uno de los colores más clásicos, es una apuesta segura para arreglarse y añadir un toque de *glamour* e hidratación a un *look* primaveral. usluairlines.com



13



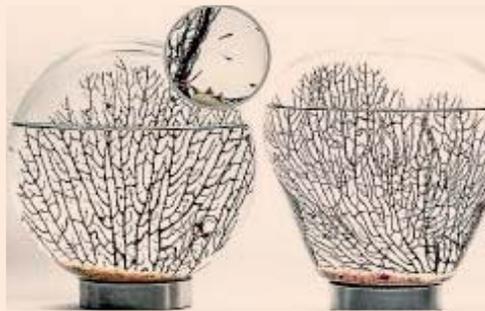
5



6



7



8



9



14



15

EMPRESAS

EMPRENDE

Seguimos dando crédito.



Nº 1

en **LÍNEAS ICO** para PYMES y Autónomos en **2012 y 2013**¹.

Si tienes una idea, aquí tienes tu banco.



¹ Banco Popular: Primera entidad en disposición de fondos ICO del año 2013. Fuente: ICO.



Sede central de la Delegación de Hacienda, en Madrid.

ARCHIVO

‘La dolorosa’ de la renta

Como todos los años, la declaración del IRPF vuelve con la primavera. Este año, hay modificaciones formales que debemos tener en cuenta

J. F.

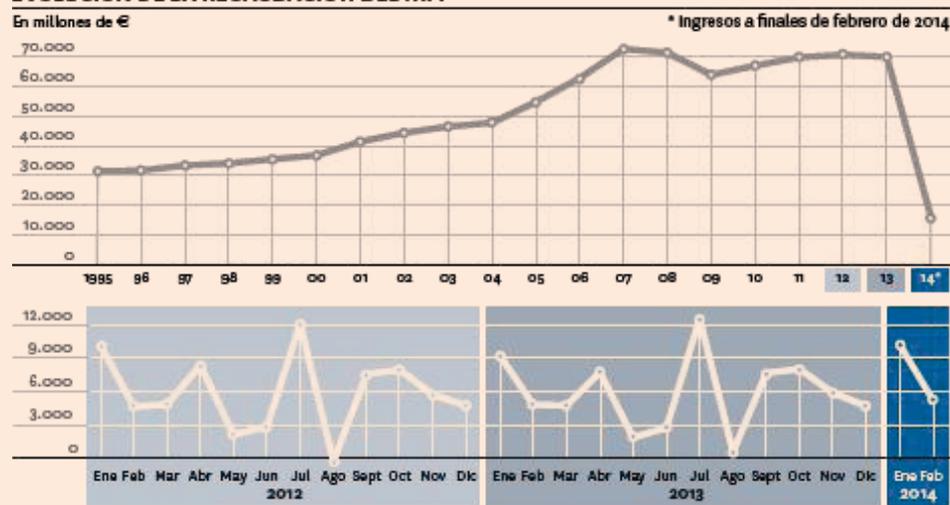
La dolorosa. 3. Irón., coloq. Factura, cuenta que hay que pagar (Diccionario de la Real Academia Española).

Como cada año, los ciudadanos que hayan tenido la suerte de recibir ingresos, bien sea de una nómina, de autoempleo, como empresarios, como pensionistas, perceptores del paro o como rentistas, están obligados a rendir cuentas con Hacienda.

Eso sí, solo estarán obligados a declarar los contribuyentes que hayan obtenido más de 22.000 euros anuales brutos cuando procedan de un solo pagador o 11.200 cuando procedan de más de uno. Ojo, hay que tener claro que en estos casos, unos y otros han tenido las retenciones oportunas, por lo que siempre conviene hacer el borrador para comprobar si les sale positiva (a pagar a Hacienda) o negativa (a recibir dinero de Hacienda).

Respecto a las novedades, este año está en la forma más que en el fondo, ya que no se podrá presentar la declaración hecha a mano. Aquellos que no controlen Internet, deberán pasarse por las oficinas de Hacienda a partir del

EVOLUCIÓN DE LA RECAUDACIÓN DEL IRPF



IDENTIFICACIÓN VIRTUAL ANTE HACIENDA

DNI ELECTRÓNICO

Se obtiene en una comisaría, pero para usarlo se necesita un lector de tarjetas conectado a un ordenador y la contraseña que le entregarán en la comisaría. Aunque el DNI electrónico se entrega en el acto, es preciso obtener cita previa para el trámite.

CERTIFICADO DIGITAL

Se descarga en un ordenador desde la página web de la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre, aunque hay que validarlo físicamente en algún estamento público como la propia Hacienda o alguna delegación de la Seguridad Social.

