

20 minutos

MIBOLSILLO

@20mMibolsillo

EL MEDIO DE ECONOMÍA DE 20MINUTOS Número 52. Febrero de 2018

CONSUMO / 13

Furor en la UE por las latas de atún españolas



La producción española de túnidos representa el 70% del total comunitario. Italia y Francia, los países que más conservas españolas de atún importan.

ENTREVISTA / 6 Y 7

Vicente Montesinos, director de NPD

INVERSIÓN / 14

Escalada del euro: lo positivo y lo negativo

EXTRA TELECOMUNICACIONES Alta tecnología en el 80% de hogares

EL PRECIO DEL ALQUILER EMPIEZA A TOCAR TECHO

TRES AÑOS DE SUBIDAS

encadenan los arrendamientos, que en las grandes ciudades ya rozan el límite

RECUPERACIÓN Las cifras de operaciones consolidan la tendencia alcista del sector

LEJOS DEL 'BOOM' Todos los agentes coinciden en ahuyentar miedos y los datos les avalan

LOLITA BELENGUER

lbelenguer@20minutos.es / @lolitabelenguer

Los principales agentes del sector inmobiliario hablan de «tendencia alcista», de «claros signos de recuperación» y de «fortaleza» para hacer balance del mercado de la vivienda en España en 2017 y prevén para este año 2018 «seguir con el incremento de los precios», siempre y cuando las actuales condiciones económicas se mantengan, pero de una forma «lenta y contenida». La compraventa recobra velocidad al mismo tiempo que el mercado del alquiler ha registrado en 2017 los precios más altos desde que hay registros. 2018 arranca así con dos mercados que van de la mano hacia una normalización de los precios.

Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), los precios están creciendo a un ritmo cercano a los índices registrados en 2007, año que se sitúa en pleno *boom* inmobiliario y previo a la gran crisis económica de 2008. En concreto, los últimos datos disponibles, referentes al tercer trimestre de 2017, muestran que los precios de la vivienda eran un 6,7% más altos que en el mismo periodo del año anterior. Idealista registró una subida del 2,4% en los precios de las casas de segunda mano durante el último año, incremento que Fotocasa aumenta al 5,1%.

El Ministerio de Fomento cifra el valor medio tasado del metro cuadrado de la vivienda libre en el tercer trimestre del año pasado en 1.540 euros, cuando en el punto álgido de la burbuja inmobiliaria de la década anterior se llegó a situar en un máximo de 2.101 euros el metro cuadrado el primer trimestre de 2008. Esto supone una caída del 27%, si bien el último dato de

PASA A PÁGINA SIGUIENTE



LUIS F. SANZ

MIBOLSILLO

EL MEDIO DE ECONOMÍA
DE 20MINUTOS

Directora
Encarna Samitier

MiBolsillo es una publicación elaborada por el departamento de Publicaciones no Diarias de 20minutos.

Dirección
Pablo Segarra

Diseño
David Velasco

Coordinadora
Lola Belenguer



20M.ES/MIBOLSILLO

Consulta los últimos artículos de MiBolsillo tanto en versión online como en PDF. La mejor información económica sobre consumo, ahorro y fiscalidad, a un clic.

Edita 20 Minutos Editora, S. L.

Publicidad **Hortensia Fuentes** (directora general), **Gabriel González** (director comercial), **Mercè Borastero** (directora Barcelona) y **Rocío Ortiz** (directora Andalucía)

Coordinación y Tráfico
Rafael Martín

Marketing
Álvaro Fernández-Villa

Operaciones
Héctor María Benito

T. I.
Juanjo Alonso

Administración
Luis Oñate

Madrid Condesa de Venadito, 1. 28027 Madrid
Barcelona Plaza Universitat, 3. 08007 Barcelona
Valencia Xàtiva, 15. 46002 Valencia
Andalucía Plaza del Duque, 1. 41002 Sevilla

Tel.: 902 200 020
Fax: 917 015 660
20minutoseditora@20minutos.es

Impresión: **Impresa Norte, S. L. U.**
Bermont e Inicativas.

Depósito Legal: M-8666-2015

HENNEO

CONSUMO VIVIENDA

VIENE DE **PÁGINA ANTERIOR**

2017 es un 2,7% mayor que el registrado en el mismo periodo del año anterior.

El Colegio de Registradores de la Propiedad, en su último informe publicado referente al cuarto trimestre de 2017, recoge que el índice de precios aumentó un 7,6% en todo el año y afirma que «los cuatro trimestres de 2017 registraron un número de compraventas de viviendas superior a las 110.000, algo que no ocurría desde el año 2008».

El índice de precios de la compraventa de viviendas, usadas y nuevas, crece al mismo tiempo que sube el coste de los alquileres, que en 2017 registró importantes subidas: un 18,4% según Idealista y un 8,9% de acuerdo a los datos de Fotocasa. Ambas cifras representan las subidas interanuales más altas desde que ambos portales realizan registros (17 años el primero y 11 el segundo). En euros, el precio medio del alquiler se situó en 2017 en 9,7 euros por metro cuadrado al mes, según Idealista. Fotocasa baja esta cifra a 8,15 €/m² al mes.

Beatriz Toribio es la directora de Estudios de Fotocasa. En su opinión, el índice de precios del alquiler «podría estar empezando a tocar techo en ciudades como Barcelona o Madrid», donde los precios crecieron a un ritmo de dos dígitos en varios distritos durante buena parte del año 2017 pero que cerraron con caídas en Ciutat Vella y l'Eixample, en el caso de Barcelona, y en el distrito Centro de Madrid, «lo cual indica que el mercado se está normalizando». Su homólogo en Idealista, Fer-

nando Encinar, asegura que 2017 ha sido «el año del alquiler». Pero coincide con Toribio: «La tendencia alcista ha ido atenuándose en el último cuarto de 2017». El jefe de Estudios de Idealista apunta a una de las claves para el despegue de los arrendamientos: «Las casas que se alquilaron entre 2011-2013 en un entorno de una profunda crisis salen ahora, finalizados sus contratos, a un escenario radicalmente distinto y sus precios despiertan de la hibernación».

«Hay —añade Encinar— otra clave: todos los pequeños y medianos inversores que en los últimos tres años han decidido mover sus ahorros desde el banco a los pisos para sacarlos al mercado del alquiler. Ni se trata de una burbuja ni el inversor es un especulador malvado. El perfil del inversor nervioso que compraba una vivienda para venderla al poco tiempo de hace

¿Dónde siguen bajando?

●●● Aunque en la mayoría de comunidades los precios subieron en 2017, todavía quedan algunas partes del país donde la tendencia continúa siendo a la baja. Según Fotocasa, Cantabria es donde más descendieron los precios (un -4,7%) y de acuerdo a los datos de Idealista, Navarra fue la que presentó la caída más pronunciada (-4,8%). Navarra, Galicia, Asturias y Castilla-La Mancha también registraron descensos de precios.



FIRMA INVITADA

¿Hacia una nueva burbuja inmobiliaria?



Beatriz Toribio
Directora de estudios de Fotocasa

LOS PRECIOS

El barrio más caro de España es...

Se encuentra en Madrid, donde el precio medio de la vivienda es superior a la media nacional en 19 de los 21 distritos de la capital. Según el balance anual de 2017 elaborado por Fotocasa, que sitúa el precio medio a nivel nacional en 1.733 €/m², en el distrito de Salamanca esta cifra llega a los 5.330 €/m², un 207,5 % más.



JORGE PARIS

10-14 años ha desaparecido. El nuevo inversor es más pausado, tranquilo y asume la rentabilidad que el alquiler le produce, sin ánimo de vender».

Muchos son los miedos a vivir una nueva crisis inmobiliaria. Los agentes del sector valoran los buenos resultados de 2017 con cautela y aseguran que estamos «lejos» de otra burbuja. Toribio admite que estamos ante «un repunte muy importante» y que «los precios seguirán subiendo», pero argumenta que la situación actual dista de la del boom porque ahora «los bancos no prestan con la alegría de antes». El dato que lo demuestra: en 2017 se firmaron 289.415 hipotecas entre enero y noviembre, mientras que 2007 se cerró con 1,2 millones de operaciones.

Los recientes datos publicados por el INE referentes al número de compraventas de viviendas en 2017 muestran una subida interanual del 14,6%, la mayor registrada desde 2008. «Se

trata del cuarto ejercicio que cerramos con tasas positivas, lo que confirma la recuperación que vive el mercado inmobiliario tras el fuerte ajuste vivido en la crisis», valora Toribio. El incremento interanual de 2017 es

«El inversor nervioso que compraba una vivienda para venderla al poco ha desaparecido. Ahora es más pausado»

FERNANDO ENCINAR
Director de Estudios de Idealista

superior al 13,6% registrado en 2016, así como al 11,5% de 2015 y, sobre todo, al 2,2% de 2014. Pero estas cifras distan de los máximos de la época del boom: si en 2007 se cerraron 775.300 operaciones, en 2017 fueron 464.423. «Son datos que prueban que aunque los incrementos son muy abulta-

muchos que estamos repitiendo errores del pasado. Pero con los datos en la mano, lo cierto es que hoy el nivel de actividad, concesión de hipotecas y precios están muy lejos de los máximos registrados en los años del boom. Hemos cerrado el ejercicio 2017 con 464.000 operaciones de compraventa, una cifra muy inferior a las 775.000 que se registraron en 2007. Y si entonces se concedían de media 100.000 hipotecas al mes, hoy se concede —en el mejor de los casos— unas 40.000.

Los precios registran subidas importantes en su comparativa interanual, pero de media siguen un 40% por debajo de los máximos que se alcanzaron en aquellos años, cifra que se reduce al 30% y 20% en ciudades como Madrid o Barcelona.

