

## EL DATO DEL MES

### Menos quejas por compra y reparación de vehículos

Los automovilistas españoles formularon en 2013 poco más de 20.000 demandas informativas y quejas por estos conceptos, un 46,5% menos que en 2012. FUENTE: GANVAM

### CONSULTAS Y RECLAMACIONES EN AUTOMOCIÓN

	2012	2013
Venta de vehículos nuevos	11.459	2.775 (-75,8%)
Venta de vehículos usados	13.217	6.755 (-48,9%)
Reparación	12.841	10.517 (-18,1%)

## CONSUMO

Novedades en el mercado, comparativas de productos y servicios...



# Solo viaje si hay wifi gratis

Las operadoras cobran tarifas más caras dentro que fuera de España. Es el 'roaming' o itinerancia, que Bruselas pretende acotar y eliminar. Hasta entonces, cuidado con el móvil

mestre de 2013 de media 7,48 céntimos por minuto en llamadas nacionales, se llevaron 19,83 céntimos en las internacionales y 41,68 céntimos por la itinerancia de datos internacional. Un pico, ya que en el tercer trimestre de ese año (máximo anual por el periodo estival) hubo un tráfico de 1.014 millones de minutos.

Un negocio que la organización de consumidores Fagua calcula que aporta el 2% de los beneficios a las operadoras que actúan en España. Volviendo a las cifras de la CNMC, durante el pasado año facturaron en conjunto 956 millones de euros, ingresos que se han ido reduciendo con el tiempo. En 2007 superaron los 1.100 millones.

Dos motivos han causado esta reducción. Por un lado, la crisis, pero por otro, la presión de Bruselas, que desde 2007 ha ido imponiendo rebajas a las tarifas del roaming hasta terminar por

# 55%

ha rebajado la **Comisión Europea** las tarifas de 'roaming' y un 21% las llamadas de voz a partir del pasado 1 de julio

completo con él el 31 de diciembre de 2015.

Las autoridades comunitarias han aprobado una nueva vuelta de tuerca a los precios: desde el pasado 1 de julio, el coste máximo de navegar (itinerancia o *roaming*) se ha reducido de 45 céntimos por minuto a 20 céntimos. Según la CNMC, en España de media este coste si situó a finales de año en 41,68 céntimos.

En el caso de las llamadas de voz, el descenso es menor, un 21%, de un máximo de 24 céntimos minuto a 19 céntimos por minuto. En diciembre la media fue de 19,83 céntimos en España. Respecto a las llamadas entrantes, pues cuando se recibe una conferencia el que la recibe costea una parte, ha pasado de 7 céntimos a 5 céntimos. Todos los precios, sin IVA.

El último informe de la CNMC sobre el cumplimiento por parte de las operadoras españolas de las reglas comunitarias, con datos del segundo trimestre de 2012, concluyó que se ajustaban a esos precios máximos. No obstante, el pasado SIGUE EN PÁG. 2 >

## JUAN FERRARI

El *roaming* es el principal enemigo para cualquier adicto al móvil que viaje al extranjero. Conocido también como itinerancia de datos, sería un invento estupendo si no fuese por lo que cuesta, pues permite navegar en cualquier país con nuestro propio terminal.

Lo más sensato para evitar disgustos con el recibo posvacaciones es seguir unas reglas básicas (ver el cuadro en la siguiente página), cuyo mantra es solo navegar cuan-

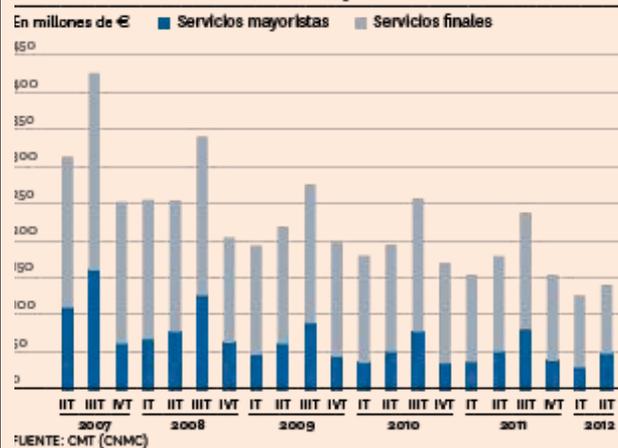
do el móvil se enganche a una red wifi gratuita, pero que sepamos que es segura (por ejemplo, la de un hotel o un apartamento de la que disponemos de clave) y desconectemos el wifi cuando no lo usemos para que no se conecte a redes sin saberlo y evitar quedarnos sin batería.

El precio de hablar o navegar en el extranjero duplica con creces al nacional. Según el último dato de la Comisión Nacional del Mercado de la Competencia (CNMC), mientras que las operadoras españolas ingresaron el cuarto tri-

## Con fecha de caducidad

Bruselas lleva peleando desde 2007 para que las operadoras rebajen el coste de llamar o navegar en el extranjero. Las tarifas duplican con creces las nacionales. La paz se firmará el 31 de diciembre de 2015, cuando se terminen estas diferencias. A partir de 2016 se pagará lo mismo por navegar desde casa que desde cualquier parque de una ciudad de la UE. Otro cantar es qué pasará con el resto de los países no comunitarios.

## INGRESOS DE LAS OPERADORAS (TRANSITO INTERNACIONAL)



**CONSEJOS DE AHORRO Y PASOS PARA ESTAR COMUNICADO EN EL EXTRANJERO**

Expertos y consumidores dan simples consejos para controlar el gasto del móvil en el extranjero. Por su parte, las operadoras explican cómo seguir conectados

**1 Vivir del wifi gratuito.**

Sirve solo para los datos, no para las llamadas de voz, salvo a través de Skype. En muchos hoteles o zonas públicas está disponible.

**2 Quitar tarjeta SIM.**

Los más radicales, quitan la tarjeta, de tal manera que no se pueden hacer llamadas ni recibir datos, excepto cuando el teléfono se conecta con wifi. Cero consumo.

**3 Itinerancia de datos.**

En la mayoría de terminales, está opción está desactivada, lo que impide que el móvil se conecte a Internet en el extranjero. Se activa o desactiva en Ajustes/Red.

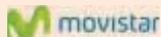
**4 Internet temporal.**

Si no se quiere prescindir de navegar, se puede tener la itinerancia conectada en ajustes, pero desactivada temporalmente. Lo más sencillo es en modo avión.

**5 Descargas automáticas.**

Muchas aplicaciones consumen datos automáticamente, ya que requieren conexiones periódicas (correo, redes sociales). Configurarlas para que se actualicen con menor frecuencia o incluso desactivarlas.

**6 Aplicaciones.** Existen aplicaciones que te permiten controlar qué aplicaciones se conectan automáticamente.



Comprobar que el roaming está activado en el 900 101 010 o el 1004. No hace falta en prepago.

Antes de salir, ver en la web de Movistar las tarifas que se aplican en el país.

Activar gratis el Control de Consumo de Datos. Avisa si se ha consumido un límite establecido previamente o incluso puede restringir la entrada de datos.



Roaming ya activado, pero para comprobar, marcar \*102\*3# y tecla de llamada.

Ver tarifas de cada país en la web de Vodafone. Gratis los mensajes de texto recibidos.

Servicio gratuito de Control de Consumo sobre gasto en datos. Aviso de SMS en el 80%, 90% y 100% del límite fijado de 50, 150, 400 euros o sin límite. Envía LIMITE50 al 22128 si fijas 50 euros.



Activar en el 1470 el roaming, las llamadas internacionales y la itinerancia de datos.

Ver tarifas de cada país y si este es compatible en la web de Orange. 160 países válidos.

App Orange Travel para Android en el Android Market para controlar el consumo.

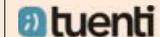
Orange recomienda aprovechar redes wifi gratuitas.



Roaming activado por defecto.

Coste en la UE, 22,99 céntimos minuto; resto del mundo, 2,54 euros minuto. Recibir llamadas, 6,05 minutos. Navegar, 0,02 céntimos/KB hasta 15 MB y hasta 50 MB el resto del día sin coste adicional. Ver tarifas para Estados Unidos.

Desactivar el roaming en Mi Yoigo si se prefiere no usar el móvil en el extranjero.



Roaming activo por defecto. Comprobar en Cuenta Móvil Tuenti.

Ver tarifas por países en la página de Tuenti.

Para usar los datos se debe activar Datos en Itinerancia en los ajustes del teléfono.

Los datos generados no están incluidos en el bono de datos y son más caros que en España.



Comprobar el roaming en el 2373 para aclarar posibles dudas.

Configurar el buzón de voz si se desea en servicios.

Controlar el consumo en el área personal del cliente a través de la app de MásMóvil o directamente en la página web.

Aprovechar las redes wifi gratuitas disponibles en cada momento.

**LA VOZ DEL EXPERTO**

**Una EU sin fronteras interiores**

ÁNGEL CASTILLEJO

Abogados SLP y exconsejero de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT)

Cuando salimos de nuestro país y con ello dejamos de estar bajo el área de cobertura de nuestra compañía de telefonía móvil y a pesar de ello, para nuestra tranquilidad, seguimos accediendo al servicio, pero con otra compañía de ese país, a eso le llamamos itinerancia o *roaming*, en inglés. Esta posibilidad nació como una de las principales características del sistema de telefonía móvil digital GSM desarrollado originariamente en Europa a finales del pasado siglo. El *roaming* en la telefonía móvil ha sido uno de los factores de desarrollo y crecimiento de este servicio. Hoy es posible viajar sin cambiar de terminal o en su caso cambiando de tarjeta, pero utilizando el mismo aparato. Con el acuerdo del Parlamento Europeo para la desaparición de los recargos por *roaming* entre los países de la UE, el 31 de diciembre de 2015, se avanza en hacer de Europa una realidad sin fronteras interiores, se incrementará el número de llamadas sin miedo a la factura y será un acicate para la promoción de acuerdos que ayuden a la creación de compañías europeas de telecomunicaciones.

VIENE DE PÁG. 1 > mes de marzo sancionó con 3,1 millones de euros a Vodafone por incumplir durante 7 meses.

**Tarifas ad hoc**

Para aliviar este sobrecoste y dar un mejor servicio a sus clientes, la mayoría de las operadoras ofertan tarifas especiales, generalmente con coste diario cerrado cuando se navega en el extranjero. Vodafone inauguró el 2 de julio Viaje Europa, que por 3 euros al día permite 1.000 minutos de voz, 1.000 SMS y 1 GB de datos. Para el resto del mundo, por 8 euros al día.

Movistar ha puesto en marcha un servicio muy similar a Skype, Tu Go, que emplea las conexiones wifi gratuitas para realizar llamadas o enviar mensajes de texto sin generar gastos más allá del abono actual de los usuarios. Vamos, como si fuese una llamada local. Tuenti, la filial más juvenil del operador es-



Bajarse los mapas es mejor que buscarlos en Google Maps.

pañol, ha sacado estos días algo parecido, Vozdigital, que permite llamadas de voz por IP como si fuesen locales. En cualquier caso, tanto el Tu Go como Vozdigital, así como Skype u otras aplicaciones de voz sobre IP solo sirven para

llamadas, siempre que se hagan a través de redes wifi gratuitas y no para navegar.

Orange, la filial española de France Telecom, cuenta con Go Europe, que oferta hablar o navegar 100 MB por un euro al día y un descuento del 50% a otros países no europeos. En el caso de otra de las grandes que operan en España, Yoigo, filial de la escandinava TeliaSonera, han aplicado desde el 1 de julio unas rebajas superiores a las exigidas por Bruselas, eliminando el establecimiento de llamadas y un corte del 70% por el *roaming* (ver precios en el cuadro de arriba).

Por último, MásMóvil, uno de los mayores operadores virtuales españoles, dispone del Servicio Europa Precio Reducido, con un descuento del 50% en Internet, un 47% en llamadas salientes y sin establecimiento de llamada por un precio adicional de 2,5 euros al mes, que solo se paga si se hace uso del servicio.

**INGRESOS PROCEDENTES DE SERVICIOS FINALES**



**COMENTARIOS DE LOS LECTORES A MIBOLSILLO**

**Préstamos exprés para un apuro**

Estos préstamos son de lo peor que se ha inventado (después de las tarjetas de crédito). Cada día acuden a los bancos clientes solventes que se «han enganchado» con varios de estos préstamos y necesitan refinanciarlos, con los gastos que ello conlleva. Es como cuando antes te comprabas un piso y metías los gastos, el coche, los muebles, la reforma y las vacaciones. Para una emer-

gencia, sí. Pero si no, ni acercarse. **OPINIONOPINION**

Estos intereses, en mi opinión, rozan la usura. Mientras tanto, si tienes dinero en el banco, te dan el 0,8% anual, llegando al 1% en algunos de los que más rentabilidad dan... *This is Spain.* **LOCHE**

Te pueden salvar el mes o hacer perder el piso. **ODISSEO**

Pan para hoy y hambre para mañana. **CUCFATE**

**Mil descuentos sin salir de casa**

La verdad es que este tipo de webs están genial, a mí me encantan, pero también ocurre que en algunas ocasiones es un poco rollo tener que estar atento a todas. **PEPE.GINERLOPEZ**

**Los coches son para las vacaciones**

Personalmente me decanto por una nueva generación de automóviles eléctricos a

batería auxiliados por un motor térmico destinado únicamente a mover un generador eléctrico. Sé que no se pueden citar marcas ni modelos, pero ya existen algunos modelos comerciales. No son híbridos, pues no existe una transmisión desde el motor térmico a las ruedas. Estos vehículos permiten autonomías de unos 600 km a velocidades de autovía y consumos de combustible entre 3-4 litros: son el futuro inmediato. Sus autonomías crecerán en tanto se mejore la tecnología de baterías, pero su eficiencia ya triplica la de los mejores modelos de motor

térmico tradicional. Desgraciadamente, son caros. **PEPÓNIDAS**

**La luz bajará con el cambio**

El contador inteligente de la luz es una medida totalmente ilegal, no fiable y oscurantista. Tan inteligente que solo manda los datos a las compañías, que podrán poner los KW gastados que quieran sin tú enterarte hasta que te llegue el recibo. **ANTIG 15**

Puedes conectarte a la web de la distribuidora y ver tu consumo hora a hora. **JEANRA**

**MIBOLSILLO**  
Préstamos exprés para un apuro

Contacta con nosotros

WEB: [20minutos.es/mibolsillo](http://20minutos.es/mibolsillo)  
 @MiBolsillo  
 EMAIL: [mibolsillo@20minutos.es](mailto:mibolsillo@20minutos.es)



**Poner la tecnología al servicio de las personas sigue mereciendo un premio**

Por segundo año consecutivo, somos el **Mejor Banco del Mundo en Innovación Tecnológica**. La revista financiera internacional *Euromoney* nos ha vuelto a conceder este prestigioso galardón.

Todo un reconocimiento a una idea nacida en 1904, aparentemente sencilla, pero realmente compleja: trabajar siempre al servicio de las personas.

- Somos líderes en banca a través de internet, móviles y cajeros.
- Pioneros en tecnología *contactless* y *wearable*.
- Con el primer *store* de aplicaciones móviles en el sector financiero, con más de 70 *apps*.