PIN 24 HORAS

Sistema de identificación puesto en marcha por Hacienda. El usuario recibe un código válido por 24 horas. Hay que registrarse previamente en el sistema con el NIF, el código de la carta recibida, un número de cuenta cliente y el número de un móvil.

SERVICIO RENO

Si falla todo lo anterior, la Agencia Tributaria ofrece este sistema en su web www2.agenciatributaria.gob.es/es13/s/dadoboa73w, aunque en el cuestionario se exige el importe de la casilla 620 de la declaración del ejercicio anterior y un número de móvil.

12 de mayo, con cita previa concertada.

Vaya por delante que cada comunidad autónoma puede tener sus propias deducciones, por lo que conviene cerciorarse de las peculiaridades de cada caso. Respecto a lo general, estos son los cambios más llamativos, según Gestha y el experto en fiscalidad Javier Martín.

► **Vivienda.** Las viviendas adquiridas después del 1 de enero de 2013 ya no desgravan, aunque las anteriores continuaban como antes.

► **Alquiler.** Para ser considerada retribución en especie la utilización de un piso por parte de un empleado, la vivienda cedida debe ser propiedad del empleador. Por otro lado, las viviendas vacías tributan entre el 1 y el 2%, aunque si se alquilan, se pueden desgravar gastos como comunidad, IBI o amortización de hipoteca.

► **Acciones y otros rendimientos especulativos.** Desde 2013 las ganancias y pérdidas patrimoniales generadas en un año o menos pasan a formar parte de la base imponible general, tributando al marginal (entre el 24,75 y el 52-56%) y no en la base imponible del ahorro (entre 21 y el 27%). Sin embargo, si pasa del año, sí tributan como ahorro. Aunque ya es un poco tarde, pensando en 2014, antes de vender una acción o cualquier otro rendimiento, piense si las ganancias por vender antes de un año com-

piensan la mayor tributación.

► **Desempleo.** Exención de las prestaciones percibidas en la modalidad de pago único cuando se dediquen a iniciar un negocio.

► **Inicio de actividad.** Los contribuyentes que inicien una actividad y tributen en estimación directa podrán deducir el 20% del rendimiento neto positivo el primer periodo impositivo en el que se produzca y en el siguiente, con ciertos requisitos normativos y un límite máximo anual de 100.000 euros.

► **Invertir en empresas de emprendedores.** Los conocidos como inversores *business angels* o los de proximidad (familiares o amigos del emprendedor) que pongan dinero en nuevos proyectos empresariales podrán deducir un 20% de lo invertido.

► **Lotería y otros premios.** A los agraciados, recordarles que deben tributar por lo ganado.

CALENDARIO DEL CONTRIBUYENTE

Las fechas que hay que tener en cuenta para la declaración

El 1 de abril, la Agencia Estatal de Administración Tributaria empezó a entregar borradores o datos fiscales a aquellos interesados que lo solicitaran por vía telemática. Se debe recordar que ya no se puede entregar el ingreso rellenado a mano.

1 ABRIL

Solicitud del borrador. Confirmación del borrador en el teléfono 901 200 345, de lunes a viernes, de 9.00 a 21.00 h.

Servicio telefónico de información tributaria de RENTA, 901 335 533, de lunes a viernes, de 9.00 a 19.00 h.

8 ABRIL

Descarga gratuita del Programa PADRE por Internet: agenciatributaria.es/AEAT.inter-net/Renta2013.shtml

23 ABRIL

Inicio presentación telemática de declaraciones (PADRE). Presentación de declaraciones confeccionadas con el Programa PADRE, o con otros programas informáticos homologados, exclusivamente por Internet.

5 MAYO

Inicio presentación de declaraciones telemáticas. En oficinas, entidades financieras y otras entidades colaboradoras: del 5 de mayo al 30 de junio. Inicio del servicio de cita previa para confección de declaraciones y modificación de borradores.

Internet (24 h) o llamando al 901 223 344, de lunes a viernes, de 9.00 a 19.00 h, hasta el 27 de junio.

12 MAYO

Inicio confección de declaraciones en oficinas. Servicio de confección de declaraciones y modificación de borradores en oficinas de la Agencia Tributaria y de otras administraciones locales o autonómicas.

25 JUNIO

Fecha límite de domiciliación bancaria. Último día para presentar declaraciones a ingresar, con domiciliación bancaria.

27 JUNIO

Último día para solicitar cita previa.

30 JUNIO

Fin campaña renta 2013. Último día para presentar declaraciones de la renta 2013.