La posibilidad de una burbuja inmobiliaria hoy por hoy está lejos. Fundamentalmente porque las entidades

financieras no prestan con la alegría de antaño, sino todo lo contrario. Son muchos los españoles que no pueden acceder a la compra porque no cumplen con el perfil solvente que buscan los bancos. Pero también porque no pueden plantearse adquirir un piso o casa como consecuencia de la temporalidad y bajos sueldos propios de nuestro mercado laboral.

Además, a diferencia de lo que ocurrió en los años del boom hay que tener en cuenta que la recuperación se está concentrando en determinadas zonas —Cataluña, Madrid y las islas

En las grandes ciudades y plazas turísticas los precios ya no van a bajar

Con la crisis hemos aprendido que el alquiler es también una buena opción

dos, el nivel de actividad aún es bajo. El sector se está recuperando, pero lo hace de forma lenta y moderada», explican desde Fotocasa.

Los españoles «han perdido mucho poder adquisitivo y el precio de la vivienda se está recuperando a mayor ritmo que los sueldos, a lo que hay que sumar la temporalidad del empleo», continúan.

Los expertos hablan, además, de dos velocidades diferentes. Por un lado, Madrid y Barcelona, que junto a las Islas Canarias y Baleares y otras zonas costeras y turísticas que mueven la inversión extranjera han protagonizado «las subidas de precio más abultadas (entre el 7 y el 15%)» y por otro, el resto de la Península, que «se mueve a ritmos más moderados e incluso continúan con caídas en algunas regiones del norte», señala Toribio.

PASA A **PÁGINA SIGUIENTE**

Baleares y Canarias —mientras que, en buena parte del resto del país, continúan las caídas de precios aunque a un ritmo muy inferior al de hace unos años.

¿Es buen momento para comprar? Depende de para quién, dónde y para qué. En las grandes ciudades y plazas turísticas los precios ya no van a bajar, y para los perfiles solventes existen interesantes productos, como las hipotecas a tipo fijo. Por otro lado, la compra de vivienda para ponerla en alquiler ofrece interesantes rentabilidades.

Pero con la crisis hemos aprendido que el alquiler es también una buena opción, que nos ofrece mayor flexibilidad en un mundo tan cambiante como el actual. Ya solo 2 de cada 10 españoles creen firmemente que arrendar suponga perder dinero. Está cambiando nuestra mentalidad, aunque seguimos siendo un país de propietarios. ●

Donde y cuando quieran.

Además de ligeras, tus zapatillas pueden tener una comodidad extra: que tus clientes elijan cómo y cuándo quieren recibir las con la solución de paquetería eCommerce para pymes de Correos.



Con Paquetería Nacional

El servicio que ofrece a tus clientes todas las opciones para recibir sus paquetes.



Patrocinador del
Equipo Olímpico Español

Infórmate en concorreos.com o en el **902 197 197**



CONSUMO VIVIENDA

LA CLAVE

Así han evolucionado los precios

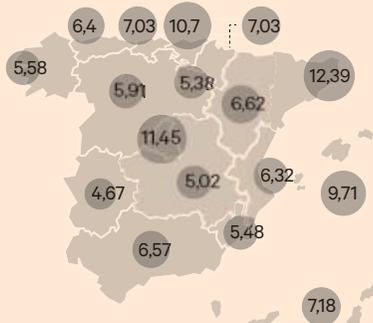
Según los datos del Ministerio de Fomento, los precios de la vivienda acumularon caídas consecutivas desde el año 2007 y hasta 2014 (en alquiler) y 2015 (en venta), cuando tocaron fondo para iniciar una recuperación contenida. Entre 2007 y 2016, variaron un -4,2,4% (venta) y un -22,5% (alquiler).

Precio medio de la vivienda por CC AA

Venta (€/m²; dic 2017)



Alquiler (€/m² al mes; dic 2017)



Fuente: MFOM, Fotocasa, idealista.com

Evolución del precio de la vivienda

● Valor de tasación (€/m²) ● Variación respecto al año anterior
● Valor de venta (€/m²)



● Alquiler (€/m² al mes) ● Variación respecto al año anterior



H. DE FEDRO

el 22,8% y Países Bajos, el 25%, según los datos de Fiabci. Debido a esta situación, al 57% de los arrendatarios españoles les gustaría comprar una vivienda, según el informe de ING *International Survey Homes and Mortgages 2017*.

En palabras de Fernando Encinar, «todo indica que durante 2018 el mercado inmobiliario continuará su evolución en positivo, con incrementos en el número de transacciones y concesión de hipotecas, y con una probable subida de precios motivada por la escasez de producto de obra nueva en las grandes capitales».

Desde Fiabci auguran un aumento de los precios del 4,5% en 2018 y creen que «superaremos la barrera de las 500.000 operaciones anuales». El reto será «encontrar el producto adecuado para la demanda actual, sobre todo en Madrid y Barcelona», donde se busca un tipo de propiedad muy concreta y escasa y donde hay gran demanda internacional (el 17% de las transacciones en Cataluña son a clientes internacionales).

La crisis catalana, que tan solo fue «un mes en *stand by*» para Fiabci, es sin embargo un «riesgo» para el sector este año junto a la nueva ley hipotecaria, valora Toribio. «Esperemos que sea solo un bache más, como lo fue el Brexit o la ausencia de Gobierno en España», apunta.

En 2018 saldrá adelante la nueva Ley Hipotecaria, que cambiará las condiciones de financiación y protegerá más al comprador con menores comisiones y mayor transparencia. Aunque también triplicará el coste de fallar en el pago de las letras. «Habrá que ver la versión final y cómo la interpretan los bancos porque si consideran que les puede perjudicar, el crédito se puede contraer y seguramente se encarecerá. Y se ha demostrado en los dos últimos años que la financiación es clave para la recuperación del sector inmobiliario», argumenta la directora de Estudios de Fotocasa. ●

de la duración mínima de los contratos de cinco a tres años». La PAH propone la creación de un índice de referencia de los precios del alquiler, establecido por los ayuntamientos y basado en las características y localización de la vivienda junto al poder adquisitivo de los inquilinos, y la ampliación de la duración mínima de los contratos. En su opinión, la nueva Ley Hipotecaria «formaliza abusos como las cláusulas suelo, declaradas ilegales por el Tribunal de Justicia de la UE, porque solo obliga al banco a informar de ellas». ●

PREGUNTAS

En 2018, ¿mejor comprar o alquilar?

Actualmente, ambas opciones presentan sus ventajas. Por un lado, los tipos se mantienen a la baja y las hipotecas son «muy interesantes». Por otro, alquilar ofrece «más flexibilidad».

DEPENDE DE CADA SITUACIÓN PERSONAL... Y DEL BANCO

El momento económico y personal de cada persona influye de forma determinante a la hora de tomar este tipo de decisión.

«No hay una solución mágica», dice la directora de estudios de Fotocasa, Beatriz Toribio. Por un lado, el alquiler es «una buena opción» porque da «más libertad y flexibilidad» y según los estudios de este portal «cada vez tiene más adeptos que optan por esta forma de vida, incluso profesionales con un perfil económico solvente». En su opinión, «es la opción más reco-

vienda en una gran ciudad «es buen momento», opina Toribio. Y lo argumenta así: «Los precios no van a bajar a medio plazo, y están empezando a subir con fuerza en determinadas zonas».

CON AHORROS, COMPRA «A TOCATEJA»

«Si la decisión se puede tomar con suficientes ahorros para enfrentarse a una hipoteca o comprar la vivienda a tocateja (sin necesitar financiación), comprar en muchas partes de España empieza a ser una opción interesante, teniendo en cuenta que los precios han tocado fondo y están ya empezando a subir. No espero subidas fuertes excepto en algunas zonas como Madrid, donde los precios subirán tras el recorte a la mitad de la oferta futura que ha aplicado el Ayuntamiento», añade el portavoz de Idealista.

COMPRAR PARA ALQUILAR

«También es un buen momento para aquellos que piensen en la compra de una vivienda como una inversión que quieren rentabilizar a través del alquiler, ya que en este momento este mercado ofrece rendimientos muy interesantes en comparación con otros productos financieros», continúa la directora de estudios de Fotocasa.

En este sentido, un estudio elaborado por Idealista revela que la tasa de rentabilidad de invertir en una vivienda creció en España hasta el 7,3% en 2017

VIENE DE PÁGINA ANTERIOR

Muchos jóvenes con empleos temporales y sueldos precarios no pueden acceder a la compra «por los férreos controles de solvencia de las entidades financieras» ni al alquiler, cuyos precios «están por las nubes» en algunos puntos del país, y corren el riesgo de quedar «atrapados» entre los dos mercados. Por eso, Toribio subraya la importancia de volver a dar un impulso a la vivienda social o protegida, «pero esta prácticamente desapareció con la crisis y ahora apenas hay oferta».

Para la vicepresidenta de Fiabci España, Mercedes Blanco, «necesitamos más ayudas de acceso a la vivienda y VPO y esto se percibe por el incremento del alquiler de habitaciones, que va a más». En su opinión, «al existir más demanda que oferta, los arrendatarios se están sobrexponiendo financieramente a pagar el alquiler (el 43% según Eurostat). En las grandes ciudades hay rentas muy altas y mucha gente le dedica más del 40% de sus rentas al pago de la vivienda», cuando se recomienda no sobrepasar el 30%. En Francia, por ejemplo, destinan el 14,9%, en Alemania,

Una casa por 45 bitcoins

●●● **A pesar del reciente control anunciado por Hacienda o la desconfianza mostrada por el Banco Central Europeo, ya se pueden ver anuncios de casas en venta con bitcoins como método de pago aceptado. Fotocasa tiene un chalet de 215 m² en Santa Cruz de Tenerife que se vende por 45 bitcoins (394.000€ aproximadamente al cierre de esta edición) y Mister Piso, un ático en Tarragona por 40.**

«No puede ser que en España haya más de tres millones de viviendas injustificadamente vacías, el 30% de la UE»



LUIS SANMARTÍN
Portavoz de la PAH

La PAH registra su ley antidesahucios y a favor de la dación en pago

Según denuncia la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH), en España se siguen realizando 163 desahucios al día, es decir, cada ocho minutos alguien pierde su casa. Para evitar este drama, presentaron en enero en el Congreso su propuesta de Ley de Vivienda, cuyos pilares son la dación en pago re-

troactiva, paralizar los desahucios, garantizar los suministros, la vivienda social y el alquiler asequible.