Adaptarse a la evolución de los tiempos, siendo fiel a ti mismo, es lo que te hace grande. Durante 110 años, miles de hombres y mujeres en CaixaBank nos hemos mantenido fieles a esta idea.

**No solo somos un banco. Somos CaixaBank.**



**CaixaBank**

**[Tú] eres la Estrella**



Descubre cómo lo hacemos con nuestra última innovación



Best Retail Bank for  
Technology Innovation  
in the World | 2013 & 2014

# «7 de cada 10 personas van ahora con lista a la compra»

**GUSTAVO NÚÑEZ**

Director general de Nielsen para España y Portugal

JUAN FERRARI

La crisis ha transformado nuestros hábitos de compra, aunque no ha eliminado la idiosincrasia latina del español. Con el repunte del consumo, volverán las viejas aspiraciones *marquistas*, de mayor gasto y de caprichos dentro y fuera de casa.

**¿Cómo ha transformado la crisis al consumidor español?**

Lo principal es la hipersensibilidad al precio, el 90% dice que es consciente de lo que paga, teniendo un baremo. También es más dosificador e inteligente, busca promoción, pero con una mentalidad de calidad-precio. Que no es lo mismo que buscar los productos baratos, porque nos gusta comprar, nos gusta comer y nos gusta salir a tomar copitas. Otro factor nuevo que creo que va a ser disruptor es la tecnología. El *e-commerce* en el gran consumo está despegando, pero constatamos que aquellos que tienen Internet o *smartphone* lo están usando para comprobar precios y planificar su compra.

**¿Somos ahora más racionales?** Hace 10 años, el 70% de la cesta se compraba por impulso, y ahora 7 de cada 10 personas van con una lista. Esto no ocurría antes.

**¿Cómo se han adaptado los comercios a estos hábitos?**

No solo los comercios, también las marcas. Otro cambio importante que se ha producido es que para controlar mejor el dinero, en vez de hacer grandes compras de volumen, se va a por lo inmediato y a hacer cestas más pequeñas. Un español está haciendo 150 visitas al supermercado al año. Esto ha beneficiado a la fórmula de distribución más cómoda como el súper, que te permite una compra de cercanía. Si te has pasado, lo dejas, permitiendo un control mayor frente a la compra de carga. Es-

to ha hecho que el supermercado haya crecido más rápidamente y que el hipermercado se haya ralentizado. Esta tendencia está mejorando.

**¿Se está volviendo hacia el híper?, ¿no se podrían estar duplicando redes?**

Considero que el fenómeno supermercado continuará porque responde a dos momentos de compra distintos. Aunque no tengo la bola de cristal.

**¿Se pueden saturar las ventas en los híper o en los súper?**

**«La crisis nos ha hecho hipersensibles al precio y dosificadores, pero con una mentalidad de calidad-precio»**

**«Al español le gusta comer, le gusta comprar y salir de copas»**

En los súper, quizá, pero en los híper es difícil, pues se han mantenido estables en estos años, produciéndose cierres y nuevas aperturas que se han compensado. Lo que creemos es que con cierta recuperación tímida de la economía va a volver la compra al camino del hipermercado. Y no es que lo pensemos, es que ya está mejorando la tendencia. En el mundo del hipermercado hay dos áreas diferenciadas: alimentación, que es la base de la compra y que tocó fondo en 2012 cuando se redujo en volumen a pesar de que es lo último que la gente se quita; y textil o productos duraderos, que ha llegado a descender hasta un 50%, aunque está remontando.

**Esta subida, ¿qué significa?** Que la gente está planificando ya mejorar su situación y hacer cosas que había pospuesto. Y no se ve que sea una mejoría tímida, sino que se ve



Gustavo Núñez, director general de Nielsen para España y Portugal en un momento de la entrevista. JORGE PARÍS

## LIGADO AL MUNDO 'ONLINE', QUE DEFIENDE A ULTRANZA

**BIO** Gustavo Núñez es licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid, así como diplomado en Ciencias de la Imagen por el mismo centro. Además, es ponente habitual en foros y congresos del sector, y profesor en escuelas de negocios de todo el mundo. Encabezó la presidencia y dirección general en Europa de Nielsen Online cuando era también vicepresidente de NM Incite (la *joint venture* de Nielsen con McKinsey & Company). Su trayectoria ha estado muy ligada al mundo *online* como artífice de la puesta en marcha de la medición digital en España y del lanzamiento de su primer panel de audiencias. Gustavo Núñez llegó a la dirección general de Nielsen España en septiembre de 2013.

claramente que ha mejorado. Constatamos que la recuperación ha llegado a la parte de no alimentación. Aunque la verdad es que el Mundial de Fútbol no ha ayudado: en el de Sudáfrica se vendieron televisores de plasma. Pero, en fin, son elementos que van a ayudar a recuperarse al híper, que llevará a la gente a volver a coger el coche cuando la renta vuelva.

**Pero desde Nielsen creen que se mantendrán los súper...**

Sí, el súper se está manteniendo y el híper está mejo-

rando tanto en alimentación como en bienes duraderos. Por dar un dato muy revelador: en el primer trimestre, en cuanto a gran consumo, incluyendo hostelería, ha crecido un 1,2% en volumen y un 1,8% en valor. Esto es un dato muy positivo, especialmente si se compara con lo que ha pasado en Europa. Aunque el español continúa pensando que estamos en crisis, la situación es muy distinta a otros países europeos, donde crece la confianza del consumidor, pero no el consumo.

**¿A qué se deben esas diferencias con otros países?**

Por idiosincrasia, nuestras aspiraciones son distintas a las de un alemán. Gastar en comer o en salir es importante para nosotros y enseguida se ha visto una recuperación.

**¿Qué otras cosas nos diferencian como consumidores?**

No nos queremos parecer a los alemanes.

**En lo tocante al Mundial, sí.**

[Ríe] En Europa solo se crece por precio. No están comprando más, lo que pasa es

**«Hace 10 años, el 70% de la compra se hacía por impulso y ahora 7 de cada 10 personas llevan una lista»**

**«El 'e-commerce' en el gran consumo está despegando, pero llegará»**

que suben los precios y parece que compran más.

**¿Qué más?**

El mercado de frescos es muy propio de nuestro país y es clave. La gran distribución está intentando captar la atención de los frescos porque saben que mejora la frecuencia de compra y que la gente adquiera además otras cosas. En Europa casi toda la alimentación es envasada. Otro aspecto es que en países como Inglaterra o Francia el comercio electrónico en la gran distribución ha despegado al 15% en algunas categorías. En España está creciendo, pero el volumen de fresco y la crisis hacen que Internet se use para planificar más que para comprar. Aunque va a ocurrir como en otros países, pues somos grandes compradores *online* para ropa o viajes.

**Dice que nos gusta salir y queremos volver a hacerlo. ¿Qué dicen los cervecedores, además**

**del desastre que les ha supuesto el fracaso del Mundial?**

Bueno, es que solo dicen eso. Pero van bien respecto a otros años, lo que pasa es que tenían grandes expectativas. Calculamos desde Nielsen que en el Mundial de Sudáfrica se inyectaron 75 millones de euros nuevos al mercado español de gran consumo.

**¿Somos marquistas?**

Sí, nos gustan las marcas, nos gusta vestir bien, vamos como un pincel. Nos gusta comprar y mostrar el estatus.

**¿Eso explica que aunque seamos más racionales, nos haya permitido caprichos?**

Encaja perfectamente. La gente tenía aspiraciones de cambiar de casa, pero con la crisis no ha podido y considera que ese ahorro ya no es necesario y que cuenta con más dinero en el bolsillo. La crisis ha polarizado el consumo, pues se ha vuelto a los productos básicos -pasta, galletas, arroz-, pero por otro lado tenemos los caprichos *gourmets*, que han crecido, como la ginebra buena, el chocolate, el fenómeno Nespresso o los buenos vinos y aceites. Muchos de estos fabricantes ya no solo se dirigen a la clase media, pues el que tiene poco no quiere quitarse caprichos para que su vida no parezca gris.

**Supongo que ha exigido una adaptación de los fabricantes.**

En formatos. Ha habido una reducción de envases muy grandes a formatos más pequeños. Nos diferenciamos también en esto, queremos darnos caprichos, como les pasa a los italianos. En Alemania, con sus cadenas de *discounter*, todo es precio y formatos grandes.

**¿Eso implica que las cadenas españolas sean distintas?**

Sí, queremos que la experiencia de compra sea agradable, con dependientes amables, que abran cajas si hay colas. El precio es indispensable, pero no suficiente.



El director general de Nielsen, en su despacho de Madrid.

JORGE PARÍS

**TENDENCIAS DE CONSUMO EN ESPAÑA**

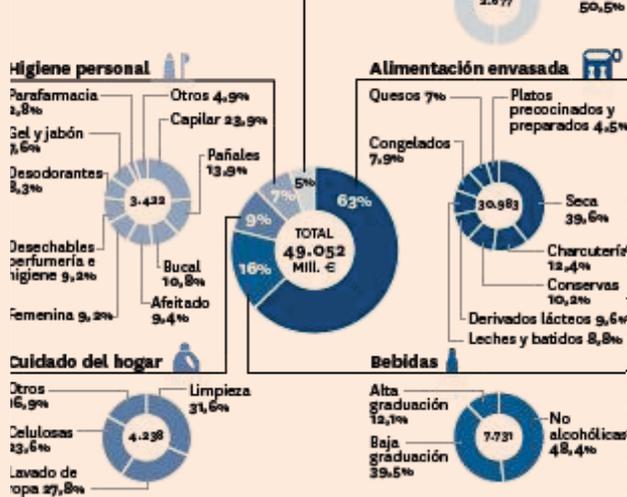
**RAZONES PARA VISITAR PÁGINAS WEB DE SUPER/HIPERMERCADOS**

% respecto al total de visitantes de páginas web



**REPARTO DE LAS VENTAS POR SECCIONES**

En Mill. de € (La alimentación fresca no está incluida; datos de 2013)



FUENTE: NIELSEN. INFOGRAFÍA: H. DE PEDRO

**¿Cómo se han adaptado las marcas?**

Como he dicho, damos importancia a las marcas, aunque curiosamente España es en uno de los países donde la marca de distribución

**«Los españoles quieren darse caprichos aun en tiempos de crisis. Eso también nos diferencia»**

**«Queremos que la experiencia de compra sea agradable, con personal amable»**

[blanca] ha crecido más porque han sabido moverse en un caldo de cultivo beneficioso. Pero estamos detectando por primera vez que la marca del comerciante ya está creciendo más que las marcas

de distribución en belleza e higiene, por ejemplo.

**A qué se debe...**

Primero porque el consumidor tiene la aspiración de volver a la marca. Pero, también, porque las marcas han aprendido a hacer promociones.

**¿Podría estar afectando a la calidad de las marcas?**

En absoluto. Tienen claro que la calidad es su bandera.

**Hay indicadores que dicen que el consumo está repuntando.**

**¿Esto significará una vuelta a hábitos precrisis?**

Perdurarán hábitos que hemos adquirido como la comparación de precios, la inteligencia de la compra y la búsqueda del mejor valor. Se quedarán cosas como el ahorro en energía, telecomunicaciones, elementos que no aportan un placer especial. En alimentación, perdurará la comparativa de precios y de conocimiento, pero volverán nuestras aspiraciones.

**¿Qué aspiraciones?**

Pues irnos de vacaciones, con el consiguiente aumento en hostelería. Ya se está viendo.

**¿Cómo reaccionará la marca blanca ante este futuro?**

El logro de la marca de la distribución en España, que tiene una cuota muy alta comparada con algunos países, es que nació con falta de prestigio, pero con la crisis han sabido posicionarse como una marca más.

**¿Pero eso habrá afectado al precio de la marca blanca?**

Se han acercado los precios, pues la marca de la distribución se ha mantenido y la del fabricante ha bajado. Y la reacción de la marca de distribución ha sido inmediata bajando precios.

**¿Qué otros hábitos se abandonarán cuando haya bonanza?**

Ya estamos cambiando, seremos más *marquistas*. También la innovación que el español aprecia y está dispuesto a pagar por ella si existe un valor diferencial. Otro fenómeno que volverá es el producto de salud.

**CIFRAS DE NIELSEN DEL CONSUMO ESPAÑOL**

**61%**

**Nivel de confianza del consumidor.** Este porcentaje implica varios puntos por encima de los últimos datos y explica el aumento de las compras.

**1,2%**

**Ha aumentado la compra** en volumen en gran consumo durante el primer trimestre del año, rompiendo la tendencia a la baja. En precio aumenta hasta el 1,8% (efecto IPC), y si se descuenta la pérdida de población, el volumen medio habría crecido hasta un 2%.

**75**

**millones de euros** calcula Nielsen que aumentaron las ventas solo en productos de gran consumo (*snacks* y bebidas, en especial la cerveza) durante el Mundial de Fútbol de Sudáfrica gracias a que España llegó a la final.

**150**

**veces al año** visita el español medio las tiendas, especialmente en comercios de cercanía, y hace una compra más reducida que antes de la crisis, puesto que se centra en lo que lleva apuntado en una lista.

**61.576**

**establecimientos** había en España a finales de 2013, casi 7.000 menos que en 2007, antes de la crisis.

**81%**

**de los consumidores** tuvieron la sensación el pasado año de que los precios estaban subiendo a pesar de la dura crisis.