20

millones de declaraciones correspondientes al ejercicio de 2013 espera Hacienda que se presenten en estos tres meses

H. DE PEDRO



Su red social de inversión



Conéctese con más de 3 millones de usuarios

Así invierte la gente a día de hoy.
¡Únase a la revolución!

www.eToro.es

eToro (Europa)Ltd., es una compañía de servicios financieros autorizada y regulada por la comisión chipriota de intercambio de valores (CySEC), bajo la licencia # 109/10. Los desempeños anteriores no son garantía de resultados futuros. También, los productos apalancados conllevan un alto grado de riesgo. eToro ofrece medidas de protección para manejar el riesgo de forma efectiva, sin embargo en ocasiones extrañas es posible perder una cantidad mayor a la invertida.

Una energía económica y competitiva

El gas natural es un factor clave para mejorar la competitividad de España, ya que reduce los costes del sector industrial e impulsa su actividad

PND

El sector del gas natural tiene en España un largo recorrido por delante. El desarrollo de esta energía ha sido relativamente reciente, fundamentalmente en los últimos 25 años, y todavía existen más de 17 millones de viviendas que no están conectadas a la red.

El índice de penetración del gas natural en España es del 28%, frente a la media del 60% de la Unión Europea. Francia (42%), Alemania (48%), Bélgica (80%), Italia (88%) y el Reino Unido (89%) nos llevan una gran ventaja.

Una energía para el siglo XXI

España continúa siendo uno de los países de Europa en los que menor penetración tiene esta energía. En nuestro país existen cerca de 7,5 millones de puntos de suministro, pero 17 millones de hogares aún no cuentan con servicio. Gas Natural Fenosa opera en 10 comunidades autónomas y da servicio a 5,17 millones de puntos de suministro. La previsión para 2014 es alcanzar los 5,24 millones de puntos de suministro, para lo que incrementará en más de 1.400 kilómetros su red.

21 provincias españolas disponen de estaciones públicas de suministro de gas natural, entre ellas Barcelona, Madrid, Valencia y Sevilla

En la actualidad, el sector gasta representa el 0,5% del PIB de España y genera cerca de 150.000 puestos de trabajo, sumando directos, indirectos e inducidos.

El gas natural desempeña un papel destacado en la competitividad industrial, ya que es la palanca que utilizan empresas de todo tipo para ahorrar en su factura energética y para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero.

De hecho, pese a la crisis de los últimos años, el consumo industrial en 2012 y 2013 ha marcado niveles récord y representa el 64% del total.

Estos datos dan buena muestra de la competitividad de este combustible. Por ejemplo, una empresa mediana, con un consumo de 2.000 MWh/año, ahorra en torno a un 48% en su factura energética respecto al gasóleo. Muchos sectores industriales, como el



Autobús urbano que utiliza el gas natural como combustible.

ARCHIVO

azulejero, el del papel, el siderúrgico o el químico, tienen en el gas natural un aliado insustituible. Otros, como el sector de la alimentación, se han incorporado a este combustible durante los últimos años para mejorar su competitividad.

Por otro lado, el gas natural es la energía fósil que menos CO₂ emite en su combustión. Si se compara con la biomasa (sin tener en cuenta el efecto neutro) y con el gasóleo, sus emisiones de CO₂ son un 47 y un 39% inferiores. En

cuanto a las emisiones de óxidos de nitrógeno, las del gas natural son un 58% inferiores a las de la biomasa y un 40% inferiores a las del gasóleo. Y su eficiencia energética permite consumir menos energía para proporcionar el mismo confort.

VENTAJAS ECONÓMICAS Y MEDIOAMBIENTALES

El aumento de la implantación del gas natural en España tiene efectos beneficiosos, tanto desde el punto de vista económico, como ambiental y de calidad de vida de los ciudadanos.

ENERGÍA COMPETITIVA

Para los hogares, el gas natural es la energía más competitiva. Para una vivienda tipo de 90 metros cuadrados y un consumo de 8 MWh anuales, la opción más ventajosa es el gas natural, con un precio de entre 760 y 928 euros al año, según PwC.



Un hospital con un consumo de 10.000 MWh anuales pagaría una factura energética de 490.000 euros al año con gas natural, cerca de un 50% menos de lo que abonaría con otros combustibles.

Además de su precio competitivo, el coste del gas natural es muy estable y es la energía que ha tenido una menor oscilación en los últimos 10 años.

RESPECTO AL MEDIO AMBIENTE

Es la energía fósil que menos CO₂ emite en su combustión. Si se compara con la biomasa (sin tener en cuenta el efecto neutro) y con el gasóleo, sus emisiones son un 47 y un 39% inferiores.

En el entorno urbano (transporte y usos domésticos), contribuye a la mejora de la calidad del aire, ya que no emite partículas en su combustión.



Mientras tú piensas en disfrutar de tu bienestar, nosotros pensamos en el de todos.

Eficiencia energética. Soluciones de ahorro. Medio ambiente.

www.gasnaturalfenosa.es

gasNatural fenosa
la energía que piensa