El portavoz de la PAH Luis Sanmartín acusa al PP de haber «fomentado la burbuja del alquiler con medidas como la desvinculación de la renovación contractual al IPC o la reducción



Una mujer observa el escaparate de una inmobiliaria. JORGE PARIS

mendable para aquellos con una capacidad económica y de ahorro inferior y con temporalidad laboral.

El experto de Idealista, Fernando Encinar, apunta que «en realidad, la decisión de comprar o alquilar la toma el banco, no el particular. Si no tienes al menos un 20-30% de ahorros para poder comprar y cumplir los requisitos que ahora piden los bancos, solo queda la opción de alquilar».

¿A TIPO FIJO O VARIABLE?

Por otro lado hay hipotecas hoy en día con condiciones «muy interesantes, como las a tipo fijo». Para un perfil de comprador con un poder adquisitivo solvente, que es el que buscan los bancos, y que quiera comprar una vi-

(desde el 6,3% de 2016) y triplica, en el peor de los casos, a los Bonos del Estado a 10 años. Este aumento se debe «al fortalecimiento de la demanda del alquiler», argumentan desde el portal.

ESTABILIDAD EN LOS INTERESES

Según la vicepresidenta de Fiabci España, Mercedes Blanco, «llevamos seis meses seguidos de crecimiento en la concesión de hipotecas, lo cual indica que es un buen momento para comprar». Respecto a los tipos, apuesta por la «estabilidad»: «Creo que los tipos se mantendrán contenidos pero con una previsión alcista, aunque progresiva. Venimos de niveles bajísimos. Para nada se llegará a los niveles del boom», señala. ●

USA & CUBA SEMANA LOCA

Reserva antes del
26 de
febrero

MIAMI

6 días/5 Noches, Hotel 3*, SA

desde

525€

NUEVA YORK

6 días/5 Noches, Hotel 3*, SA

desde

655€

CUBA

9 días/7 Noches, Hotel 4*, TI

desde

690€

Te
descontamos

200€

por reserva

Halcón
viajes

VIAJES
ECUADOR

atención **24 horas** en el **900 842 900**
o en tu oficina **más cercana**

Promoción de 200€ por reserva (100€ por persona ya aplicado en el precio publicado). Precio por persona en habitación doble estándar, para determinadas salidas de abril y mayo de 2018 (consultar) y aplicable solo a los adultos. Incluye avión ida y vuelta con la compañía Air Europa con salidas desde Madrid en categoría de hotel y régimen indicado, tasas aéreas. En Cuba traslados, tasas aéreas y gubernamentales de salida (170€) y seguro básico de viaje. No incluye: Visado en Cuba (28€) por persona, ni gastos de gestión (18€ por reserva). Consulta fechas de salida, suplemento salidas desde otros aeropuertos, nombre de hotel y condiciones de estas ofertas, así como precios definitivos a la hora de realizar la reserva. SA: Solo Alojamiento; TI: Todo Incluido. Plazas Limitadas. Precios Desde.

ENTREVISTA

Vicente Montesinos

Es el director ejecutivo de NPD Group en España, una empresa internacional especializada en consumo, venta y cuotas de mercado.

«Hemos pasado de la moda del whisky, al ron, la ginebra y ahora llega el vodka»



Vicente Montesinos, director ejecutivo de NPD España, en las oficinas del grupo en Madrid. JORGE PARIS

PABLO SEGARRA
pvsegarra@20minutos.es / @SegarraPablo

La crisis económica que sufrió España desde finales de 2007 así como la posterior recuperación económica que se inició en 2013 han cambiado hábitos de consumo de los españoles en diferentes ámbitos. Uno de ellos, el de la restauración, se ha visto especialmente sacudido por estos cambios. Vicente Montesinos es un analista experto en el sector de la restauración y de la alimentación y también en el comportamiento de los consumidores. Montesinos explica a los lectores de *MiBolsillo* cuál ha sido la posición que han adoptado tanto los dueños de comercios de alimentación, bares, cafeterías y restaurantes, y también de los clientes.

En el sector de la restauración ¿qué cambios se detectan en el consumo a raíz de la recuperación económica? Se recupera el consumo y la gente vuelve a salir y a consumir fuera de casa. No obstante, ni el mercado ha recuperado el tamaño que tenía antes de la crisis ni el consumidor español ha recuperado el número de visitas per cápita anual que tenía antes de la crisis.

Estábamos en casi 180 entre el 2005 y el 2007 el y ahora estamos en 158 per cápita anual. Queda margen de recuperación.

«En España hay una superpoblación de bares, cafeterías y restaurantes»

«Comemos mejores alimentos que nunca tanto en casa como fuera de nuestro hogar»

«Los propietarios cuando bajan precios suelen sustituir productos, por ejemplo filetes por hamburguesas»

BIO

Un investigador de mercados

Vicente Montesinos (49 años) nació en Madrid. Es licenciado en CC Empresariales, con las especialidades de Dirección y Marketing, MBA por el IESE y experto en Investigación de mercados y Comercio internacional por la UCM. Cuenta con más de 20 años de experiencia en investigación de mercados.

¿Qué es lo que dejaron de hacer los españoles con la crisis en cuanto a comidas fuera de casa? En el inicio de la crisis lo primero que descendió fueron los desayunos fuera de ca-

sa. En parte porque comenzaba a aumentar el paro y disminuía la movilidad laboral. Después, cuando en 2009 se perdieron en torno a dos millones de empleos lo que cayeron fueron los almuerzos e incluso los consumos familiares, pero estos últimos fueron los menos afectados. Con la recuperación económica, y por tanto del empleo, está habiendo una recuperación de salidas a comer en bloque, desayunos, almuerzos, cenas...

¿Ha habido cambios en la manera de consumir? Sí. Hemos perdido consumos fuera del establecimiento, sobre todo de *take away* (comida para llevar) y ahora se está recuperando bastante rápido gracias a la llegada de agregadores tipo Just Eat. Hay una recuperación también de consumos en el establecimiento por momentos de impulsos.

¿Qué tipo de establecimientos están creciendo con la recuperación económica? Los que más crecen son los establecimientos organizados. Con la crisis cerraron 30.000 puestos de venta en España. Ahora hay una recuperación de puntos de venta y en total cerca de 280.000. Eso es muchísimo. En Estados Unidos hay 700.000 establecimientos de comida con una población muchísimo mayor que en España. En nuestro país, por



Una cliente degustando un plato en un restaurante.

tanto, hay una superpoblación de bares, cafeterías locales de comida, restaurantes, especialmente de propietarios independientes. Lo que más crecen son las cadenas porque disponen de más apoyo de inversores o también de fondos de capital riesgo. *Fast food* en la parte de cadenas organizadas y bares y cafeterías en la parte de los independientes. **¿El precio de la comida está relacionado con la calidad?** Depende de qué entendamos por calidad. Innovación, servicio, calidad de la ejecución, de los ingredientes... tienes un montón de parámetros además de la calidad del ingrediente. La industria de la alimentación es muy grande y opera muy finamente. Comemos mejores alimentos que nunca tanto en casa como fue-

ra de casa. Ahora bien, el restaurador tiene que mirar por sus márgenes.

Cuando quiere bajar precios lo que hace es sustituir productos por otros similares. Por ejemplo, con el sector cárnico. Donde había un filete en la carta o en el menú se pasa a una hamburguesa. Los establecimientos de alta cocina van a porciones más pequeñas y mejor trabajadas, antiguamente la esencia de los restaurantes era presentar un chuletón enorme.

¿Está aumentando el consumo de proteínas con la recuperación económica? Sí, sobre todo afecta a las comidas principales, es decir, comidas y cenas. Hay dos tendencias en restauración, el consumo general y el *show business*, tipo Madrid Fusión, que tienen



20M.ES/MIBOLSILLO

Consulta en nuestra página web esta y otras entrevistas publicadas en números anteriores de *MiBolsillo*.

ENTREVISTA

una sobreexposición mediática que no es acorde con la gente que luego consume esos platos. Al final, por importancia de consumo, lo que cuentan son los bares, las cafeterías, los establecimientos de comida rápida y los restaurantes, especialmente los de tique medio por debajo de 25 euros.

Este sector, lógicamente, busca eficiencia y hay, por tanto, mayor cantidad de productos procesados o preparados. Hace 40 años los restaurantes compraban piezas grandes de carne, ahora nadie se pone a cortar un costillar de vaca, te lo traen los proveedores todo procesado para optimizar eficiencia.

¿Está creciendo el consumo a domicilio? En España hay una tendencia distinta a la de otros países. En concreto, hay menos consumo fuera del local, pero más en casa. El *take away* está cayendo en España pero crece el *delivery*, con empresas como Telepizza o Dominos, y a posteriori Burger King, McDonalds y luego los agregadores tipo Just Eat o Deliveroo, que han incorporado a muchos independientes. Ese mercado crece muy por encima de la media, pero está en proceso de maduración.