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

**ABOUT LINE  
SEREM**

**Bankia**

**MI  
NEGOCIO  
Y YO**



*No sólo tu imaginación  
te llevará donde quieras.*

**Air Europa te conecta con las principales  
capitales de España, Europa y América.**





[www.aireuropa.com](http://www.aireuropa.com)

**AirEuropa**

**ENTIDADES DISTINTAS A LAS TRADICIONALES**

<p><b>Triodos Bank</b></p> <p><b>Triodos Bank</b></p> <p><b>Qué es.</b> Es uno de los principales bancos éticos del mundo; en España está presente en 17 ciudades.</p> <p><b>Qué ofrece.</b> Disponen de una cuenta corriente (0,1% TAE), tarjetas de débito y crédito,</p> <p>cuenta de ahorro, depósitos a plazo fijo, hipotecas y hasta la opción de hacerse accionista.</p> <p><b>Cómo operar.</b> Triodos permite realizar todo tipo de operaciones tanto en las oficinas, como por correo electrónico, postal y por teléfono.</p> <p>www.triodos.es</p>	<p><b>cajamar</b></p> <p><b>Cajamar</b></p> <p><b>Qué es.</b> Es la principal entidad financiera española constituida como una cooperativa de crédito. Producto de la fusión de más de una docena de cajas rurales, cuenta con 1,3 millones de socios</p> <p>y 3,9 millones de clientes.</p> <p><b>Qué ofrece.</b> Todo tipo de productos financieros, con especial atención al mundo rural.</p> <p><b>Cómo operar.</b> Además de oficinas en toda España, tiene la opción de banca electrónica por Internet.</p> <p>www.cajamar.es</p>	<p><b>BANCO MEDIOLANUM</b>          MEDIOLANUM BANKING GROUP</p> <p><b>Banco Mediolanum</b></p> <p><b>Qué es.</b> Banco con capital hispanoitaliano, fundado en 1986 y enfocado a la banca para familias.</p> <p><b>Qué ofrece.</b> Cuentas, depósitos, tarjetas de crédito y débito, planes de pensiones, fondos de inversión, seguros...</p> <p><b>Cómo operar.</b> El sistema de Mediolanum es particular: cada cliente tiene un asesor personal que analiza las necesidades y propone una planificación.</p> <p>www.bancomediolanum.es</p>	<p><b>Caja de Ingenieros</b></p> <p><b>Caja de Ingenieros</b></p> <p><b>Qué es.</b> Inicialmente era una entidad de crédito para este colectivo, pero ha ampliado su ámbito para profesionales en general.</p> <p><b>Qué ofrece.</b> Seguros, cuentas depósitos,</p> <p>hipotecas, planes de pensiones, productos estructurados, tarjetas, planes adaptados a directivos, programas para jóvenes...</p> <p><b>Cómo operar.</b> Tanto en oficina (11) como en operativa a distancia.</p> <p>www.caja-ingenieros.es</p>	<p><b>Fiare</b>          banca ética</p> <p><b>Fiare Banca Ética</b></p> <p><b>Qué es.</b> Es una organización sin ánimo de lucro que actúa como agencia de la Banca Poppolare Ética italiana. Fue fundada en Bilbao en 2003.</p> <p><b>Qué ofrece.</b> Cuenta de ahorro, cuenta corriente y tres tipos de libretas de ahorro, además de préstamos hipotecarios y éticos.</p> <p><b>Cómo operar.</b> Tienen tres oficinas físicas y cerca de una treintena de puntos de información por todo el país.</p> <p>www.proyectofiare.com</p>
---	---	--	---	--

# Alternativas a la gran banca

Éticos, familiares, sectoriales... la reestructuración financiera en España reduce el número de entidades, pero impulsa modelos bancarios distintos

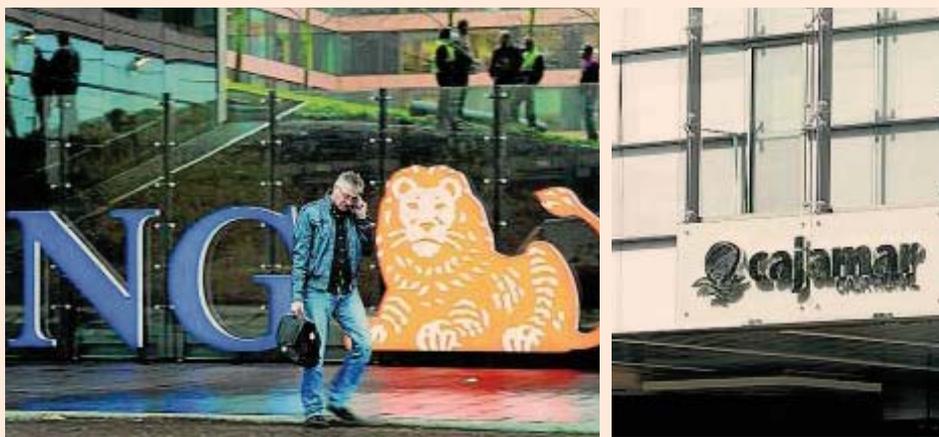
NICOLÁS M. SARRIÉS

La crisis del sistema financiero español ha supuesto una masiva reestructuración del sector, que ha reducido su tamaño, su oferta y su variedad. Así, por ejemplo, si a comienzos de 2010 había 45 cajas de ahorros, actualmente hay apenas 13. También el número de oficinas ha experimentado un recorte medio del 21% desde su pico máximo, en 2008, pasando de unas 46.200 sucursales a unas 36.400, según datos del Banco de España.

Esta reducción de la capacidad instalada supone una merma en la oferta, lo que ha de redundar, de acuerdo con la teoría económica general, en una menor competencia. Pero esa es la teoría. Lo cierto es que desde el inicio de la crisis han emergido numerosas alternativas a la banca tradicional, al tiempo que se han generalizado y se han mantenido otras que ya gozaban antes de una singularidad.

Entre las bancas alternativas que más repercusión están logrando están las entidades dedicadas a las llamadas finanzas éticas. Al margen de los intereses y los productos financieros que pueda ofrecer a sus clientes, la banca ética pone el acento en promover una economía sostenible, que aporte beneficios sociales y que no perjudique al medio ambiente.

La banca ética se dirige especialmente a aquellos usuarios cuyas prioridades sean fomentar inversiones ecológicas, solidarias, sostenibles y que redunden en un beneficio social. Los fondos recaudados por este tipo de entidades no se pueden emplear para finan-



Arriba, un stand de Triodos, y a la izquierda, la sede de ING. A la derecha, oficina de Cajamar.

ARCHIVO

ciar, por ejemplo, la industria armamentística o determinadas industrias químicas.

Otra de las patas fundamentales sobre las que se apoya la banca ética es la transparencia, debido a que una de las fortalezas de este modelo se debe a la confianza y complicidad que el banco pueda tener

## La banca 'online', al alza

ING, iBanesto, Openbank, Uno-e... La última década ha visto cómo la banca online, aquella que apenas dispone de oficinas físicas y que permite una operativa a través de Internet y dispositivos móviles, se ha disparado en España. Si a inicios de la década pasada sus activos totales apenas aglutinaban unos 10.000 millones de euros, actualmente superan ampliamente los 30.000 millones de euros en depósitos y otros activos.

con sus usuarios. Es por esto que periódicamente las entidades comprometidas con este modelo publican en sus páginas webs informes completos sobre las actividades y los proyectos concretos a los que se ha destinado dinero.

En España, actualmente son dos entidades las abandonadas de las finanzas éticamente responsables: Triodos Bank y Fiare. La primera, de origen holandés, cuenta con oficinas en 17 ciudades españolas y está centrada sobre todo en invertir en proyectos viables de energías renovables, tecnología ambiental, agricultura ecológica, turismo sostenible... Fiare, por su parte, funciona como una fundación sin ánimo de lucro. Creada en 2003 y con sede en Bilbao, busca financiar actividades eco-

**40%**

ha crecido la captación de capital de la banca ética durante el último año, según el Barómetro Estatal de 2013

nómicas con un impacto social positivo (escuelas de tiempo libre, empresas de inserción laboral, asociaciones de acogida a inmigrantes, etc.).

### Banca para profesionales

El pasado mes de mayo, la Caja de Ingenieros convocó a sus más de 125.000 socios a acudir a la asamblea general, celebrada en Barcelona. Esta entidad, conformada como una cooperativa de crédito (los empleados y los clientes son los dueños), está especializada en la prestación de servicios financieros a ingenieros, arquitectos y otros tipos de profesionales liberales. «La banca cooperativa es un segmento con gran capacidad de adaptación a los cambios y que conduce a la estabilidad financiera del sector», manifestó Joan Cavallé, director general de esta entidad, durante la asamblea.

## ¿SABÍAS QUE...

... la primera banca ética nacida en España se creó en el año 1996, con la catalana Coop57?

... otros sectores económicos e industriales como los seguros (Caes, por ejemplo) y la energía (Somenergia y Goiener) han visto cómo se han impulsado iniciativas éticas?

... los ingenieros de caminos también tienen su propia entidad financiera (Banco Caminos) y acaban de comprar el banco de los farmacéuticos (Bancofar) a Bankia?

... la Caja de Ingenieros es de las pocas entidades financieras españolas que no se han visto afectadas por la burbuja del ladrillo?

... el ahorro ético superó los 1.300 millones de euros en 2013 y la cifra de 160.000 usuarios?

... los préstamos concedidos por la banca ética superan los 800 millones de euros en 2013, según el Barómetro Estatal?

... la morosidad de la banca ética fue en 2013 mucho menor que la de la banca comercial (4,25% para la primera frente al 13% de la segunda)?

**Cientes de la Fundación**  
Microfinanzas BBVA en Perú, que han conseguido financiación para desarrollar proyectos de agricultura en el país.



## LA SOLIDARIDAD ALCANZA EL 1% DEL PIB

La actividad que desarrollan las fundaciones españolas es de las más relevantes de Europa. Tienen un gasto conjunto próximo a los 8.500 millones anuales, importe del que se benefician casi 30 millones de personas, y representan 250.000 puestos de trabajo

### BEATRIZ P. GALDÓN

Las fundaciones son un patrimonio afecto a un fin que mueve una parte de la economía igual que lo hace una empresa. Es un agente económico con un producto diferente, de un gran valor social». Esta es la definición que Javier Nadal, presidente de la Asociación Española de Fundaciones (AEF), hace del sector.

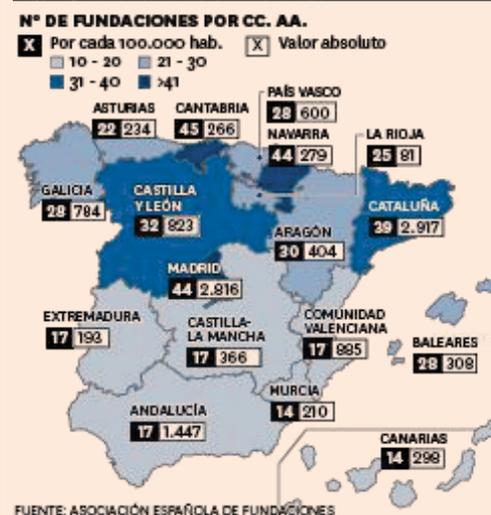
Y para avalar sus palabras desvela dos datos: las fundaciones españolas suponen el 1% del producto interior bruto (PIB) y representan aproximadamente 250.000 puestos de trabajo.

El sector fundacional español tiene raíces centenarias en las organizaciones filantrópicas y de beneficencia, tanto de origen católico como laico.

En la actualidad es uno de los más relevantes a nivel europeo, con más de 13.000 instituciones registradas, aunque no todas están inscritas en la AEF, que cuenta con unos 1.000 socios.

Las fundaciones tienen un gasto conjunto cercano a los 8.500 millones de euros al año, importe del que se benefician casi 30 millones de personas, según recoge el Instituto de Análisis Estratégico de Fundaciones.

### LAS FUNDACIONES EN ESPAÑA



### ÁREAS DE ACTIVIDAD POR IMPORTANCIA

- 🏫 Educación-investigación
- 🏠 Cultura-recreo
- 👥 Servicios sociales
- 🏠 Desarrollo-vivienda
- 🏥 Sanidad
- 🌿 Medio ambiente
- 🌐 Actividades internacionales
- 👤 Asesoramiento
- ✝ Religión
- 🏢 Asociaciones empresariales

### SUS FUENTES DE INGRESOS



Frente a Estados Unidos queda algo más lejos, ya que las fundaciones en este país representan entre el 2 y 2,5% del PIB.

Los colectivos que reciben mayor ayuda por parte de las instituciones españolas son estudiantes, personas con riesgo de exclusión, afectados por enfermedades importantes, adictos y toxicómanos, familias, investigadores y docentes, mayores y desempleados.

El 63% de las fundaciones concentran su actividad en un ámbito territorial que no excede de su comunidad autónoma. Madrid y Cataluña son las

SIGUE EN PÁG. II >

## «La ayuda ciudadana es la mayor garantía de sostenibilidad del sector»

**JAVIER NADAL**  
Presidente de la Asociación Española de Fundaciones (AEF)

El presidente de AEF, Javier Nadal, reitera a lo largo de la entrevista con *20 minutos* la necesidad de dar mayor visibilidad a la actividad de las fundaciones y de incrementar la participación de los ciudadanos.

**En un momento de inicio de recuperación económica, ¿cómo se encuentra el sector?**

El sector se encuentra en un punto de inflexión. En términos de recursos, las fundaciones están haciendo más [la demanda ha crecido] con menos ingresos.

**¿Cómo ha afectado la crisis financiera?**

La crisis ha reducido la cifra de instituciones, pero la creación



**BIO** Ingeniero de telecomunicaciones, ha desempeñado distintos cargos en Telefónica y fue presidente de Retevisión.

de empleo no ha parado de crecer desde 1976, aunque es cierto que en los dos últimos años se ha frenado.

**¿A qué retos importantes se enfrentan las fundaciones?**

Hay que cubrir las demandas existentes y atender el aumento de la pobreza. Por otro lado, las instituciones deben mejorar en eficiencia, profesionalidad, transparencia, prácticas de buen gobierno y visibilidad. Ser más visibles es mejorar la sensibilidad.

**¿Son ahora las empresas españolas más sensibles?**

Las empresas españolas tienen una actitud positiva con las fundaciones y son las que proporcionan la mayor cuan-

tía de financiación. Hay que mejorar la respuesta de la sociedad civil. En Estados Unidos el 75% de los recursos provienen de personas y el resto de empresas; en España

**«Conseguimos sensibilizar a Hacienda en materia fiscal»**

es al revés. Tenemos que conseguir más compromiso del ciudadano; sus recursos son la mayor garantía de sostenibilidad del sector.

**¿Hay un ámbito donde las compañías tengan especial interés?**

Las fundaciones desarrollan actividades de interés general, pero una primordial es la de investigación y formación de segundo nivel; si desaparecieran, no habría becas en este sentido.

**¿Cómo queda el sector con la reciente reforma fiscal?**

Pedíamos la figura del micro-mecenazgo para que los primeros 150 euros de donaciones provenientes de ciudadanos tuvieran una desgravación al 100%. Nos han aceptado el principio de nuestras pretensiones y admiten un 75%. Hemos conseguido sensibilizar a Hacienda para que aumenten los recursos privados. **B. P. G.**

VIENE DE PÁG. 1 > que tienen mayor número de instituciones.

El origen de los ingresos de las fundaciones proviene en su mayor parte de las empresas, suponiendo casi el 30% sobre el total, frente al poco más del 9% de las donaciones de los particulares y el 16% de las subvenciones públicas.

La profundización en la obtención de recursos es uno de los retos que aspira a conseguir el sector. En Estados Unidos sucede a la inversa que en España; la mayor parte de las ayudas proceden de los particulares—es un sector más maduro, en el que todo el dinero que se dona a una fundación se deduce de la base imponible—y es en este colectivo donde la AEF pretende conseguir una

### Los Premios Príncipe de Asturias

**La Fundación Príncipe de Asturias continúa con este nombre y con su labor después de la proclamación de Felipe VI como rey de España. Se trata de una de las más relevantes del país y cuenta con un importante reconocimiento internacional. El patrimonio neto de la fundación alcanzó los 30,4 millones al cierre de 2013. El gasto de las actividades en el ejercicio fue de 5,28 millones y el 66% del presupuesto fue para los Premios Príncipe de Asturias.**

breza han tomado el relevo de otras necesidades.

El aspecto positivo de estos años de dificultades y de cambios es que las fundaciones han seguido creando empleo, aunque desde la Asociación Española matizan que en los dos últimos se ha ralentizado.

#### Cambios tras la crisis

Este periodo de dificultades también ha introducido nuevos agentes. Las cajas de ahorros tienen que transformarse en fundaciones bancarias por una norma impuesta desde Bruselas.

Las fundaciones bancarias están sujetas a la supervisión del Banco de España y mantienen una participación en una entidad financiera. La obra social de las antiguas cajas de ahorros queda recogida en las nuevas fundaciones. La Caixa ha sido una de las últimas en culminar este proceso.

El sector encara el futuro con optimismo después de que en los primeros meses de 2014 se haya registrado un repunte en la actividad fundacional cercana al 2%, según recoge el Indicador de Actividad Fundacional (IAF).