«En ningún restaurante se ponen a cortar un costillar de vaca, lo traen los proveedores procesado»

«El consumidor no tiene muy claro las diferencias entre los conceptos 'light', 'bajo en', 'sin'»

«Tan solo el 2% de las comandas se hacen teniendo en cuenta el concepto 'saludable'»

¿Cuáles son las grandes grupos, o grandes franquicias, de restauración? Todas las grandes cadenas de *fast food*, el grupo VIPS, Telepizza, McDonalds, Burger King, Cien Montaditos. También algunos de gama media-alta. Y, poco a poco, están entrando grupos extranjeros asociados con establecimientos españoles.

¿Hay más demanda de productos light? El concepto *light*, bajo en, sin, lo mismo que lo orgánico o natural, en algunos casos están regulados. Buscan evitar la confusión al consumidor a la hora de elegir. Pero el consumidor no tiene muy claro qué son exactamente y cuando acude a la restauración tiende a hacer concesiones, es más indulgente. Las recetas saludables normalmente no son tan apetecibles para el gran públi-

co. El consumidor cuida más la alimentación en su propia casa que cuando sale a comer o cenar fuera de su hogar. Tan solo el 2% de las comandas se hacen teniendo en cuenta lo saludable.

¿Pasa igual con los productos artesanales? ¿Hay mayor demanda? Sí, es algo similar, pero ¿artesanal qué es? Es un concepto muy subjetivo. En el pan, por ejemplo, hemos pasado de las tahonas tradicionales donde la masa se elaboraba *in situ* a panaderías que tienen horno, pero que reciben las masas ya elaboradas y controladas.

¿Qué es mejor? Pues depende. Determinados procesos que te facilitan el consumo con plenas garantías sanitarias son mejores que lo que había antes. Antes, hace varias décadas, había gente que moría por comer una mayonesa en mal estado, ahora no ocurre, es muy infrecuente. Y suelen ser productos bastante más caros, ¿no? Efectivamente. El trabajo artesanal es muy apreciado por el consumidor, pero si tiene un impacto en el precio bastante superior se suele optar por lo económico, siempre basándose en decisiones racionales.

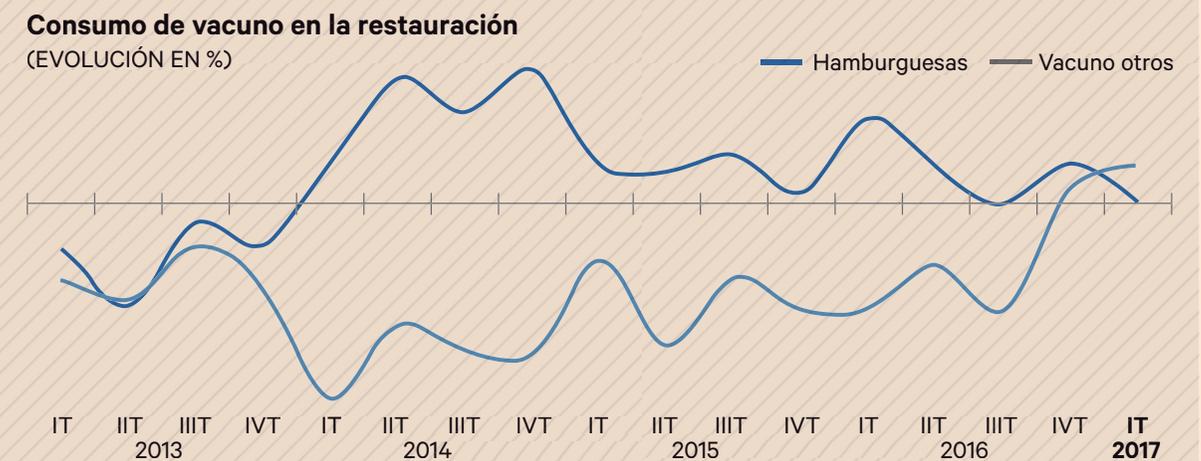
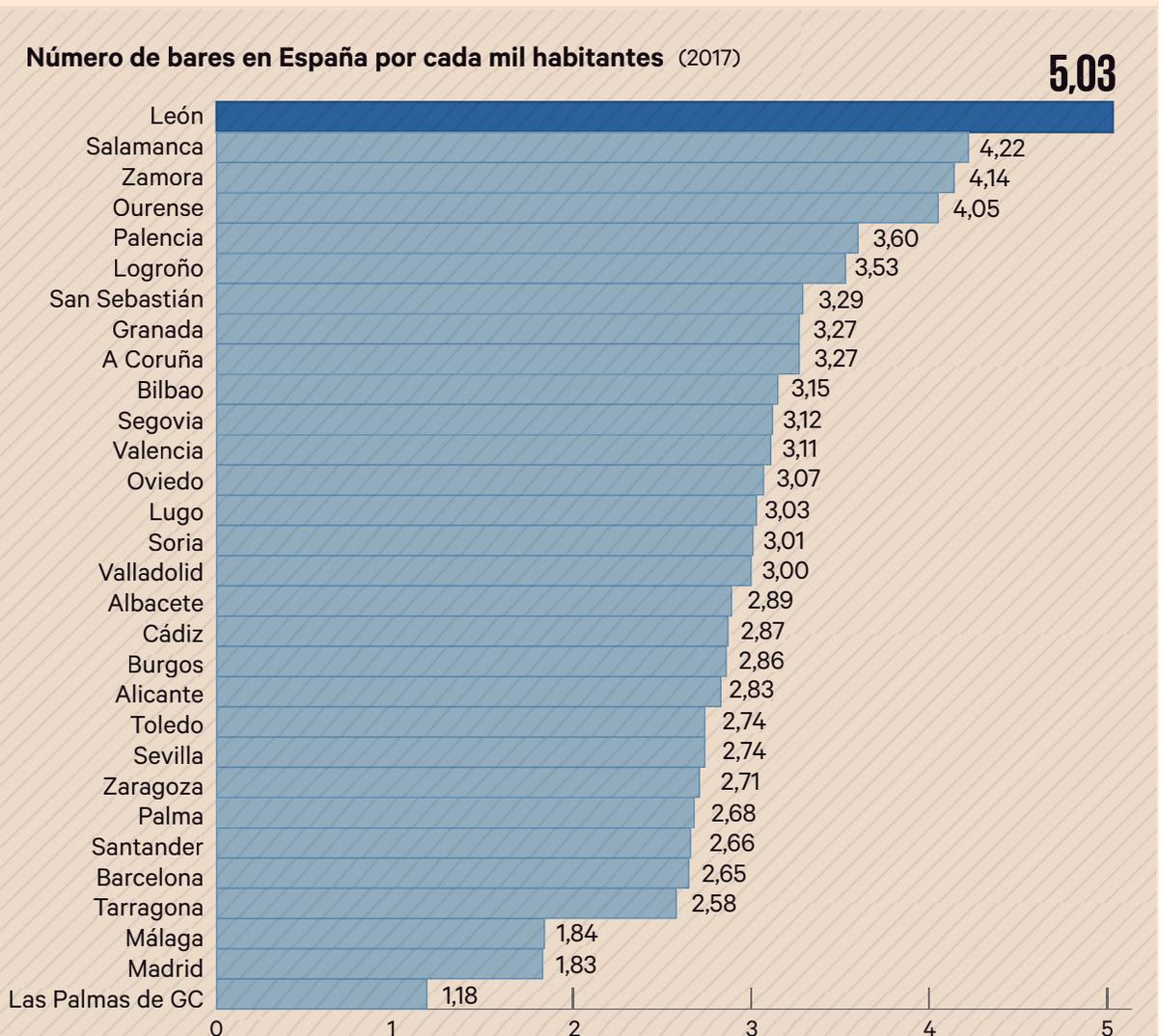
¿Problemáticas como la relacionada con el aceite de palma afectan al consumo? En general son para procesos industriales. Y, efectivamente, afectan al consumo tanto dentro como fuera de los establecimientos porque preocupa a los consumidores. En cambio, el consumidor tiene más confianza en el aceite de oliva, ya que su consumo, su denominación o su utilización están regulados.

¿Hay cambios en las tendencias de consumo de bebidas alcohólicas? Hay cambios sí, pero son de largo recorrido. Durante unos años la bebida favorita en España fue el whisky. Después se pasó al ron, que se sofisticó muchísimo. Era un consumo muy de marca. Antes había dos marcas de ron y poco a poco fueron llegando muchos más, se consumían blancos, añejos...Y ahora estamos en la época de esplendor de la ginebra con una tendencia similar a la de ron. Hay cada vez más marcas y sabores más refinados.

Ahora, se está detectando un crecimiento del vodka, es un mercado creciente pero no es el más grande. Los más grandes todavía son el ron y la ginebra, mientras que el consumo de whisky está decayendo. Las bebidas espirituosas se mueven también por modas. ●

CONSUMO VISUAL20

Restauración, un sector al alza



FUENTE: INE, NPD Group.

CONSUMO FARMACIAS



IBÁÑEZ FARMACIA

REFERENTE

Farmacia José Ibáñez de Gavà, «un espacio de salud»

La farmacia de José Ibáñez (Gavà, Barcelona) se concibe como «un espacio de salud». «Nuestra filosofía es conjugar la tradición farmacéutica con servicios y atención de vanguardia. Pretendemos resolver los problemas de salud de los clientes y acompañarlos durante todo el proceso de mejora, por ejemplo, viendo con ellos cómo les está sentando la medicación», señala su titular.



Entre sus servicios destaca lo que se ha bautizado como Sistema Personalizado de Dosificado (SPD), que consiste en «preparar bolsitas en las que agrupamos las diferentes pastillas que cada paciente toma en diferentes momentos del día», expone. El objetivo es que los clientes sigan unas pautas correctas de medicación y así sacar los máximos beneficios para su salud y la salud pública.

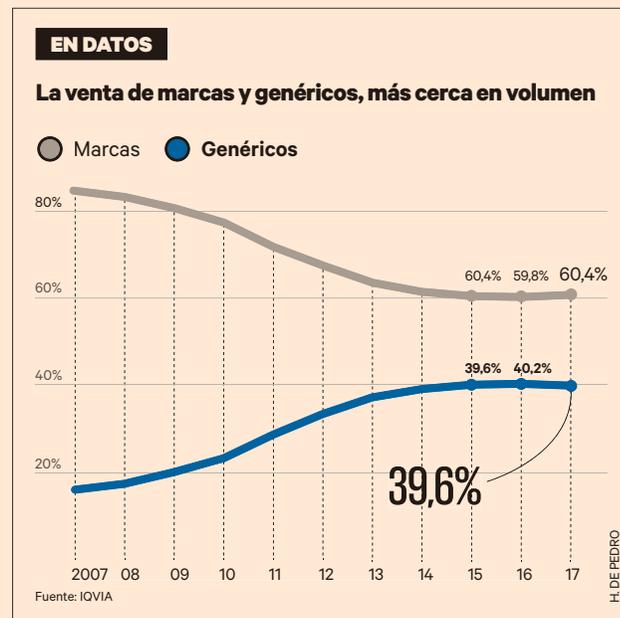
LAS FARMACIAS SE REORIENTAN POR LA CAÍDA DE INGRESOS

La bajada de la facturación procedente de recetas obliga al sector a virar hacia el mundo *retail*: dejar de dispensar para vender

LOLITA BELENGUER

lbelenguer@20minutos.es / @lolitabelenguer

Dejar de dispensar para vender con asesoramiento. Pasar de curar la enfermedad para prevenir y cuidar la salud. Este cambio de enfoque es la base de la transformación de las farmacias en España, que continuaron en 2017 con su recuperación tras más de una década de caídas de los ingresos procedentes de las recetas pro-



vocadas por la desfinanciación de muchos fármacos y la obligación de prescribir genéricos (en lugar de marcas) por parte del Gobierno.

Las 22.000 farmacias que existen en España facturaron en 2017 unos 19.800 millones de euros, un 0,7% más que en 2016. De ahí, el 70% procede de la venta de medicamentos sujetos a prescripción médica y el 30% restante a la venta libre. Y del porcentaje de la venta regulada, el 40% (de unidades vendidas) corresponde al mercado de los genéricos, promulgados por ley desde el año 2000, según los datos del último balance de Iqvia (antes QuintilesIMS).

Los ingresos de las farmacias españolas procedentes de las recetas no han dejado de caer desde 2000 y fue entre 2008 y 2010 cuando registraron su pico más profundo, perdiendo un 15% de su facturación total. Con este escenario en el horizonte, el sector se ha visto obligado a transformarse poniendo el foco en el cuidado de la salud. De hecho, la venta de productos de autocuidado como la nutrición o la dermocosmética no ha dejado de crecer desde 2010, cuando representaba un 20% de los ingresos y hoy en día ronda el 30% y pre-

senta crecimientos superiores al del segmento de la prescripción.

«Llevamos unos 15 años a la baja de los medicamentos regulados», explica Luis de Palacio, presidente de la Federación Empresarial de Farmacéuticos Españoles (FEFE). «Los medicamentos en España son de los más baratos del mundo y con tendencia permanente a la baja», añade José Ibáñez, titular de una de las farmacias más punteras de España. «El Gobierno pasó de pagar marca a pagar producto para reducir costes», aclara Santiago Falcón, gerente de Concep, empresa especializada en transformar farmacias. En 2016, no obstante, se aprobó un nuevo real decreto según el cual se permite la dispensación indistinta de genérico o marca, siempre y cuando esta última cueste lo mismo o menos que el principio activo.

Si, además, tenemos en cuenta la «feroz competencia entre farmacias» (en España hay 47,3 boticas por cada 100.000 habitantes, el índice más alto de los países de la OCDE, donde la media se sitúa en 25,1) y «de otros establecimientos que se han sumado a la bata blanca e incluso han colocado cruces», continúa De Palacio, el sector se ha visto obligado a renovarse y salir del área de confort que les proporcionaba la concesión administrativa.

La inversión se destina por un lado a ampliar y renovar su superficie, «creando espacios que favorezcan la intimidad y comunicación con el paciente y que no generen la sensación de enfermedad», detalla Ibáñez; y por otro, a ampliar el surtido de productos y servicios y a formar al equipo para afrontar una venta asesorada. «La farmacia es el único punto de venta a pie de calle donde encuentras a un licenciado superior por ley y ese es su valor diferencial para competir con grandes *players*» —señala Falcón— y «ofrecer una experiencia sanitaria completa» —agrega De Palacio—.

Lejos ha quedado ya la imagen del farmacéutico parapetado tras un mostrador y escudado tras un cristal blindado. «Antes se protegía el medicamento porque tenía mucho valor económico pero hoy en día ya no es así y además los envases protegen mucho mejor el producto y su manejo», explica De Palacio.

Por otra parte, «por criterios económicos» la administración deriva la dispensación de medicamentos nuevos y más caros hacia la farmacia hospitalaria, en detrimento de la farmacia 'de calle', que ha dejado de dispensarlos. «El futuro

y presente farmacológico se está dirigiendo hacia la farmacia hospitalaria. Esto no es así en la mayoría de los países occidentales y ocasiona enormes perjuicios a las farmacias y en general al paciente, que tiene que acudir al hospital, con la consecuente pérdida de tiempo y retorno de recuerdos no muy agradables», lamenta Ibáñez, que cuenta con 30 años de experiencia.

El cliente también ha cambiado, ahora está más y mejor informado, es más exigente, menos fiel y compara más. «En concreto, el público menor de 60 años es consciente de que un mayor autocuidado puede alargar la duración y calidad de su vida», indica Ibáñez, y la farmacia «es consciente de esto, por lo que busca orientarse a este tipo de clientes».

En este sentido, Falcón subraya que «normalmente una persona a lo largo de su vida pasa más tiempo sana que enferma, por lo que inculcamos a los farmacéuticos que trabajen productos de salud, dietética, nutrición, cuidado capilar, etc... que le sirvan para la vida del paciente mientras está sano. La farmacia ha de aprovechar la circulación de gente que tiene para tratar de prescribir conceptos más relacionados con la salud y no solamente con la enfermedad, que es a lo que estamos acostumbrados». ●

70%

de los ingresos proceden de la venta de recetas. De ellas, el 40% son genéricos, según Iqvia

La conciencia social como eje

●●● Aunque el aspecto de las farmacias más innovadoras recuerde al entorno *retail*, no todo es vender cuando se trata de salud. «No es ético fomentar el consumo innecesario, aunque vaya en contra de la venta. Hay que frenar el abuso, por ejemplo, de los antibióticos, pues se crean resistencias que van en contra de la salud pública. También hay que animar a otros pacientes a ser constantes con las tomas y a cumplir con las pautas prescritas por el médico», explica Ibáñez.



20M.ES/FARMACIAS

Lee este reportaje ampliado y otras noticias de consumo en la web

20minutos.es

TELECOMUNICACIONES

El 80% de los hogares está equipado con alta tecnología

Los paquetes convergentes siguen siendo los más demandados. El más completo ha crecido el 85% en 2 años

BEATRIZ P. GALDÓN
PND@20minutos.es / @20mMibolsillo

Las telecomunicaciones se han convertido en el pan nuestro de cada día. Internet, redes sociales, móviles, ordenadores, wifi, televisión, teléfono, skype, comercio electrónico, 4G, 5G... son algunos de los términos que definen los muchos de los usos que hacemos de los servicios que nos proporciona este sector. Empresas, consumidores, políticos, gobernantes... el mundo está conectado como nunca gracias al avance de las tecnologías.