La Asociación Española de Fundaciones destaca en-



Carlos Sobera, en el Chad, con la campaña de los Derechos de la Infancia, de la Fundación Atresmedia.

### LAS FUNDACIONES MÁS TRANSPARENTES

**Ranking de fundaciones españolas ordenado a nivel de transparencia de la información económica y de actividad proporcionada a través de la web. Los sectores de seguros y energía reúnen el mayor número de instituciones traslúcidas.**

#### EMPRESARIALES

1. Atresmedia
2. Gas Natural Fenosa
3. Seur
4. Caser
5. Iberdrola
6. Mapfre
7. ONCE
8. Repsol
9. Mutua Madrileña
10. Microfinanzas BBVA
11. La Caixa
12. Telefónica
13. Banco Sabadell
14. Banco Santander
15. Ramón Areces

#### FAMILIARES

1. Barceló
2. Rafael del Pino
3. Víctor Grifols
4. Barrié de la Maza
5. Marío Losantos
6. Antonio Esteve
7. Botín
8. J. M. Entrecanales
9. Roviralta
10. Alicia Koplowitz
11. Jaume Casademont
12. Luca de Tena
13. José Manuel Lara
14. Lluís Carulla
15. Amancio Ortega

FUENTE: FUNDACIÓN COMPROMISO Y TRANSPARENCIA, 2013

tre los objetivos de mejora la necesidad de progresar internamente, tanto en buen gobierno como en transparencia, y exteriormente, en la difusión o visibilidad de la actividad.

En este sentido, KPMG International hizo público hace un mes un informe titulado *Unlocking the Value of Social Investment*, donde concluye que las 100 compañías más grandes del

mundo—algunas españolas—invirtieron de media el equivalente al 2,5% de sus beneficios en 2013—12.200 millones de dólares, unos 9.000 millones de euros actuales—en programas sociales y medioambientales, como el acceso a la educación, la asistencia sanitaria y la ayuda en caso de catástrofes.

Sin embargo, el estudio también revela que únicamente el 20% de estas empresas dio información cuantificada del impacto de los programas que financian y solo el 32% comunicó una estrategia de inversión detallada.

Para KPMG, medir el impacto de estas inversiones sobre el terreno puede ser complicado, pero resulta crucial para entender en qué medida son eficaces estos programas, cómo pueden mejorarse y dónde es mejor invertir el dinero para ofrecer los mayores beneficios.

En definitiva, se trata de dar un reconocimiento al beneficio que puede reportar el sector desde el punto de vista social y económico.

### 7 PREGUNTAS SOBRE...

## CÓMO CREAR UNA FUNDACIÓN

#### 1 ¿Qué es una fundación?

Una organización constituida sin fin de lucro, que tiene afectado su patrimonio al desempeño de fines de interés general.

**2 ¿Quién puede constituir-la?** Tanto personas físicas como jurídicas, y a nivel público y privado.

**3 ¿Cómo es el periodo de constitución?** Primero la fundación estará en formación desde que se otorga la escritura hasta aparecer en el Registro de Fundaciones. A partir de entonces gozará de personalidad jurídica.

**4 ¿En qué ámbito territorial actúa?** Puede ser de ámbito estatal o autonómico. El espacio de actuación debe concretarse en los estatutos, sin que por eso límite actuaciones a nivel internacional.

**5 ¿Se necesita un capital mínimo?** La ley establece una presunción de suficiencia de la dotación por valor de 30.000 euros; puede ser dineraria o no.

**6 ¿Qué ingresos se pueden obtener?** Pueden obtenerse a través de rendimiento propio, la venta de acciones o valores, subvenciones, herencias y legados, a través de la propia actividad o de la financiación nacional o internacional.

#### 7 ¿Hay que rendir cuentas?

Sí. La fundación tiene la obligación de aprobar su balance financiero en los seis meses posteriores al cierre del ejercicio. Las cuentas se presentan en el Protectorado, que las depositará en el Registro de Fundaciones una vez que se compruebe que responden formalmente a la normativa.

2,5%

de los beneficios es lo que destinaron las 100 mayores empresas del mundo en 2013 a programas sociales

mayor sensibilización hacia las actividades que desarrollan las fundaciones.

De momento, ha conseguido que el Gobierno contemple en la actual reforma fiscal mejoras en el mecenazgo, aunque considera que es esencial un completo reconocimiento de la figura del micro-mecenazgo, elevando el porcentaje de deducción previsto en el borrador del Ejecutivo para los primeros 150 euros, del 75 al 100%.

La crisis también se ha dejado notar en este tipo de instituciones, y lo ha hecho en dos sentidos, en el ámbito económico y en las prioridades del trabajo. Los ingresos, las donaciones, se han reducido, y cuestiones como el aumento de la po-



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

Radiografía de las fundaciones españolas

1 **Antigüedad de las instituciones**

**FUERTE CRECIMIENTO EN LA ÚLTIMA DÉCADA.** En España, el sector fundacional es relativamente joven, ya que hay registradas más de 13.000 instituciones, y la mayoría han aparecido en la última década. El periodo de mayor impulso coincide también con la aparición de la primera Ley de Mecenazgo, aprobada en 1994, que recogía incentivos fiscales para este tipo de actividad. La mayoría de las fundaciones se concentran en Barcelona y Madrid.



## TODAS LAS FUNDACIONES, UNA A UNA

(EMPRESARIALES Y FAMILIARES, LISTADAS POR ORDEN ALFABÉTICO)



Sobre estas líneas, **Trancas y Barrancas** visitan el Gregorio Marañón con la Fundación Atresmedia. Arriba a la derecha, La Anunciación, del Greco, de la Fundación B. Santander, y debajo, sede de la Fundación Barrié de la Maza.

### Alicia Koplowitz

Sede P.º Eduardo Dato, 18. Madrid  
 Web [www.fundacionaliacia.koplowitz.org](http://www.fundacionaliacia.koplowitz.org)  
 Teléfono 917 027 992  
 Presencia Nacional  
 Misión / objetivo Enfermedades psiquiátricas de la infancia  
 Agenda Curso sobre trauma y abuso en la infancia

Nació con el objetivo de cubrir una subespecialidad médica que en la actualidad no está considerada en nuestro país: la psiquiatría infantil y juvenil. Para ello, cuenta con centros residenciales y otorga apoyo a colectivos específicos.



Para incentivar a los profesionales, la fundación concede becas de estancias cortas en países extranjeros. También concede ayudas a la investigación.

En el pasado mes de abril, la Federación de Autismo de Madrid le entregó un premio en reconocimiento a su labor en el campo de la investigación.

### Amancio Ortega

Sede Diputación, s/n. A Coruña  
 Web [www.faortega.org](http://www.faortega.org)  
 Teléfono 981 185 596  
 Presencia Nacional e internacional  
 Misión / objetivo Educación y asistencia social  
 Agenda Programas educativos y asignación de plazas en escuelas de nueva creación

La fundación Amancio Ortega centra su actividad en Galicia. Pero también trabaja a nivel internacional. Desde 2009 colabora con la Fundación Agrónomos sin Fronteras para la formación en técnicas de cultivo y ga-



nadería para la población de Tanzania. Son ya más de 6.000 los beneficiarios directos de este programa.

La fundación también concede becas de estudios en Estados Unidos y Canadá, país donde se cubre el 100% del coste del curso escolar durante los 10 meses de estancia dura.

### Antonio Esteve

Sede Llobet i Vall-Llosera, 2. Barcelona  
 Web [www.esteve.org](http://www.esteve.org)  
 Teléfono 934 335 320  
 Presencia Nacional e internacional  
 Misión / objetivo Favorecer la investigación farmacoterapéutica  
 Agenda Curso de verano en la Universidad de Barcelona

Fèlix Bosch, director de la Fundación Dr. Antonio Esteve, explica que en los 30 años de historia de esta institución «se han llevado a cabo más de 300 actividades presenciales y se han contabilizado más de 200 publicaciones». Cuenta con



un presupuesto en actividades científicas sobre los 400.000 euros, «cantidad modesta en comparación con otras entidades sin ánimo de lucro», según describe Bosch, pero «no cabe duda de que se le confiere el máximo partido», dice.

La fundación celebra encuentros internacionales.

### Atresmedia

Sede Avda. Isla Graciosa, 13. Madrid  
 Web [www.antena3.com/fundacion](http://www.antena3.com/fundacion)  
 Teléfono 916 230 804  
 Presencia Nacional e internacional  
 Misión / objetivo Difundir conocimientos que permitan a los niños vivir más felices  
 Agenda Asistencia hospitalaria, talleres de radio, concursos...

«Queremos ser la fundación de todos, de los niños, de los jóvenes y de sus familias», asevera Carmen Bieger, su directora. Esta entidad mantiene diversos proyectos en los que colaboran rostros conocidos de la televisión.



Cada año da asistencia hospitalaria a 100.000 niños y ya han formado a más de 150 jóvenes con discapacidad para su inserción laboral.

Con respecto a estar entre las fundaciones consideradas más transparentes, Bieger señala que «el tener una sociedad cada vez más exigente, ayuda a todos a mejorar».

### Banco Sabadell

Sede R. de Catalunya, 115. Barcelona  
 Web [www.grupbancasabadell.com](http://www.grupbancasabadell.com)  
 Teléfono 938 826 960  
 Presencia Nacional  
 Misión / objetivo Formación e investigación en los ámbitos social, educativo, científico y cultural  
 Agenda Premios y patrocinios

Los recursos anuales le genera la propia actividad de la fundación y de la subvención del Banco Sabadell. Para Miquel Molins, su presidente, «la institución debe continuar los próximos años en la misma línea: con una



pequeña estructura y un funcionamiento en red a partir de una amplia base de colaboraciones por toda España». En el ámbito de la solidaridad se muestran especialmente sensibles con la infancia y este año han colaborado con Cruz Roja para mitigar la falta de alimentación en los niños.

### Banco Santander

Sede Serrano, 92. Madrid  
 Web [fundacionbancosantander.com](http://fundacionbancosantander.com)  
 Teléfono 917 815 158  
 Presencia Nacional  
 Misión / objetivo Vocación cultural, humanística y científica  
 Agenda El programa Emplea Cultura Busca Talento

Dispone de más de 1.000 obras de arte en su colección, y es esta área la que se lleva mayor parte de inversión, por encima de los 2,5 millones de euros. Borja Baselga, director de la fundación, señala en este sentido que «se han conseguido



grandes avances en el acercamiento del arte contemporáneo a la sociedad». Tras la crisis se ha puesto énfasis en los jóvenes, según Baselga.

Entre las últimas iniciativas está el programa Emplea Cultura, que financiará 10 puestos de trabajo. «Nada de becas..., hechos», dice el director.

### Barceló

Sede S. Jaime, 4. Palma de Mallorca  
 Web [www.fundacionbarcelo.org](http://www.fundacionbarcelo.org)  
 Teléfono 971 721 837  
 Presencia Nacional e internacional  
 Misión / objetivo Desarrollo humano, económico y social de las personas más desfavorecidas, sobre todo en los países más pobres  
 Agenda No disponible

Su tarea consiste en favorecer «el desarrollo integral de la persona». Sus valores se concentran en «la eficiencia de la gestión de los recursos»; «el control y seguimiento de sus objetivos»; «la transparencia de su labor», y «la respon-



sabilidad y diligencia» en cada una de sus actuaciones.

Fundación Barceló facilita también microcréditos para el desarrollo de proyectos en África y América Latina. Son personales y exentos del pago de intereses. Se emplean para la educación, la ganadería, el comercio y la agricultura, principalmente.

### Barrié de la Maza

Sede Cantón Grande, 9. A Coruña  
 Web [www.fundacionbarrie.org](http://www.fundacionbarrie.org)  
 Teléfono 981 221 525  
 Presencia Nacional e internacional  
 Misión / objetivo Impulso al desarrollo sostenible de Galicia  
 Agenda Talleres gratuitos. Convocatoria de proyectos escolares

La fundación destina sus recursos a programas y proyectos dirigidos a impulsar el desarrollo sostenible de Galicia y desde sus orígenes, en 1966, han becado a 606 estudiantes en universidades de todo el mundo.



Barrié pretende «seguir optimizando los proyectos de gestión de talento» y colaborar con las universidades para mejorar el empleo de los jóvenes», según el director general, Javier López. La fundación ha destinado 4 millones para la restauración del Pórtico de la Gloria de la Catedral de Santiago.

Radiografía de las fundaciones españolas

## 2 Número de empleados

**EL EMPLEO SE CUADRUPLICA.** Los años de dificultades económicas se han dejado notar en las fundaciones, más en el lado de la actividad –por una mayor atención al incremento de la pobreza– que en del empleo. En España, este tipo de instituciones llevan creando puestos de trabajo 38 años, aunque sí es cierto que en los últimos el proceso se ha ralentizado. En 1976 representaban poco más de 60.000 puestos de trabajo, hoy son más de 200.000.



### Botín

Sede **Castelló, 18. Madrid**  
Web [www.fundacionbotin.org](http://www.fundacionbotin.org)  
Teléfono **917 814 132**  
Presencia **Nacional**  
Misión / objetivo **Desarrollo integral de la sociedad y generación de riqueza cultural, social y económica**  
Agenda **Curso Internacional Historia de las Ideas**

Creada en 1964, esta fundación familiar invirtió 53 millones de euros en actividades en 2013. Íñigo



Sáenz de Miera, director general, explica que la institución «tiene volcados sus esfuerzos en la creación del Centro Botín, donde se integrarán las áreas de

arte y cultura junto con la de educación para despertar la creatividad y generar riqueza y también en los programas relacionados con la ciencia y la educación». Está previsto que el Centro Botín inicie su actividad el 22 de julio. Esta ubicado en la Ciudad Grupo Santander, Madrid.

### Caser

Sede **Avda. de Burgos, 109. Madrid**  
Web [www.fundacioncaser.es](http://www.fundacioncaser.es)  
Teléfono **912 146 569**  
Presencia **Nacional**  
Misión / objetivo **Abordar situaciones de dependencia y prevenirlas**  
Agenda **Apoyo de acceso a discapacitados en 8 playas del Levante**

Nació con el objetivo de ser un gran centro multidisciplinar y foro de análisis para el estudio, reflexión

y concienciación social sobre las necesidades de las personas dependientes y sus familiares. Según detalla su director, Juan Sitges, «las actividades de la fundación se financian por aportaciones privadas que hace, principalmente, el Grupo Caser». Sobre los recortes en la Ley de Dependencia,



cia, Sitges señala que «es comprensible que se hayan priorizado los recursos a los casos más severos», hasta que la situación económica permita una mejora.



Arriba, asamblea de la AEF. Debajo, restauración de tablas de Rubens con el apoyo de la Fundación Iberdrola.

### Gas Natural Fenosa

Sede **Plaça Gas, 8. Barcelona**  
Web [fundaciongasnatural.org](http://fundaciongasnatural.org)  
Teléfono **934 129 640**  
Presencia **Nacional e internacional**  
Misión / objetivo **Impulso de los valores culturales esenciales**  
Agenda **Actividades culturales en el Museo del Gas. Programas para sensibilizar sobre la energía**

En el pasado ejercicio, sus áreas de trabajo fueron España, Argentina, Argelia,



Colombia, Costa Rica, Brasil, Italia, México y Marruecos.