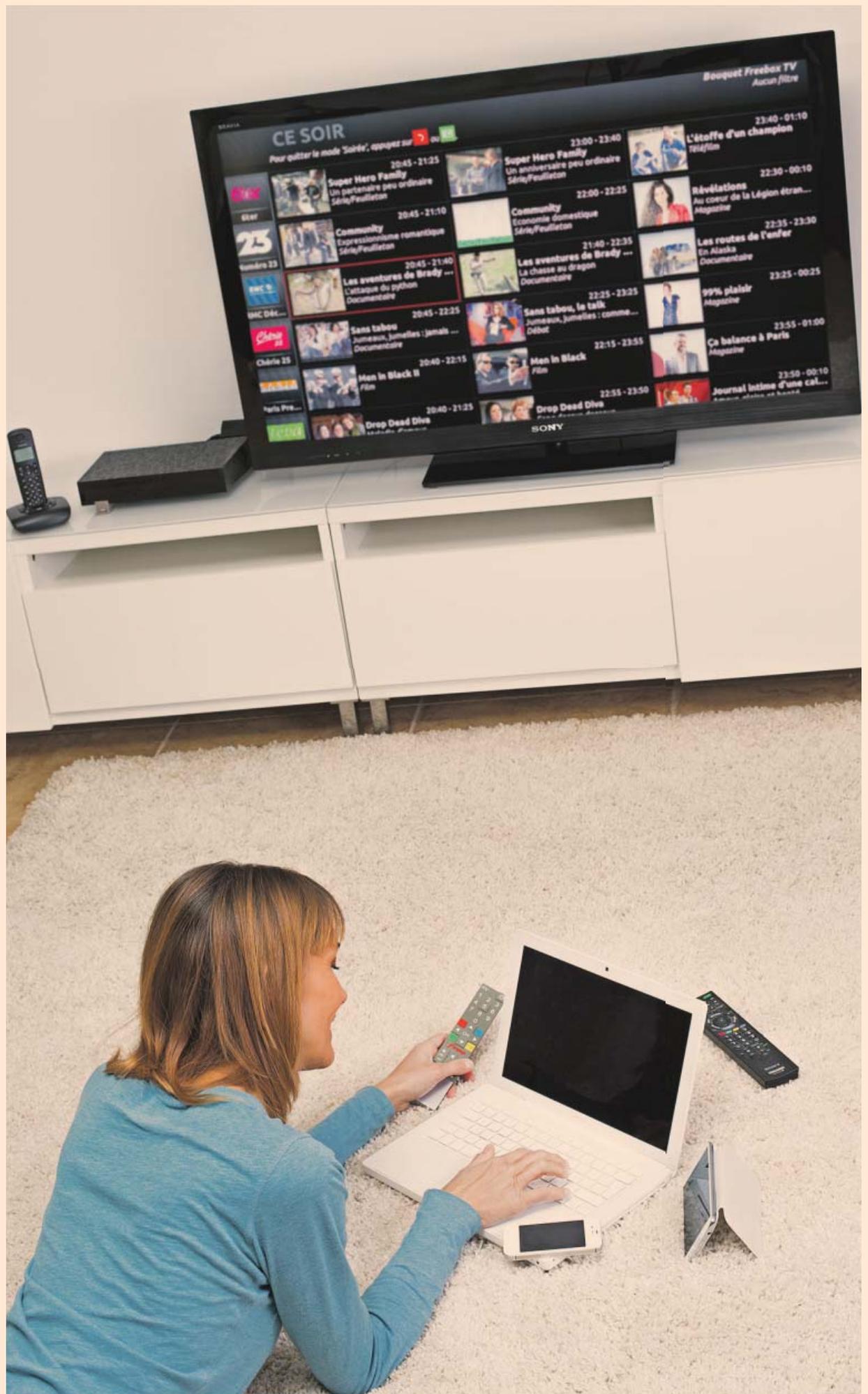
Un par de datos para dar cuenta del alcance que tiene la industria en los hogares de

los españoles. En 2017 un 78% de las casas contaba con al menos un ordenador. Este dato ha crecido un 10% en la última década y un 35% desde 2003, según el Instituto Nacional de Estadística.

En cuanto a móviles, todos disponen de algún terminal, frente al 77,6% de los hogares que cuentan con teléfono fijo.

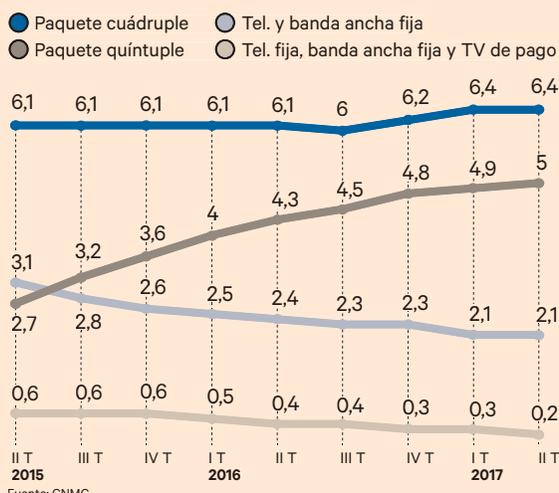
Además, el 84% de los españoles hicieron uso de Internet en los últimos tres meses de 2017, frente al 80% y 64,2% de 2016 y 2010. El correo electrónico, la mensajería instantánea (WhatsApp), las redes sociales y la lectura de infor-

PASA A **PÁGINA SIGUIENTE**



LA CLAVE

Evolución de los empaquetamientos más contratados (millones)



Los españoles utilizan Internet para el correo electrónico, whatsApp, redes sociales, y para leer información. GTRES

TELECOMUNICACIONES

Los extras de MIBOLSILLO

VIENE DE PÁGINA ANTERIOR

mación es para lo que principalmente se navega. Con estas referencias, es lógico pensar que la demanda de servicios es cada vez más alta.

El último estudio de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) desvela que el gasto de quienes contratan un paquete quíntuple, que es el más solicitado por los consumidores y que incluye telefonía y banda ancha tanto para móvil como para fijo y televisión de pago, se elevó en el segundo trimestre de 2017 a 96,6 euros al mes, un 15% más que el año anterior. Esta cuota incluye el precio de dicho paquete y los importes de servicios no incluidos en el mismo como pueden ser líneas móviles de pospago o el consumo en exceso de las tarifas plana. El precio medio de esta oferta fue de 79,1 euros en 2017. Las líneas móviles de pospago han pasado de 1,7 a 2,4 millones.

El cuádruple también experimentó un repunte del gasto, un 4%, hasta alcanzar los 67,8 euros al mes en el segundo trimestre de 2017. En este caso el precio medio de los servicios contratados fue de 54,2 euros.

No obstante, el quíntuple sigue siendo el más demandado por los consumidores. El año pasado se sobrepasó la cifra histórica de 5 millones de paquetes —después de sumar 700.000 altas netas— que supone un crecimiento del 16% frente al mismo periodo de 2016 y del 85% sobre 2015.

El cuádruple se mantiene ligeramente por encima de los 6 millones en los dos, tres últimos años. «Agrupar los servicios de telecomunicaciones en un único operador se consolida como tendencia: en el segundo trimestre de 2017 se registraron 11,4 millones de paquetes convergentes con cuatro o más servicios, un millón más que hace un año», explica la CNMC.

Según el estudio del organismo, un 50,4% de los hogares españoles tiene contratado te-

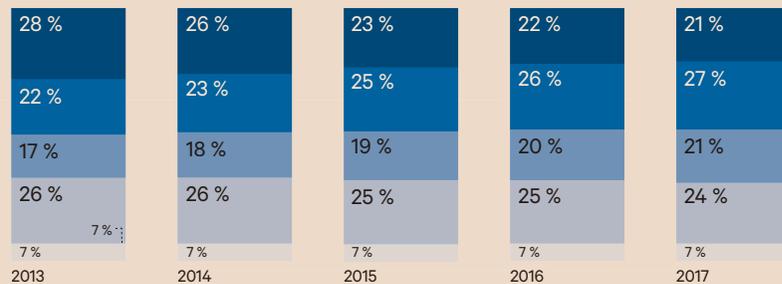
LA CLAVE

Situación del sector de las telecomunicaciones en España

Reparto de los ingresos finales del sector en Europa* (% sobre el total)

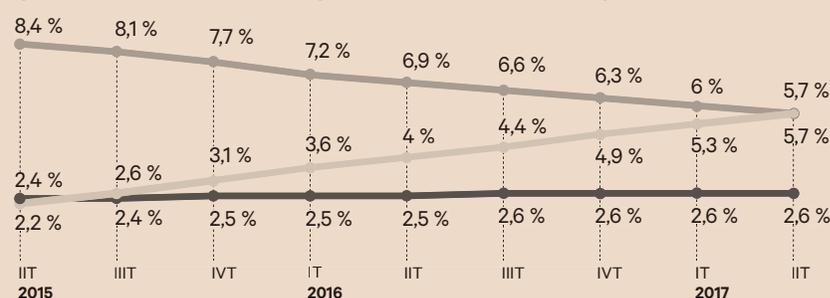
● Voz móvil ● Datos móviles ● Banda ancha fija ● Voz fija ● Servicios de empresa

* Bélgica, Francia, Alemania, Italia, España, Grecia y Reino Unido (representan el 70% de los ingresos de la UE-28)



Evolución de las líneas de banda ancha fija por tecnología (en millones)

○ FTTH (fibra óptica hasta el hogar) ● xDSL (línea telefónica estándar) ● HFC (conexión híbrida)



Fuente: CNMC

España lidera la fibra óptica

●●● La fibra óptica está presente en más del 44% de los hogares españoles, según los datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. España se ha convertido en uno de los líderes europeos en este tipo de tecnología. Fundación Telefónica recoge en su último informe *Sociedad Digital 2017* que España ha sido el país de mayor crecimiento (74%) en instalación de fibra óptica entre 2012 y 2016.

Telefonía móvil, fija e internet, y un 29% suma la televisión de pago; es decir, casi un 80% está conectado con alta tecnología. El resto de ofertas, con menos prestaciones para el

usuario continúa en tendencia descendente.

Los accesos NGA —redes de nueva generación que permite conexiones de muy alta velocidad— registraron una tasa de crecimiento anual del 16% y superaron los 44 millones en junio de 2017. De estos, más de 33 millones correspondieron a fibra hasta el hogar (FTTH), frente a los 27 millones desplegados en el segundo trimestre de 2016.

A la vista de las últimas cifras, es evidente que el sector español de las telecomunicaciones goza de buena salud. En 2016 los ingresos minoristas, los que vienen directamente de los pequeños consumidores, disminuyeron un 0,1%, caída muy similar a la de 2015, pero muy inferior a la registrada hasta 2014, que rondaba el 7%. Las previsiones de cierre de 2017 apuntan a un crecimiento con posibilidad

de prolongarse en 2018. Statista estima un aumento de la facturación a nivel europeo del 3,3% entre 2016 y 2019.

Movistar, Vodafone y Orange captan el 78% de los ingresos procedentes de los particulares en España. Los precios que se aplican a los

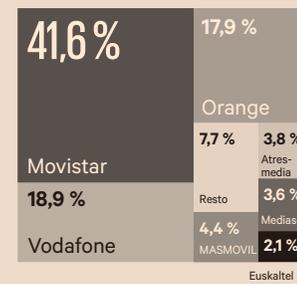
LA CIFRA

96,6

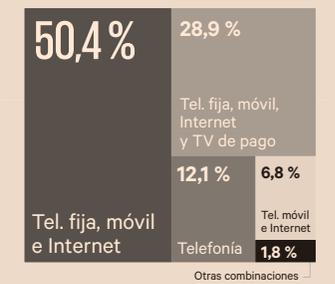
euros al mes fue el gasto de quienes disponían de un paquete quíntuple en 2017

servicios continuaban siendo más caros que la media europea. Por ejemplo, en 2016 en España subieron el 2,6% frente al repunte del 0,1% de la UE.

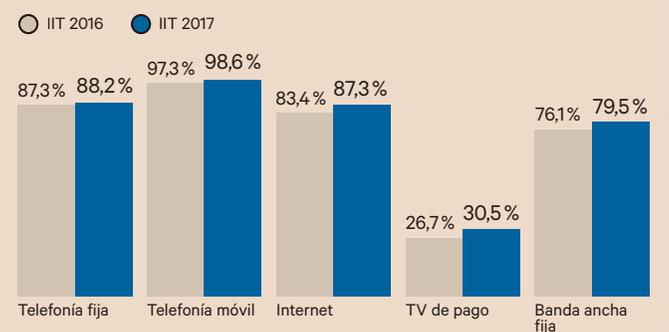
Ingresos minoristas por operador (IIT 2017)



Combinaciones de servicios contratadas en los hogares (IIT 2017)



Disponibilidad de servicios (% de hogares)



H. DE PEDRO

LAS OFERTAS DEL MOMENTO



Movistar

Fusión más fútbol 300Mb por 95 euros al mes. Fibra óptica simétrica, llamadas ilimitadas a fijo, dos líneas móviles, 8.000 títulos de películas y ocho partidos de *La Liga Santander*.



Jazztel

Fibra más móvil por 42,95 euros al mes durante medio año. Fibra simétrica 400Mb; datos móvil 3G; 250 minutos voz móvil. Cheque regalo de Amazon de 50 euros.



Orange

Love familia sin límites. Fibra simétrica hasta 500 Mb más dos líneas móviles con llamadas ilimitadas y bono de 20 GB desde 89,95 euros al mes. Paquetes de TV.



Vodafone

One Familia. Fibra simétrica: 300 Mb. Dos líneas móviles: 6 GB con *chat pass* y 200 minutos. Llamadas ilimitadas. TV total con HBO tres meses gratis. Precio: 80 euros al mes.



MásMóvil

Fibra 300Mb simétricos + móvil 4GB y llamadas ilimitadas por 16,90 euros durante tres meses. Segunda línea móvil con 500 Mb gratis y 20 minutos al mes incluidos.



Euskaltel

El Todo en Uno. Internet 50 Mb; móvil de 10 GB más llamadas ilimitadas; TV *premium* y línea fija más llamadas por 19,90 euros al mes durante los seis primeros meses.

Telefónica

Elige todo

Cuando eliges
desconectarte para
conectarte con la vida,
tu mundo crece_

Tu mundo avanza y nosotros con él, por eso hemos invertido cerca de 6.600 millones de euros en I+D+I en 2015 para que tengas la mejor tecnología, una excelente experiencia de servicio y disfrutes de lo que realmente te importa.

Descubre más entrando en eligetodo.com

 movistar |  O₂ |  vivo | SON MARCAS DE TELEFÓNICA


Liceu

20 Aniversario de la reapertura
del Gran Teatro del Liceo de Barcelona



TELECOMUNICACIONES

Los extras de MIBOLSILLO

La televisión de pago alcanza récord de audiencia e ingresos

Los usuarios dedican una media de tres horas al día para ver contenidos. Hay más de 6 millones de abonados

BEATRIZ P. GALDÓN
PND@20minutos.es / @20mMibolsillo

A los españoles les gusta la televisión, y especialmente algunos programas y series. Y, además, cada vez importa menos pagar por ello.

La amplia oferta existente en el mercado y las promociones de los operadores hacia la búsqueda de nuevos clientes están desembocando en un *boom* de la televisión de pago que en el último ejercicio ha alcanzado cotas históricas. La llegada de Netflix, HBO y SKY han contribuido también al éxito de este servicio.

Los últimos datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) referentes al segundo trimestre de 2017 confirman que un 30,5% de los ho-

gares tiene contratado este servicio, contabilizándose más de 6 millones de abonados. El nivel de penetración en 2016 era del 26,7% y del 24,4% en 2015.

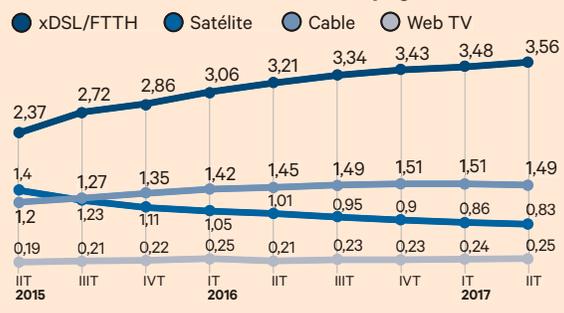
La CNMC detalla, por otro lado, que casi 9 de cada 10 abonados a la televisión de pago «la tenían empaquetada con otros servicios».

Este fuerte tirón de audiencia está repercutiendo de forma muy positiva sobre los operadores. Los ingresos del sector a junio alcanzaron los 1.042 millones de euros, cifra récord tras superar en un 15% la obtenida en el mismo periodo de 2016. Esta cuantía supera, además, los 982 millones que obtuvo la televisión en abierto por publicidad. Mediaset y Atresmedia mantienen la mayor cuota de

LA CLAVE

La televisión de pago, al alza

Evolución de los abonados a TV de pago (en millones)



Cómo vemos contenidos audiovisuales (% individuos)



facturación del mercado, con más del 80% sobre el total.

Según la CNMC los españoles dedican una media de tres horas al día entre semana a consumir contenidos audiovisuales a través de la televisión; una hora por ordenador y otra por el teléfono móvil.

Donde se aprecia un rápido aumento es en las plataformas de pago para ver contenidos *online*: casi uno de cada cuatro hogares con acceso a internet es usuario del vídeo en *streaming*. Según la CNMC, «el crecimiento más llamativo» es el de Netflix, que de nuevo, y en tan sólo 6 meses (diciembre 2016 – junio 2017) ha vuelto a duplicar su número de usuarios: ya son 1.163.000 los hogares con este servicio. HBO, que llegó a España hace un año, acumuló hasta el segundo trimestre de 2017 alrededor de unos 414.000 hogares. No obstante, la que más clientes registra en los dispositivos es Movistar+.

Entre las preferencias para ver los contenidos audiovisuales, se sitúa en primer lugar la opción *a la carta* para episodios de series y películas. Para los eventos deportivos y los informativos se elige más el directo. ●

OFERTAS



Movistar+

Fútbol, deportes, cine, series, Fórmula 1 y MotoGP. Se pueden contratar paquetes de forma individual o conjunta. Posibilidad de ver la programación después de emitida.



Vodafone One TV

Contenidos de HBO y Netflix, como *Narcos* o *House of Cards*. Fútbol y películas de estreno. *Vodafone TV Total* gratis durante tres meses y sin compromiso.



Orange TV

Paquetes individuales o convergentes. Fútbol, cine y series. Más de 35 canales premium con 3.500 contenidos para toda la familia. Se puede contratar por Internet.



Rakuten TV

Ofrece un catálogo de películas y series a elegir. Permite ver los contenidos sin necesidad de descargar. Se puede pagar por lo que se ve o acceder a una tarifa plana mensual.



Euskatel TV

TV Premium Extra con más de 90 canales por 10,5 euros al mes durante tres meses. El precio se reduce a 6,5 euros para los clientes de Osoa. Incluye series de Movistar.



Jazztel

No cuenta con una plataforma de televisión de pago propia, pero ofrece a sus clientes la oferta de Orange TV. Disponibilidad de 30 canales. Promoción de un bono por 10 euros.



Series para todos los gustos que triunfan

Las series han captado un gran número de usuarios en la televisión de pago. Algunas llevan años en emisión

JUEGO DE TRONOS

Seguramente sea una de las series más conocidas por todos debido a un éxito mantenido durante años. La primera temporada se estrenó en abril de

2011 y la séptima el pasado verano. En este momento se graba la novena entrega (y parece que última), que previsiblemente verá la luz el próximo 2019. En 2014 se convirtió en la serie más vista de HBO.

Serie de fantasía, de época medieval, y en la que se entremezclan drama y aventuras. En Movistar+.

THE WALKING DEAD

Se trata de otra serie con mu-

chos seguidores en España. Emitida a través del canal FOX (Movistar+). En el otoño se estrenó la primera entrega de la octava temporada. Este mes de febrero se emite la segunda. La serie se desarrolla en un mundo denominado «postapocalíptico».

VELVET COLECCIÓN

Tendrá una segunda temporada este mismo año tras el éxito de la primera, que supe-

rá en audiencia a *Juego de Tronos*. Se puede ver también en Movistar+. Combina diseño y moda con aventuras amorosas.

EXPEDIENTE X

2018 coincide con el 25 aniversario del estreno de la que se ha convertido en una de las series de mayor éxito en la historia de la televisión. Exponente máximo de la ciencia ficción. En canal FOX (Movistar+).



El estreno de la que se ha convertido en una de las series de mayor éxito en la historia de la televisión. Exponente máximo de la ciencia ficción. En canal FOX (Movistar+).