La Fundación Gas Natural Fenosa tiene entre sus objetivos más prioritarios la sensibilización

en temas medioambientales. Para ello, mantiene convenios o acuerdos con distintas consejerías de Industria y Medio Ambiente de diferentes comunidades autónomas para el desarrollo de programas enfocados al uso racional y eficiente de la energía.

### Iberdrola

Sede **Arequipa, 1. Madrid**  
Web [www.fundacioniberdrola.org](http://www.fundacioniberdrola.org)  
Teléfono **917 842 213**  
Presencia **Nacional e internacional**  
Misión / objetivo **Desarrollo energético, cultural y social**  
Agenda **Becas para estudios de posgrado en la Universidad de México**

La Fundación Iberdrola ha mantenido su compromiso recogido en el plan para el periodo

2010-2014 a pesar de tratarse de años de dificultades económicas. Es más, en este tiempo la institución ha querido profundizar en su crecimiento internacional.

Rafael Landín, director de la fundación, cuenta que se ha creado un programa de becas enfocadas al sector



energético. «Se ha ampliado el alcance de este tipo de ayudas desde España al Reino Unido, Estados Unidos, México y, este año, a Brasil», concluye.

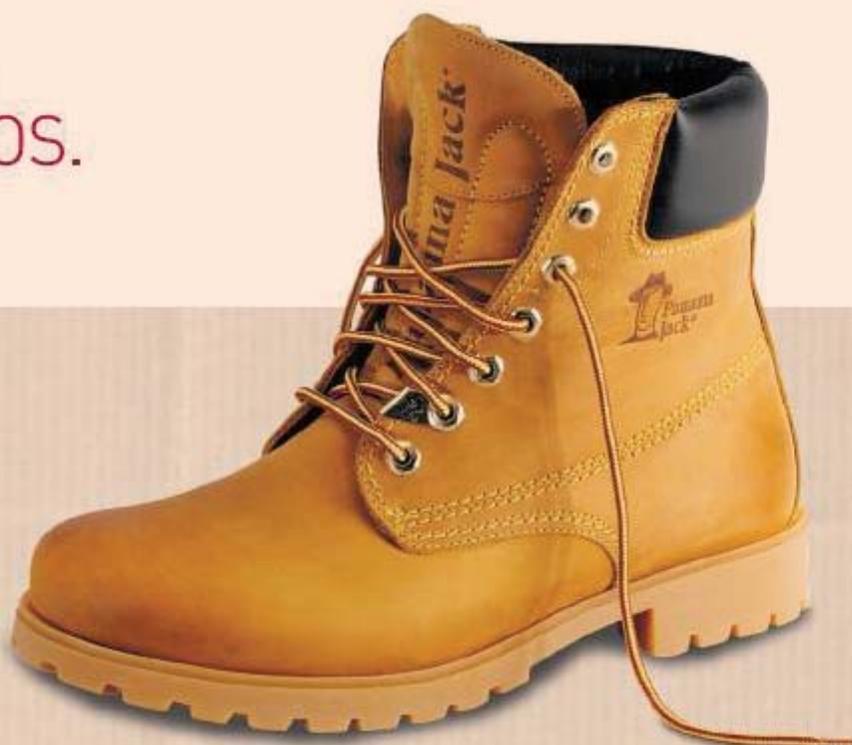
## EMPRESAS



DESDE SIEMPRE,  
HACIENDO GRANDES  
A PYMES Y AUTÓNOMOS.

Solicítanos  
**FINANCIACIÓN**  
y haz crecer tu proyecto.

PANAMA JACK Y BANCO POPULAR.  
25 AÑOS JUNTOS.



Radiografía de las fundaciones españolas

3

Tamaño de las instituciones

**DOS DE CADA TRES SON DE DIMENSIÓN REDUCIDA.** La mayoría de las fundaciones españolas son de reciente creación y casi dos de cada tres son de dimensión reducida –denominadas microfundaciones o instituciones pequeñas–, de acuerdo con los ingresos que percibe. Las cuantías para este grupo oscilan entre un mínimo de 30.000 y un máximo de 500.000 euros.



Campaña para la prevención de accidentes de tráfico de la F. Mutua Madrileña. Arriba, a la derecha, cliente de la F. Microfinanzas BBVA, en la R. Dominicana. Debajo, un enfermero de la Fundación Mario Losantos en Kenia.

**José María Entrecanales**

Sede Avda. de Europa, 20. Madrid  
Web [www.fjme.org](http://www.fjme.org)  
Teléfono 914 238 836  
Presencia Nacional  
Misión / objetivo Fomento del desarrollo económico sostenible  
Agenda Programas de prácticas, talleres sobre sostenibilidad

Esta fundación nació en 2009 con el objetivo de promover iniciativas empresariales que contribuyan al desarrollo económico sostenible. Pablo Ventura Aranguren, nuevo director gerente, comenta que



«se buscan productos o servicios que faciliten la vida de sus usuarios y que economicen recursos, como ahorro de tiempo y dinero».

La fundación ha invertido capital privado por más de 10 millones en 13 proyectos, «gracias al compromiso de Fides, que integra a 16 empresarios», matiza Ventura.

**Jaume Casademont**

Sede Pic de Peguera, 15. Girona  
Web [www.jaumecasademont.cat](http://www.jaumecasademont.cat)  
Teléfono 618 377 220  
Presencia Nacional  
Misión / objetivo Desarrollo social, educativo y cultural  
Agenda Becas para la salud, cultura y empresa

Enric Sucarrats, director de la fundación, explica que en los últimos 7 años han desarrollado más de 60 proyectos educativos y culturales. «Si los juntamos todos para tener una visión única, podemos decir



que los logros son muy importantes porque permiten a muchas personas desarrollar su talento y sus ideas».

Esta institución, de índole familiar, tiene su límite de actuación en Cataluña y por el momento su intención es mantenerse así. Empresas y famosos catalanes colaboran con el organismo.

**La Caixa**

Sede Diagonal, 629. Barcelona  
Web [www.obrasocial.lacaixa.es](http://www.obrasocial.lacaixa.es)  
Teléfono 934 046 081  
Presencia Nacional e internacional  
Misión / objetivo Compromiso con los derechos humanos, la paz y la justicia  
Agenda Exposiciones itinerarias, muestras y programas en los espacios CaixaForum

La Obra Social de La Caixa cuenta con 14 millones de clientes. En 2014, y por séptimo año consecutivo, han destinado 500 millones de euros a ayudar a los sectores de la sociedad más vulnerables a través de programas pro-



pios, otorgando ayudas a entidades sociales y promoviendo el voluntariado; en el pasado ejercicio fueron más de 42.000 iniciativas las que se ejecutaron.

Con la intención de mostrar la utilidad de los microdonativos, la entidad explica que con solo 2 euros, 200 niños enfermos reciben vitamina A.

**Luca de Tena**

Sede Calle de Padilla, 6. Madrid  
Web [fundacionlucadetena.org](http://fundacionlucadetena.org)  
Teléfono 915 750 990  
Presencia Nacional  
Misión / objetivo Apoyo y protección a los periodistas y sus familias en distintas circunstancias  
Agenda Pilates, talleres de informática y costura. Coaching para periodistas sin empleo

Para Victoria Barandiarán, «lo más positivo del trabajo es que en cada época las necesidades son diferentes, y en la fundación nos hemos adaptado a ellas», dice. «En su día se daba respuesta a los aspectos más



básicos. Ahora nos toca reflexionar sobre el futuro del sector, aportar herramientas de cambio, creatividad y motivación para los profesionales», añade.

Barandiarán destaca la importancia de obtener «nuevos recursos económicos a fin de mantener los proyectos y que lleguen a los que más lo precisan».

**Mapfre**

Sede P.º de Recoletos, 23. Madrid  
Web [www.fundacionmapfre.org](http://www.fundacionmapfre.org)  
Teléfono 916 025 221  
Presencia Nacional e internacional  
Misión / objetivo Acción social, formación, prevención salud y medio ambiente, difusión cultural  
Agenda Convocatoria especial de 400 becas al estudio para desempleados. Plazo abierto

Teófilo Domínguez, director de la fundación, asegura que tras la crisis se ha incrementado el presupuesto un 0,2%, hasta los 55,2 millones, «para cumplir objetivos». Domínguez considera que uno de «los proyec-



tos que más demanda tendrá en España será la segunda edición del programa Accedemos», que incentiva la contratación de jóvenes en desempleo. A nivel internacional, la construcción de la Comunidad Mapfre-Universidad Panamericana, «que ayudará a 5.000 personas sin recursos el primer año».

**Mario Losantos**

Sede Avda. de España, 17. Madrid  
Web [www.fundacionmlc.org](http://www.fundacionmlc.org)  
Teléfono 912 291 080  
Presencia Nacional e internacional  
Misión / objetivo Asistencia socio-sanitaria, psicología del duelo, investigación y cooperación  
Agenda Curso de experto en duelo, actividades para recoger alimentos y ayudas

«La vocación de servicio, el compromiso social y la calidad han sido, son y serán la base sobre la que se fundamenta nuestra entidad». Es el lema de esta fundación, que destaca por su apoyo emocional y su



cooperación al desarrollo. Sara Losantos, vicepresidente, explica que trabajan con muchos centros de salud de Madrid. «Tenemos un blog de ayuda en duelo que recibe más de 6.000 visitas al mes, la mitad provienen de Latinoamérica», apunta. El 99% de los ingresos proceden de los donativos.

**Mutua Madrileña**

Sede Fortuny, 18. Madrid  
Web [www.fundacionmutua.es](http://www.fundacionmutua.es)  
Teléfono 915 922 836  
Presencia Nacional  
Misión / objetivo Acceso a la cultura, acción social, fomento de la salud y la seguridad vial  
Actividades próximas Entrada gratis al Reina Sofía para mutualistas, visita al Museo de Bellas Artes

Las actividades se destinan principalmente a mutualistas y asegurados del grupo. Con un patrimonio neto de 70 millones, la fundación ha «ayudado a mejorar el tratamiento de enfermedades, ofreciendo apoyo a más



de 100 ONG, becando a estudiantes y ayudando a miles de jóvenes a conducir con más prudencia», dice Lorenzo Cokin, director general. Con la Convocatoria de Ayudas a la Acción Social destinarán 500.000 euros a ONG. La fundación ha financiado proyectos de investigación por más de 50,5 millones de euros.

**Microfinanzas BBVA**

Sede P.º de Recoletos, 10. Madrid  
Web [www.mfbvva.org](http://www.mfbvva.org)  
Teléfono 913 748 257  
Presencia Internacional  
Misión / objetivo Impulso del desarrollo económico y social mediante «finanzas productivas»  
Agenda No disponible

El trabajo de Microfinanzas BBVA es «facilitar la provisión de una amplia gama de servicios financieros (crédito, seguros, ahorro, etc.) para el desarrollo de actividades productivas de emprendedores desfavorecidos, a los



que además acompañamos con asesoría y capacitación», detalla el presidente de la fundación, Manuel Méndez del Río Piovich.

La actividad se concreta en Latinoamérica y desde 2007 han entregado más de 6.000 millones de dólares en créditos a más de 4,4 millones de emprendedores desfavorecidos.

## Mira al futuro con buena energía.

Cerca del 90% de nuestra energía producida en España está libre de CO<sub>2</sub>. Así, nuestro compromiso con el medio ambiente lo convertimos en buena energía para ti.



ADOP  
Patrocinador  
del Equipo  
Paralímpico  
Español



IBERDROLA

Radiografía de las fundaciones españolas

**4** Número de beneficiarios de la actividad de las entidades

**BENEFICIOS PARA TODA LA SOCIEDAD.** El número de beneficiarios de las fundaciones es uno de los indicadores claves del impacto social del sector. El 96% de las fundaciones tienen a personas físicas como principales beneficiarios, con especial prevalencia del público en general. Les siguen colectivos como estudiantes, investigadores y docentes, colectivos en riesgo de exclusión, menores de edad, discapacitados y familias.

En % respecto al total de las fundaciones



Aula móvil de la energía de la Fundación Repsol. Arriba, a la derecha, recogida de tapones de plástico de botellas, campaña que lleva a cabo la Fundación de Seur. Debajo, un momento de debate en la Fundación Telefónica.

ONCE	Rafael del Pino	Ramón Areces	Repsol	Roviralta	Seur	Telefónica	Víctor Grífols
<p>Sede <b>Sebastián Herrera, 15. Madrid</b> Web <a href="http://www.fundaciononce.es">www.fundaciononce.es</a> Teléfono <b>915 068 888</b> Presencia <b>Nacional e internacional</b> Misión / objetivo <b>Programas de integración laboral y empleo para personas con discapacidad. Promoción de entornos globalmente accesibles</b> Agenda <b>No disponible</b></p>	<p>Sede <b>Rafael Calvo, 39. Madrid</b> Web <a href="http://www.frdelpino.es">www.frdelpino.es</a> Teléfono <b>913 968 600</b> Presencia <b>Nacional e internacional</b> Misión / objetivo <b>Formación, investigación, becas, conferencias</b> Agenda <b>Máster Internacional de Liderazgo para Ingenieros de Caminos; Workshop in Global Leadership</b></p>	<p>Sede <b>Vitruvio, 5. Madrid</b> Web <a href="http://www.fundacionareces.es">www.fundacionareces.es</a> Teléfono <b>915 158 980</b> Presencia <b>Nacional e internacional</b> Misión / objetivo <b>Compromiso con el progreso, investigación, la educación y la cultura</b> Agenda <b>Ciclos de conferencias sobre enfermedades raras y medicamentos huérfanos</b></p>	<p>Sede <b>Velázquez, 166. Madrid</b> Web <a href="http://www.fundacionrepsol.com">www.fundacionrepsol.com</a> Teléfono <b>917 539 079</b> Presencia <b>Nacional e internacional</b> Misión / objetivo <b>Desarrollo social, cultural ambiental y educativo</b> Agenda <b>Jornadas sobre medio ambiente, aulas móviles y exposición Diseñar América: El trazado español en Estados Unidos</b></p>	<p>Sede <b>Avda. de Bruselas, 15. Madrid</b> Web <a href="http://www.roviralta.org">www.roviralta.org</a> Teléfono <b>915 560 228</b> Presencia <b>Nacional e internacional</b> Misión / objetivo <b>Desarrollo social; mejora en el tratamiento de la medicina y sanidad; fomento de la educación y la ciencia. Presencia mínima en la cultura y las artes</b> Agenda <b>No disponible</b></p>	<p>Sede <b>Gamonal, 6. Madrid</b> Web <a href="http://www.fundacionseur.org">www.fundacionseur.org</a> Teléfono <b>913 222 678</b> Presencia <b>Nacional</b> Misión / objetivo <b>Facilitar servicio logístico en la realización de proyectos de acción social</b> Agenda <b>Recogida de tapones de plástico para ayudar a niños con problemas de salud</b></p>	<p>Sede <b>Gran Vía, 28. Madrid</b> Web <a href="http://www.fundacion.telefonica.co">www.fundacion.telefonica.co</a> Teléfono <b>915 842 348</b> Presencia <b>Nacional e internacional</b> Misión / objetivo <b>Fomento y apoyo a la educación, el arte y la cultura digital. Voluntariado corporativo</b> Agenda <b>Programas educativos, aulas Fundación, exposiciones, conferencias</b></p>	<p>Sede <b>Jesús i María, 6. Barcelona</b> Web <a href="http://www.fundaciongrifols.org">www.fundaciongrifols.org</a> Teléfono <b>935 710 410</b> Presencia <b>Nacional e internacional</b> Misión / objetivo <b>Impulsar el estudio de la bioética y divulgación de temas sobre ciencias de la vida o de la salud</b> Agenda <b>Registro de trabajos de premios y becas 2013-2014</b></p>
<p>La principal fuente de financiación de la Fundación ONCE para cada ejercicio proviene del 3% de los ingresos brutos obtenidos con la comercialización de los juegos de azar de la ONCE. Esta cifra supone un euro de</p>	<p>La Fundación Rafael del Pino dedica «especial atención a las actividades de fomento del espíritu y la actividad emprendedora», según relata su director, Vicente J. Montes Gan. Actualmente colabora con el</p>	<p>Su objetivo es el mismo desde hace 40 años, momento de su creación: impulsar la investigación. Raimundo Pérez-Hernández y Torra, director de la fundación, asegura que entre 2008 y 2014 no solo se ha manteni-</p>	<p>La Fundación Repsol dedica especial atención a las personas con discapacidad, colectivos vulnerables o con riesgo de exclusión social, además de impulsar el interés por la ciencia y el espíritu emprende-</p>	<p>Los hermanos José María y Manuel Roviralta son sus fundadores. Muy conocidos también en el sector industrial, ya que introdujeron la fabricación del fibro-cemento, que dio origen a la compañía Uralita.</p>	<p>Una iniciativa tan simple como la recogida de tapones de plástico (2.750 toneladas recicladas) ha permitido ayudar a 80 niños y entregar 644.795 euros. Pero el entorno de actuación de la Fundación Seur es</p>	<p>La última memoria económica hecha pública por la fundación, la correspondiente al ejercicio 2012, recoge que de acuerdo a sus líneas de actuación se destinaron al desarrollo de la acción social y cul-</p>	<p>Víctor Grífols i Lucas, presidente del Grupo Grífols –vinculado al sector farmacéutico– hasta 2001, fue quien impulsó la creación de la fundación en 1998. La actividad está centrada en programas relacio-</p>
<p>cada tres de los que la ONCE dedica a servicios sociales. Desde 1988, año de su creación, y hasta 2013, la institución ha aprobado 34.000 proyectos a los que ha asignado 1.655 millones de euros; ha facilitado más de 100.000 puestos de trabajo y ha logrado que se materialicen casi 1.000 planes de accesibilidad.</p>	<p>Gobierno, y en los ámbitos de salud y el emprendimiento. Desde su fundación ha concedido 361 becas de posgrado. Montes explica que «el inicio de la recuperación reclama capacidades de liderazgo renovadas y el reforzamiento de las iniciativas destinadas a formar a nuestros dirigentes y emprendedores».</p>	<p>do la actividad en apoyo a la ciencia, sino que se ha incrementado. «Hemos triplicado el número de actividades de nuestros programas de difusión del conocimiento y hemos mantenido estables los recursos económicos destinados a los distintos programas de ayudas a la investigación y de becas», argumenta.</p>	<p>dor. «El año pasado, la institución invirtió 13,9 millones en programas de los que se beneficiaron 638.000 personas», según desvela César Gallo, vicepresidente de la institución. Su labor internacional es muy extensa; la fundación desarrolla programas de continuidad en Portugal, Latinoamérica y África.</p>	<p>La actividad de la institución abarca varias áreas de interés cuyos fines se destinan a varios sectores de la sociedad. Este año ha colaborado, entre otras cosas, en la creación de una escuela en Malauí; la financiación para cursos de natación para pluri-deficientes y en la adquisición de material para enfermos.</p>	<p>más amplio. «Este año ya son 144.551 los beneficiados de las actividades que hacemos, y un 75% son menores», desvela su presidente, Ramón Mayo. «Hemos transportado millares de toneladas destinadas a bancos de alimentos de toda España después de la crisis. Es un hecho sin precedentes», matiza.</p>	<p>tural cerca de 113 millones de euros, beneficiando a más de 1,5 millones de personas. La institución desarrolla proyectos en 20 países de Europa y Latinoamérica. Sus principales beneficiados son, por este orden, niños y adolescentes, jóvenes, profesores y sociedad en general.</p>	<p>nados con la salud, sobre todo los que precisan de más apoyo en la investigación, como son las enfermedades raras. El año pasado concedieron 29.000 euros en becas y premios y sus conferencias tuvieron un total de 680 asistentes. Uno de sus objetivos es ampliar su presencia internacional.</p>

CONSUMO



**7GIN TONIC.** Gracias a las infusiones de **Té Tonic**, el famoso combinado de ginebra podrá adquirir aromas y colores nuevos en tan solo unos minutos, mediante la maceración de la mezcla al fusionarse con la ginebra. Un producto perfecto para crear una de las bebidas estrellas del verano: el gin tonic. Los sabores de Té Tonic son Red Passion, Rose Jasmine, Yellow Citric, Orange Energy, Green Fresh y White Essential. Una bebida refrescante para las fiestas en la azotea o en el jardín.

**8CÁMARA.** La marca de cámaras **Nikon** presenta la D810, un nuevo producto fotográfico con 36,3 megapíxeles, vídeo en alta resolución, Full HD y una gran versatilidad. Su sensor de formato FX, totalmente nuevo, su rango ISO ultraamplio y su procesador de imágenes EXPEED 4 proporcionan una nitidez sin precedentes. Además, la cámara puede disparar imágenes de 15,3 MP a una velocidad de hasta 7 fps en el modo de recorte DX. Con una de ellas en la mochila, podrás capturar los instantes más especiales de tus vacaciones.

**9FORD FIESTA.** La moda y la fotografía inspiran el diseño de contraste *colour popping* de los nuevos **Ford Fiesta Red Edition** y **Black Edition**. Un coche con un diseño juvenil e innovador, tanto en el interior como en el exterior. Ambos modelos incorporan un kit de chasis con paragolpes deportivos, faldones laterales y *spoiler* trasero. Están disponibles únicamente en 3 puertas con llantas de aleación de 16 o 17 pulgadas, opcionales, en color Panther Black. Cuenta con mejoras respecto a otros modelos como es el nuevo motor EcoBoost 1.0 litros 140 CV y la suspensión deportiva.

**10PICNIC.** Darna presenta estas vacaciones la Picnic Bag de Built. Se trata de una práctica bolsa fabricada en neopreno que se transforma, en cuestión de segundos, en la mesa ideal para disfrutar de una comida al aire libre. Darna es una empresa especializada en menaje del hogar y con este producto pretende dar soluciones prácticas para los días de *camping* esta temporada.

CENTRO COMERCIAL

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

ALICIA IBARRA

Las vacaciones están a la vuelta de la esquina. Las grandes marcas sacan al mercado productos que debemos tener en cuenta para disfrutar de un buen verano.

**1 FLORETTE.** La marca de ensaladas **Florette** propone para este verano tres platos nuevos frente a las clásicas New Yorker, César y Ligeras: la Ensalada Gourmet Aromá-

tica con Cebollino, la Ensalada Fresca de Pasta y Rúcula y la Ensalada Fresca Ibérica. Su envase ovalado es muy cómodo y fácil de llevar al campo o a la oficina. Se pueden conseguir en casi todos los supermercados.

**2 ZUMOS NATURALES.** Este verano, **Philips** lanza la línea Cocina y Disfruta, compuesta por la freidora Philips Airfryer, la batidora de vaso Philips Avance y la licuadora Philips Avance. Con estos pequeños electrodomésticos,

pasar tiempo en la cocina haciendo zumos naturales y platos frescos esta temporada será menos complicado. Gracias a su diseño y a su tamaño, también son fáciles de transportar a cualquier lugar.

**3 CONTACTLESS.** CaixaBank lanza la primera pulsera Visa Contactless, un dispositivo innovador que permite hacer compras tan solo acercando la muñeca al datáfono. Es impermeable, por lo que puede ser la solución perfecta para ir a la playa con tus amigos sin preocuparte de la cartera. De esta manera, CaixaBank se convierte en el primer banco español que tiene este nuevo formato electrónico. Solo está disponible para clientes de la entidad.

**4 HELADOS.** Cornetto de Frigo da la bienvenida al calor con una nueva gama de helados de cinco sabores: nata, chocolate, vainilla, limón y fresa. Una de las características del lanzamiento es que todos ellos están al precio de un euro. Los cucuruchos se encuentran a la venta en casi cualquier establecimiento y son perfectos para merendar, tomar a modo de postre al final de una comida o para deleitarse después de una jornada de playa con la familia y los amigos.

**5 PINTURAS.** Los nuevos Rotuladores Connector de **Faber-Castell** llegan al mercado con formas divertidas y atractivas para los más pequeños de la casa. No solo disfru-

tarán pintando con multitud de colores, sino que también podrán divertirse con los estuches como si fueran juguetes. Hay dos productos disponibles: uno con 10 rotuladores y 4 conectores y otro con 20 rotuladores y 8 conectores.

**6 CAFÉ LATTE.** Llega al mercado **Nescafé Shokissimo**, un nuevo café con leche para tomar frío en cualquier lugar. Es una bebida perfecta para los que tienen una vida activa y trabajan en los meses más calurosos. Está disponible en tres sabores diferentes: Cappuccino, una equilibrada combinación de café y cacao; Espresso, un café con leche más intenso; y Macchiato, con un toque de café, el sabor más suave.

¿Quieres ver tus productos en esta página?



Envíanos tu nota, acompañada del material gráfico a: [centrocomercial@20minutos.es](mailto:centrocomercial@20minutos.es)



**Acer Aspire S7**

**ADAPTABILIDAD.** Un buen representante de adaptación a las necesidades del mercado. Una pantalla táctil WQHD que se abate hasta los 180° para convertirse en un ordenador tableta. La rapidez de arranque de Windows se debe al uso de un disco SSD de 128 GB y, como detalle de calidad, destacan los materiales y el teclado retroiluminado.

13"

8 h

Pantalla ultrainclinable

--



**HP Spectre XT**

**POTENCIA Y DISEÑO.** HP ofrece quizá la mayor gama de portátiles, pero el Spectre representa la conjunción de la potencia mejor afinada con un diseño que destaca gracias a su construcción metálica y la integración del chip de sonido Beats. Existen otras versiones más asequibles, pero a costa de usar componentes de menor nivel.

13"

8 h

Calidad construcción

1.399 €

# Ultraportátiles en el reinado de las tabletas

Las tabletas se están comiendo el mundo de la movilidad, pero existe un tipo de ordenadores, los ultraportátiles, que resisten a base de prestaciones y versatilidad

JUAN CASTROMIL (Clipset)

El universo de los ordenadores personales está convulso. Nadie sabe si vamos hacia un futuro pos-PC o hacia un ecosistema convergente. Además, para liarlo un poco más, la frontera entre lo que es un portátil, portátiles que se doblan 360 grados hasta parecer una tableta, ordenadores de sobremesa ultracompactos que se conectan al televisor...

Pero lo cierto es que los ordenadores aún van a estar entre nosotros un buen tiempo y parece que el formato de ultraportátil es el que mejor se está adaptando a las necesidades actuales. Ligeros, potentes, ergonómicos y con una amplia gama de precios.

Los puntos claves a la hora de seleccionar un ultraportátil son relativamente pocos, pero de especial importancia de

## Crecimiento de los ultraportátiles

Según la consultora Gartner, los ultraportátiles son el único tipo de ordenador que crecerá en ventas durante los próximos años. Pese a que su volumen es relativamente pequeño frente a los equipos de sobremesa, sus ratios de crecimiento anual vienen duplicándose en los últimos años. Aún así, se estima que la venta de tabletas superará al conjunto de todos los portátiles en algún momento de 2015.

bido a que, a diferencia de los ordenadores de sobremesa, no son fácilmente configurables o actualizables y, por otro lado, representan una inversión más alta que una tableta.

El peso es sin duda algo a tener en cuenta. Si su uso va a ser realmente en movilidad, un kilo y medio de peso puede ser un límite adecuado para un modelo con pantalla de

### CARACTERÍSTICAS Y PRESTACIONES

Mostramos las prestaciones de los ultraportátiles basándonos en las características como la pantalla, el procesador, el precio o algún valor destacable.

Pantalla

Autonomía

A destacar

Precio

Apple **MacBook Air**

**ROMPEDOR EN DISEÑO.** El único equipo de la comparativa que funciona con Apple OS X. Rompedor en diseño, en ligereza, en sencillez de uso y, en breve con Yosemite, en convergencia, ya que se podrán combinar acciones entre el portátil y la tableta o el móvil, siempre que sean de Apple.

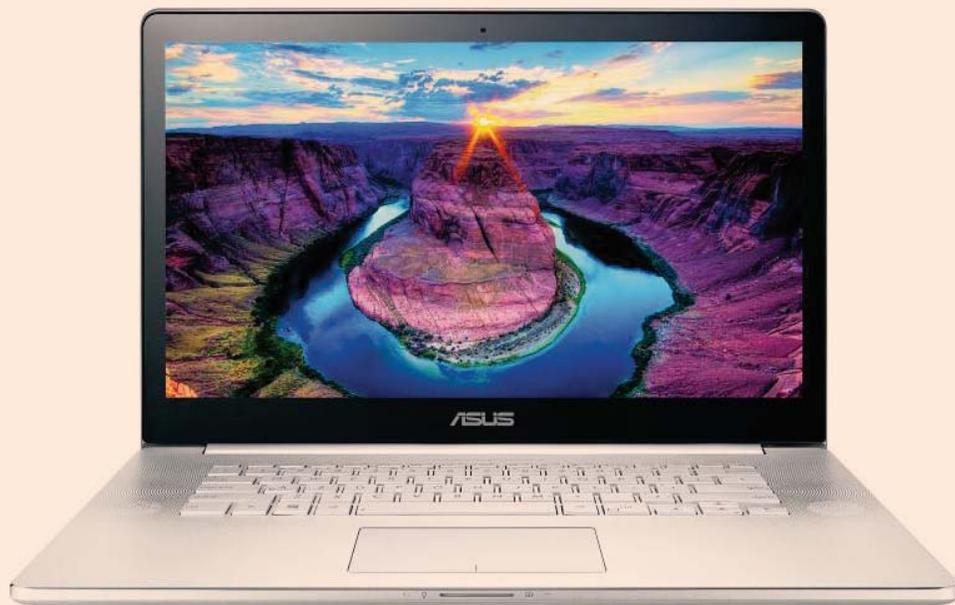
13"

12 h

Sencillez de uso y diseño

Desde 1.029 €





### ASUS Zenbook NX500

**ULTRALIGERO.** Asus domina este mundo como ningún otro fabricante asiático. Pero el Zenbook representa la quintaesencia de los portátiles de la marca. Un diseño ultraligero con materiales como el metal y el recubrimiento Gorilla Glass para su pantalla IPS 4K. Integra procesador Intel i7 de última generación y 512 GB de SSD.

15,6"

9 h

Alta gama

2.799 €



### TOSHIBA Chromebook CB30

**LIGERO Y VERSÁTIL.** Toshiba tiene muchos portátiles Windows, pero inicia ahora su aventura con los Chromebook, basados en el sistema operativo de Google. Sencillo, ligero, versátil y con una excelente relación calidad-precio que permite lidiar con las tareas informáticas cotidianas. Eso sí, mejor con conexión a Internet disponible.

13"

10 h

Versatili-  
dad y  
economía

299 €

## TIPOS DE ULTRAPORTÁTILES

Según el uso que se le vaya a dar, se pueden encontrar diferentes diseños y construcciones de equipos.

### DOS EN UNO

Son modelos con un diseño que les permite convertirse en portátil con teclado o tableta de pantalla táctil. Suelen usar un sistema de bisagra que tapa el teclado y son bastante versátiles y autónomos.



### DESMONTABLES

Si la electrónica principal está detrás de la pantalla y no en el teclado, entonces el teclado se puede convertir en un accesorio adicional e incluso separarse por completo. Entonces la pantalla se convierte en tableta.

### ULTRALIGEROS

Normalmente con una pantalla de 11 pulgadas y un peso rondando el kilo, estos ultraportátiles son más compactos y ligeros que el resto. No suelen hacer concesiones en su potencia aunque la pantalla sea más pequeña.

### TOP

Construidos con los mejores materiales y la electrónica de máximas prestaciones, pueden usar pantallas de mayor tamaño e incluso tarjeta gráfica dedicada, que les permiten convertirse en una potente herramienta de trabajo o de ocio (videojuegos).

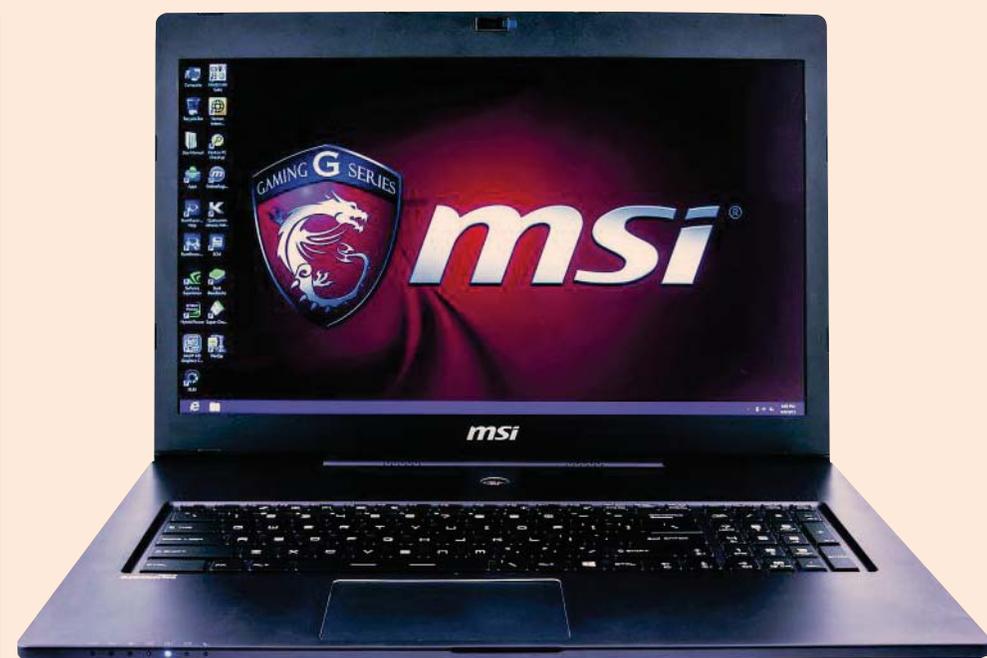
Muy relacionado con este punto se puede analizar la variedad de modelos y formatos. No hace tanto, un portátil era un teclado con una pantalla unida mediante una bisagra. Ahora han evolucionado. Algunos incorporan pantalla táctil para poder funcionar como tableta. Otros han ido más allá dotando a las pantallas de una mayor libertad de giro. Los más extremos han separado literalmente el teclado de la pantalla.

La calidad de la pantalla debe ser otra de las prestaciones a mirar con lupa. Una resolución HD 720 con un buen brillo, color natural y amplio ángulo de visión es lo mínimo, alcanzándose valores de 4k en los modelos más caros.

La potencia del procesador y su configuración *hardware* hace tiempo que no suponen un problema. Los chips de última generación tienen un excelente equilibrio de potencia, autonomía y gráficos. Lo único que hay que valorar es no adquirir el modelo demasiado básico ni uno procedente del *stock* del año pasado.

Sin embargo, la verdadera clave de los ultraportátiles está en su sistema operativo (y en su interacción con los dispositivos móviles). Aquí encontramos tres grandes grupos: el mayoritario basado en Windows 8 de Microsoft, el incipiente Google Chrome y el exclusivo OS X de Apple MacBook Air y familia.

El primero es ya un viejo conocido. La evolución –con algunos tropezones– del mío-



### MSI GS70 Stealth

**PARA 'GAMERS'.** Los portátiles también pueden servir para jugar y MSI lo demuestra con su GS70 Stealth y una serie de extras como el teclado retroiluminado con LED de colores, la pantalla de 17 pulgadas con resolución Full HD, la tarjeta gráfica NVIDIA GeForce GTX 765M, dos discos SSD y conexión para hasta 4 pantallas.

17,3"

3 h

Potencia  
gráfica

1.699 €

13 pulgadas. Los modelos más compactos –11 pulgadas– pesan menos pero limitan su ergonomía, mientras que los más grandes

pueden ofrecer más potencia y pantalla, pero suben de peso rápidamente, por lo que igual considerarlos ultraportátiles puede ser un poco injusto...

Windows 95 ahora cuenta con una interfaz dual: la del escritorio clásico y la del Modern UI basada en cuadros de colores –Live Tiles– que dan acceso a aplicaciones o a contenidos y que se asemeja mucho al estilo y la funcionalidad de Windows Phone. Como líder del sector de los ordenadores clásicos, es el que más ha sufrido la llegada de las tabletas, perdiendo una buena cuota de mercado. La parte positiva es que parece que han dado con una fórmula acepta-

1,5

kilos de peso puede ser el límite para que podamos llamar **ultraportátil** a un ordenador con pantalla de 13 pulgadas

ble para conciliar el uso clásico con la interfaz tipo tableta basada en la pantalla táctil.

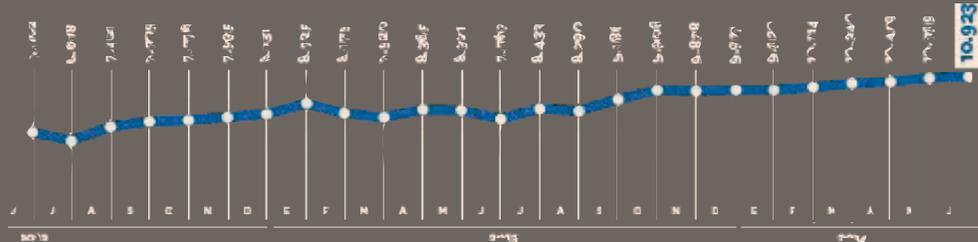
Los Chromebook son todavía una incipiente apuesta. Impulsados por Google, usan

un sistema operativo con gran dependencia de aplicaciones y servicios en la nube; es decir, que para el máximo aprovechamiento hace falta tener conexión a Internet. También puede funcionar *offline*, pero algunas opciones dejan de estar disponibles.

Terminamos con el Apple MacBook Air, el más querido o el más odiado. Su exclusivo sistema operativo OS X solo existe en los ordenadores de Apple y ningún otro fabricante puede usarlo.

**EVOLUCIÓN DEL IBEX 35**

AUNQUE EN EL MES DE JUNIO el selectivo español consiguió romper la barrera de los 11.000 puntos, volvió a perderlos a pocos días de finalizar el mes. En el arranque de julio remontó de nuevo, pero por muy poco y solo durante cuatro jornadas.



**LAS QUE MÁS SUBEN... ... Y LAS QUE MENOS**

Variación mensual y precio de la acción (desde el 1/6 hasta el 30/6 de 2014) Fuente: BME Market Data					
<b>Acciona</b>	<b>10,43%</b>	65,32 €	<b>Sacyr</b>	<b>-6,96%</b>	4,626 €
<b>Abengoa</b>	<b>10,21%</b>	3,85 €	<b>Repsol</b>	<b>-6,80%</b>	19,26 €
<b>Gas Natural</b>	<b>9,08%</b>	23,06 €	<b>Amadeus IT</b>	<b>-6,55%</b>	30,12 €
<b>Enagas</b>	<b>8,85%</b>	23,5 €	<b>B. Popular</b>	<b>-5,81%</b>	4,88 €
<b>FCC</b>	<b>7,85%</b>	17,03 €	<b>Bankia</b>	<b>-5,03%</b>	1,416 €
<b>Gamesa</b>	<b>6,24%</b>	9,119 €	<b>IAG</b>	<b>-4,71%</b>	4,63 €
<b>REE</b>	<b>6,13%</b>	66,8 €	<b>Jazztel</b>	<b>-3,35%</b>	10,4 €

# Seguros de ahorro, la hucha del mañana

En el mercado existe una amplia oferta de productos financieros para ahorrar a largo plazo y obtener una rentabilidad añadida, actualmente, hasta por encima del 2%

BEATRIZ P. GALDÓN

El escenario cada vez está más complicado para los ahorradores o inversores más conservadores, aquellos que no quieren asumir ni una pizca de riesgo.

La crisis ha tenido importantes consecuencias para los bancos españoles. Y la más importante es, sin duda, el saneamiento que han tenido que hacer en sus balances. Y como Europa quiere evitar que se repitan los errores del pasado, las entidades financieras cada vez tienen menos margen para ofrecer a sus clientes productos atractivos que consoliden su fidelidad. A esto se suma la referencia de los tipos de interés, que se encuentra situada al mínimo histórico del 0,15%.

Con ello, los depósitos han perdido el atractivo de los últimos años, cuando se llegaron a ver intereses por encima del 4%, incluso en momentos ya de crisis. Las rentabilidades que se encuentran hoy son las más ba-

## Diferencias con los depósitos

**Depósitos y seguros de ahorro, dos productos con grandes parecidos, pero con amplias diferencias. Una de las más importantes es que el seguro de ahorro no cuenta con la garantía del Fondo de Depósitos -que cubre hasta 100.000 euros- y no existe por tanto una cantidad asegurada. Otra distinción es que la rentabilidad obtenida en el seguro se acumula, y no se abona hasta el vencimiento del contrato, lo que retrasa el pago de impuestos.**

generales se puede decir que son una mezcla del depósito y del plan de pensiones: permiten al ahorrador o inversor confiar un dinero a una entidad y a cambio se obtiene una rentabilidad. Cuanto más largo sea el plazo, mayor será el rendimiento. La mayoría están vinculados a un seguro de vida, por tanto recogen coberturas en caso del fallecimiento del asegurado.

## OFERTAS ACTUALES

La mayoría de los bancos y las compañías de seguros tienen en su catálogo de productos seguros de ahorro. Las diferencias entre unos y otros a veces son importantes.



**PLAN DE AHORRO GARANTIZADO.** Requiere una aportación mínima al mes de 25 euros y un máximo de 3.600 euros al año. Revalorización anual, 2,5%. Desembolso inicial, 1.000 euros.



**SEGURO AHORRO BONIFICADO CRECIENTE.** Rentabilidad anual neta del 2,5% más bonificación por el mantenimiento de las aportaciones periódicas de hasta el 8%. Duración mínima, 10 años.



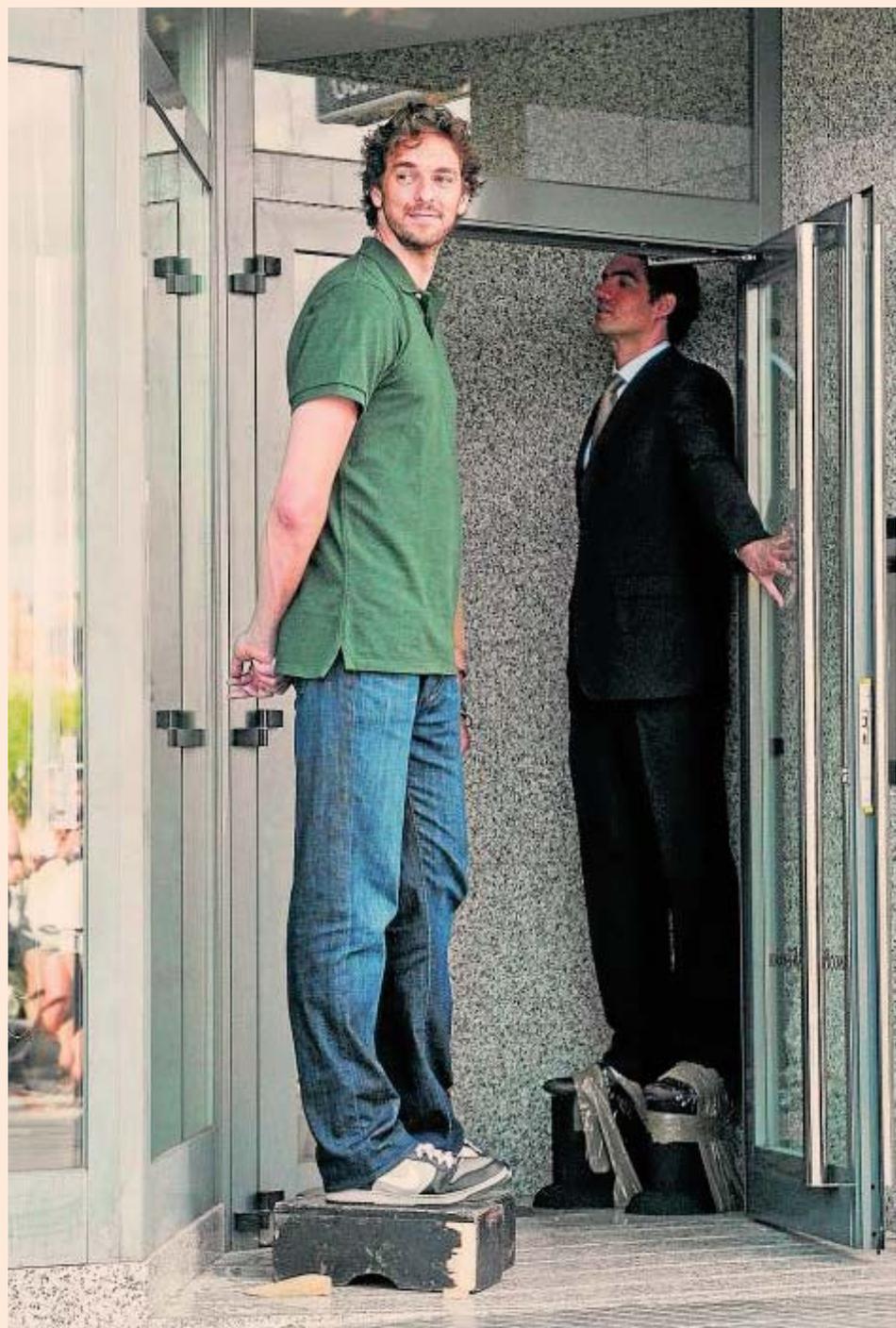
**CUENTAEGON.** Ofrece una TAE del 2,5% durante los primeros cuatro meses, el resto del año al 1%. Aportaciones desde 50 euros al mes, pudiendo elegir la regularidad con la que se haga la aportación.



**AHORRO DIVIDENDO VIDA.** Modalidad *unit-linked* y de prima única que tiene duración ilimitada. El titular recibe cada año rendimientos (dividendos) vinculados a una cartera de valores.



**PLAN AHORRO GARANTÍA.** Tipo de interés garantizado anual del 2,37%, más la posibilidad de participar en los beneficios del grupo. Tiene una comisión sobre provisión matemática del 0,5%.



Pau Gasol es la imagen del Seguro de Ahorro Creciente.

GTRES

**0,15%** es el tipo de interés actual fijado por el BCE, mínimo histórico. La rentabilidad de los depósitos ha caído en picado

jas de la última década; la mayoría, por debajo del 1%. A pesar de este difícil escenario para muchos inversores y ahorradores, hay productos que aún tienen gancho por las posibilidades que ofrecen, como son los seguros de ahorro. Es un producto muy desconocido entre el público, a pesar de que los comercializan desde hace tiempo bancos y compañías de seguros. Muchas veces se confunden con los planes de pensiones puros.

¿Qué son exactamente los seguros de ahorro? En líneas

El importe normalmente se recupera en el plazo convenido y quedan exentos de fiscalidad hasta que concluye el periodo de rescate.

Las posibilidades en los seguros de ahorro son muy amplias y diferentes entre las entidades; conviene estudiarlas minuciosamente y sobre todo leer la letra pequeña, tener en cuenta las comisiones, la duración del contrato, la penalización en caso de anulación... Todo lo necesario para que la elección sea la más adecuada a nuestro perfil.

En este momento se pueden encontrar ofertas como el Seguro Ahorro Bonificado Creciente, del Banco Popular, que ofrece un rendimiento neto anual del 2,50%. Es la misma TAE que ofrece la compañía Aegon con el seguro de ahorro CuenTAEgon en los primeros 4 meses. Por su parte, el Plan Ahorro Garantía, de Mutua Madrileña da a su cliente un tipo de interés anual del 2,37% más la participación en beneficios.

La mayoría de los expertos financieros consideran que los seguros de ahorro son

productos acordes a los perfiles conservadores, con un horizonte de inversión largo -al menos 10 años- y para mayores de 40 años.

Las entidades tienen puesto el límite de contratación de este tipo de productos en clientes de 65 años, aunque algunas lo extienden hasta los 70 años.

La mayor parte de las compañías que tienen en el mercado seguros de ahorro también cuentan con una línea diseñada para niños, con el propósito de que puedan conseguir un ahorro considerable

en el futuro. Por ejemplo, el Seguro Ahorro Bonificado Creciente Juvenil del Popular ofrece una rentabilidad anual neta del 2,50%, pero «además, por el mantenimiento de las aportaciones periódicas, ofrece atractivas bonificaciones de hasta del 8%», según cuenta la propia entidad.

La comercialización de seguros de ahorro empezó a registrar un crecimiento espectacular el pasado año, desde el momento en el que cayeron en picado las rentabilidades de los depósitos. Hoy, todavía se mantiene ese interés.



# TÚ PUEDES ELEGIR LA MEJOR PLAYA DE ESPAÑA

¿Prefieres arena fina o calas remotas? ¿Eres del mar Mediterráneo o más del Cantábrico? ¿Baleares o Canarias? ¿Cuál es tu playa favorita?

Conviértela en la mejor playa de España con 20 minutos

Vota ya en [20m.es/playas2014](http://20m.es/playas2014)

[www.20m.es/playas2014](http://www.20m.es/playas2014)





La reforma fiscal prevé un cambio en la tributación radical de las ganancias por las ventas de los pisos.

JORGE PARÍS

## Ahorrarse un pico tributario

Se calcula que en España hay 3,4 millones de casas vacías. La reforma del Gobierno cambia las reglas del juego de la venta de inmuebles

J. FERRARI

Aunque los datos sobre el mercado de la vivienda son confusos, la tendencia parece de mejoría. Las compras están creciendo y los precios empiezan a frenar sus fuertes caídas. Una tercera conclusión es que la vivienda de segunda mano se está comportando mejor que la nueva.

En este contexto, es probable que haya gente pensando en poner inmuebles en venta. En España se calcula que hay 3,4 millones de viviendas vacías, 14 de cada 100. Aquellos que estén en esta tesitura han de saber que la reforma fiscal ha cambiado radicalmente las reglas tributarias. Eso hace que pueda interesar adelantar la venta a 2014 o esperarse a 2015.

La asociación de técnicos de Hacienda, Gestha, ha elaborado una tabla para *MiBolsillo* que de forma orientativa apunta si interesa vender este año y si será mejor esperar a 2015 o 2016.

### ¿Vendo en 2014 o espero a 2015?

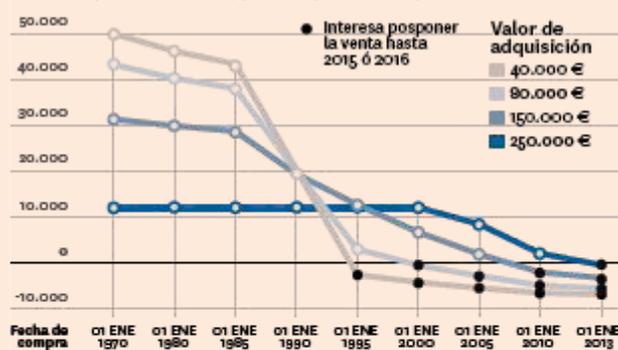
Gestha desvela cuándo saldría mejor vender este año y cuándo esperar al próximo. Para ello, en el cuadro adjunto calculan la diferencia fiscal de vender en 2014 respecto a esperar a 2015. Así, cuando la cifra sale positiva, implica que conviene vender en 2014 y el dato del gráfico alerta de cuánto más pagaría a Hacienda si lo dejase para 2015. Por el contrario, si la cifra sale negativa, supone que es mejor esperar a 2015, pues se ahorraría esa cantidad respecto a vender en el presente año.

Los inmuebles (pisos o fincas) son bienes patrimoniales, igual que las acciones u otros activos financieros. Y tributan igual en IRPF. Se aplica el tipo del rendimiento del ahorro, que dependiendo de la plusvalía obtenida varía del 21 al 27%, inferior al del rendimiento del trabajo.

### CLAVES TRIBUTARIAS PARA LA VENTA DE INMUEBLES

#### AHORRO TRIBUTARIO DE UN INMUEBLE VENDIDO POR 300.000 €

La venta se produce el 31-2-2014 (valores expresados en €)



#### COEFICIENTES DE ABATIMIENTO SEGÚN LA FECHA DE ADQUISICIÓN

En % de reducción



La reforma fiscal propuesta por el Gobierno, que puede modificarse en el trámite parlamentario, ha rebajado esos tipos al 20-24% para 2015 y al 19-23% para 2016. Hasta aquí, beneficioso para cualquier propietario que quiera vender un inmueble o unas acciones. Sin embargo, la alegría tiene trampa.

Como resalta Antonio Paredes, de la asociación de técnicos del Ministerio de Hacienda, la reforma ha sorprendido por la eliminación de los actuales coeficientes reductores. Estos, que llevan en funcionamiento desde los años ochenta, pretenden aliviar el efecto de la inflación. Para entendernos: cuando una persona vende una casa debe tributar en el IRPF por la plusvalía que haya generado, que no es otra cosa que la diferencia entre el precio de compra y el de venta. Y sobre ese dinero se aplican los tipos expuestos arriba en el texto.

52.170

euros podría llegar a pagarse de más a Hacienda si se decide vender en 2015, en vez de este año, una casa comprada en 1979

Ahora bien, no es lo mismo la diferencia si el inmueble se compró en 1970 que en 2010. Piensen cuánto costaba un piso en aquellos años, cuando por 3,5 millones de pesetas (20.000 euros al cambio) era posible ser propietario. Y quizá por ese inmueble hoy se pudiesen sacar 300.000 euros. Para evitar este desfase producido por el nivel de vida de los españoles, Hacienda tenía unos coeficientes correctores según los años transcurridos, de tal forma que si el piso tenía más de 10 años no se pagaba a Hacienda. Eso se ha ido modificando y suavizando en 1996 y 2006, pero seguía en activo.

La reforma ha eliminado toda corrección, de tal forma que si alguien vende a partir del 1 de enero de 2015 –cuando entre en vigor la reforma, que hay que ver si queda en los mismos términos–, las plusvalías se contabilizarán como la diferencia de compra y de venta sin corrección alguna.

En resumen, cuanto más viejo sea el inmueble, mayor será el pago al fisco. Por este motivo, si se piensa vender una vivienda, especialmente si se tiene en propiedad hace muchos años, debe meditarse si hacerlo antes de que termine este año, pues la tributación aplicada será la actual, manteniéndose los coeficientes correctores.

### IMPUESTOS

## La reforma que quedó en «parto de los montes»

Relata una fábula de Esopo cómo los montes que estaban a punto de parir en medio de grandes alaridos inundaban pánico entre la población. Sin embargo, tras tanto ruido parieron un pequeño ratón. La expresión «el parto de los montes» ha quedado para hacer referencia a aquellos acontecimientos que se anuncian como algo más importante de lo que realmente terminan siendo. Algo así ha pasado con la reforma fiscal presentada por el Gobierno.



El cambio en la venta de casas es una de las mayores novedades.

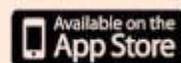
Lo que prometía ser un cambio global en el sistema impositivo español ha quedado en modificaciones menores, casi limitadas a los tipos de los impuestos de IRPF y sociedades, según apuntan todos los expertos y la oposición política.

La intención del Gobierno era realizar una reforma de todo el entramado fiscal del Estado, incluyendo los tributos autonómicos y locales. Pero según diversas fuentes sectoriales, Cristóbal Montoro se habría visto obligado a posponerlo por las presiones electorales de los próximos comicios de 2015. No obstante, estas fuentes afirman que desde Hacienda declaran que la reforma global se llevará a cabo, pero más adelante. De momento, la presentada ahora ya ha recibido las críticas del FMI y de Bruselas temerosos de una caída de recaudación que impida a España rebajar el déficit. J.F.

# 20 minutos siempre contigo



Con las apps de **20minutos** podrás acceder a toda la información actualizada desde tu smartphone o tableta **estés donde estés.**



# Con un ojo en el termostato de la eficiencia

Los hogares españoles podrían reducir hasta un 23% su factura energética con solo adaptar sus hábitos y mejorar el equipamiento

PND

Los hogares españoles aún tienen un gran potencial de ahorro, equivalente al 23,2% de su factura energética, según datos de la novena edición del *Índice de eficiencia energética*, que Gas Natural Fenosa publicó el pasado mes de marzo. En concreto, y aunque el mayor potencial de ahorro se produce en equipamiento (32,5%) e iluminación (31,7%), los subsectores de calefacción, aire acondicionado y agua caliente sanitaria también son susceptibles de ser rebajados y en porcentajes muy significativos: en calefacción, un 21,6%; en aire acondicionado, tan de esta temporada, un 18,3%; y en agua caliente sanitaria (durante todo el año), un 12,7%. Son ahorros que merecen ser tenidos en cuenta.

¿Cómo encarar estas posibilidades de ahorro y que las frías cifras pasen a reflejarse en nuestras facturas? Pues con pequeños cambios en las costumbres de los usuarios y una mejora en el equipamiento. Solamente con eso, las familias españolas en su conjunto podrían ahorrar en torno a 5.500 millones de euros al año.

La energía susceptible de ser ahorrada (47.500 GWh) es

el doble del consumo anual de un país como Irlanda. Si se utilizara mejor esa energía, se podría evitar, además, la emisión a la atmósfera de 10,5 millones de toneladas de dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>).

Pero a pesar de que mejorar la eficiencia energética de nuestros hogares, beneficia al usuario y a la comunidad, no parece estar calando aún la conciencia de que el ahorro es posible. De hecho, este año han empeorado algunos hábitos de uso que habían mejorado en años anteriores.

Por ejemplo, el número de hogares donde se optimiza el

**18,3%**

se calcula que podría bajar el **gasto energético** en la utilización de aire acondicionado

consumo de luz utilizando los electrodomésticos a diferentes horas se ha reducido más de un 10%. También ha descendido (un 7%, en este caso) el número de viviendas donde se fija el termostato del aire acondicionado a 24 °C o menos, así como también el número de hogares en los que se apagan todos los equipos



El salón suele ser la estancia más habitual para instalar aparatos de aire acondicionado.

GTRES

## Entre Murcia y Canarias

Los hogares murcianos son los más eficientes, con una puntuación de 6,61, seguidos por los catalanes (6,6) y los baleares (6,6). Islas Canarias es la comunidad autónoma con el índice más bajo (5,95). El resto de CC AA presentan los siguientes índices: Aragón, 6,58; Madrid, 6,55; la Comunidad Valenciana, 6,52; Castilla-La Mancha, 6,50; Cantabria, 6,49; Andalucía, 6,42; el País Vasco, 6,40; Navarra, 6,38; Asturias, 6,35; Extremadura, 6,32; Castilla y León, 6,31; Galicia, 6,30, y La Rioja, 6,26.

del hogar antes de salir o irse a dormir.

También han sufrido un estancamiento en el índice hábitos como limpiar la parte trasera del exterior del frigorífico o bajar la temperatura de la calefacción individual con un sistema programable, prácticas que en años anteriores habían mejorado.

## MEJORA TU AIRE...

### 1 A LA HORA DE COMPRAR

Al comprar un aire acondicionado ten en cuenta el clima de la ciudad donde vives, las dimensiones y la orientación de la casa, y cuántas personas viven. Elige un modelo con termostato y lectura numérica (una variación de un grado sube hasta un 8% el consumo). Si no tienes termostato, instala uno, pero lejos de cualquier fuente de calor.

### 2 EL TERMOSTATO JUSTO

No debes ajustar el termostato a una temperatura inferior a la que deseas, pues esto no sirve para enfriar más rápido la habitación y se gasta más energía de la que se necesita.

### 3 SIN SOL Y CON AIRE

Sitúa el aire acondicionado en un lugar donde no reciba luz del sol de forma directa. La zona donde se ubique debe tener una buena circulación de aire. Ventila la casa antes de encender el equipo y mejor durante las horas frescas del día o la noche.

### 4 TEMPERATURA IDEAL

Una temperatura entre 22 °C y 25 °C es suficiente. Si no vas a estar en casa, mantenlo apagado. Y durante el tiempo que esté encendido, evita abrir puertas y ventanas sin necesidad.

### 5 ENTORNO DE SOMBRA

Utiliza toldos en las ventanas y mantén cerradas las cortinas y persianas durante las horas de mayor calor. Puedes reducir hasta un 30% su consumo de energía.

### 6 LIMPIO DE POLVO Y PAJA

Es importante realizar un correcto mantenimiento de los equipos y, especialmente, conservar limpias las entradas y salidas del aparato y evitar que los filtros se obstruyan por suciedad y polvo.



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

Eficiencia energética. Soluciones de ahorro. Medio ambiente.

[www.gasnaturalfenosa.es](http://www.gasnaturalfenosa.es)

**gasNatural fenosa**  
la energía que piensa