MCGYVER

Uno de los personajes clásicos de la pantalla regresó en 2016 con nuevos capítulos y protagonistas. Fue una de las series más vistas durante ese año. ●

TIN: 0% - TAE: 0%

0% FINANCIACIÓN GRATIS

Del 21 al 28 de Febrero

Phone House

phonehouse.es



SAMSUNG

GALAXY J5 2017

Android 7.0
13Mpx, 13Mpx
8x 1,6Ghz
2GB RAM • 16GB

16'58€
x12 meses

TIN: 0% - TAE: 0%

199€



honor

9

Android 7.0
20+12Mpx, 5Mpx
8x 2,4+1,8Ghz
4GB RAM • 64GB

27'42€
x12 meses

TIN: 0% - TAE: 0%

329€



Apple

IPHONE 6

32GB

iOS 8
8Mpx, 1,2Mpx
Chip A8x64 bits
1GB RAM • 32GB

33'25€
x12 meses

TIN: 0% - TAE: 0%

399€



SAMSUNG

GALAXY S8

Android 7.0 Nougat
12Mpx, 8Mpx
8x 2,3+1,7Ghz
4GB RAM • 64GB

62'41€
x12 meses

TIN: 0% - TAE: 0%

749€



Apple

IPHONE 8

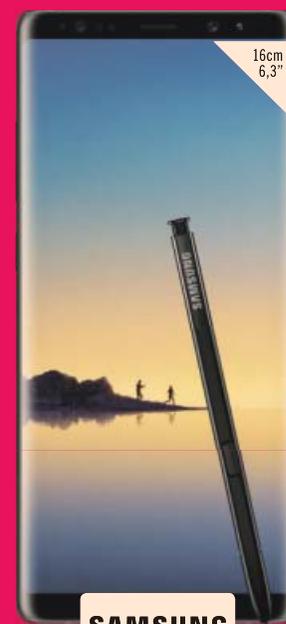
64GB

iOS 11
12Mpx, 7Mpx
Chip A11 Bionic x 64bits
3GB RAM • 64GB

67'41€
x12 meses

TIN: 0% - TAE: 0%

809€



SAMSUNG

GALAXY NOTE8

Android 7.1 Nougat
12+12Mpx, 8Mpx
8x 2,3+1,7Ghz
6GB RAM • 64GB

74'91€
x12 meses

TIN: 0% - TAE: 0%

899€

...y por sólo
1€ / más
más
TIN: 0% - TAE: 0%

Batería Externa 10.000 mAh
PVP sin promoción 14,99€



...y por sólo
1€ / más
más
TIN: 0% - TAE: 0%

Cargador inalámbrico Qi Fast Charge
PVP sin promoción 14,99€



Promoción financiación gratis TIN 0% TAE 0% del 21 al 28 de Febrero 2018. Financiación ofrecida por COFIDIS para importes entre 180€ y 2.000€, en compras que incluyan un smartphone o tablet, plazo de 12 meses y cuota mínima de 15€ al mes. Sin comisión de apertura ni de mantenimiento. Para un ejemplo de financiación de importe 600€, Importe total adeudado: 600€. TIN 0% TAE 0%. Oferta válida hasta el 28/02/2018. Para otros importes y/o plazos consulte las condiciones de financiación. Financiación sujeta a la aprobación de Cofidis S.A. Sucursal en España. The Phone House Spain SLU Complejo Empresarial Ática, Edificio 1, Vía de las Dos Castillas 33, Pozuelo de Alarcón, 28224, Madrid. CIF: B81846206.

TELECOMUNICACIONES

Los extras de MIBOLSILLO

El precio influye más en la elección de la compañía que la calidad

Los usuarios son cada vez más exigentes y buscan pagar por lo que realmente consumen

BEATRIZ P. GALDÓN
PND@20minutos.es / @20mMibolsillo

España no es un país puntero en innovación tecnológica. Pero sí es cierto que tiene una de las repercusiones más destacadas entre la población. Por ejemplo, la cuota de penetración de la telefonía móvil supera el 80%, una de las más elevadas a nivel mundial. Según el *IV Estudio de Comparación Online* hacia el Ahorro Inteligente elaborado por Rastreator, «los ciudadanos dedican unas 3,4 horas diarias de media a usar activamente el móvil» y «tres de cada cuatro dice que no podría vivir sin el dispositivo».

Cuando se trata de hablar por teléfono y de conectarse a Internet, los consumidores tienen en cuenta muchas variables para decantarse por un proveedor. «Este nuevo perfil de consumidor, cada vez más exigente, apuesta por aquellas compañías que le comprenden y le pueden ofrecer un servicio global a buen precio. Aunque precio y calidad ni deben ni tienen que estar reñidos, lo cierto es que los usuarios siguen valorando el factor económico por encima de todo, como afirma un 74,7% [de los encuestados]», señalan desde Rastreator.

Después de valorar el coste, se tienen en cuenta los siguientes elementos y por este orden: la calidad del servicio y la atención al cliente; la disposición de velocidad máxima; las condiciones de permanencia; ofertas por pack integrado; posibilidad de personalizar los servicios; regalo o financiación para la adquisición de un *smartphone* y

las recomendaciones de terceros hacia las compañías proveedoras.

A la vista de las preferencias señaladas, el estudio de Rastreator destaca que «como resultado de los nuevos patrones de consumo en telefonía, los ciudadanos demandan, cada vez en mayor medida, personalizar su factura. De hecho, un 85,6% preferiría diseñar su tarifa, añadiendo o eliminando servicios en función de su consumo real y sus necesidades, que pueden variar mes a mes. Y, es más, ya hay un 18,7% que considera esta posibilidad determinante a la hora de escoger la empresa de servicios».

En definitiva, se quiere pagar por lo que realmente se consume. En la actualidad, la mayoría de los consumidores no hace uso de todos los minutos adjudicados cada mes para su teléfono móvil y, sin embargo más de un 35% sobrepasa con frecuencia el límite de datos que tiene contratados.

Por otro lado, casi la mitad de los clientes únicamente se comunica con sus contactos por redes sociales y por aplicaciones gratuitas de mensajería instantánea, como puede ser WhatsApp. «Vemos, por tanto, que la demanda de servicios de Internet está en auge, en detrimento de otros que están más en desuso. De hecho, casi la mitad de la población dice que cada vez llama más a través de aplicaciones gratuitas en lugar de usar su línea telefónica», explican desde Rastreator.

En cuanto a la satisfacción de los consumidores sobre la oferta existen-



Fundación Telefónica considera que la transformación digital debe llegar a todos. GTRES

LA CLAVE

Principales reclamaciones

Consultas. Hasta junio de 2017 la Oficina de Atención al Usuario de Telecomunicaciones recibió 33.135 consultas, un 1,7% menos que en 2016. Casi todas se efectuaron por teléfono.

Resolución. El 70,2% de las sentencias referentes a las reclamaciones tramitadas resultaron a favor del usuario. El 29,8% restante dio la razón al operador.

Servicios. El 51% de las quejas se refirieron a paquetes convergentes. La mayoría estaban relacionadas con la facturación. Hubo también demandas por las bajas y la portabilidad.

Telefonía. Las reclamaciones que llegaron a la oficina de atención al usuario sobre telefonía móvil y fija también tuvieron que ver con la facturación y las bajas, principalmente.



te y los proveedores de telefonía e Internet actuales, la opinión mayoritaria es de satisfacción. Ahora bien, cada vez se muestran más vigilantes y comprueban al detalle las facturas. La atención se centra, sobre todo, en la velocidad de conexión para navegar, ya que con mayor frecuencia suele ser inferior a la contratada. «Estas malas experiencias pueden afectar a la confianza que los usuarios depositan en sus compañías y llevarles a cambiar a otra», señala el análisis, que recoge que el 70% de los españoles ha variado en alguna ocasión de operador.

El paquete quintuple, que es el que aglutina todos los servicios: telefonía móvil, fija, banda ancha y televisión de pago es el que más está creciendo en los últimos años. Para los expertos se trata de una respuesta de los consumidores hacia la búsqueda del ahorro de costes.

Asimismo, ONTSI (Observatorio Nacional de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información), destaca que otros motivos que impulsan la compra de paquetes convergentes, aunque con menor peso que el precio, son la comodidad y la promoción.

Por otro lado, cada vez son más las personas que valoran muy positivamente la inclusión de asistencia técnica en el paquete de *telecos* contratado. También, la posibilidad de disponer de música *premium* es otra opción deseada.

Mirando hacia el futuro más inmediato, el estudio *Sociedad Digital en España 2017* de Fundación Telefónica recoge que

«la transformación digital no es opcional». «Debe llegar al tejido empresarial, a las administraciones y a todos los ciudadanos para evitar sectores rezagados y brechas digitales», aseguran. Al respecto, recalcan: «Los beneficios deben llegar a todos. Y la educación plantea el reto de adaptación a las nuevas demandas laborales». Según la Fundación, «si no hacemos nada, en España habrá un déficit de 3 millones de profesionales con conocimientos STEM (formados en ciencias, matemáticas, ingeniería o tecnología) en 2020». ●

LA CIFRA

70%

de los españoles ha cambiado en alguna ocasión de compañía de servicios

Brecha generacional

●●● El consumo es muy diferente entre edades. Para los mayores de 55 años resulta importante incluir la telefonía fija en el paquete integrado de telefonía e Internet. Sin embargo, esta opción es considerada por una minoría entre los jóvenes de entre 18 y 24 años. Esta franja de edad está más interesada por la inclusión de servicios más innovadores como plataformas VOD o de contenido en *streaming*.



CONSEJOS

Elige bien sin renunciar a tus derechos

RASTREA INFORMACIÓN

Ante el desconocimiento absoluto de los servicios y/o los proveedores que los ofrecen lo mejor es optar por la búsqueda de información. La opinión de los usuarios puede ser interesante, también las referencias empresariales que se encuentren en el mercado.

Igualmente, hay comparadores *online* que son útiles para contrastar ofertas.

CONDICIONES

Antes de firmar un contrato se debe leer al detalle y comprobar que se recoge toda la información referente a tarifas, prestaciones, plazos, vinculación si existiera o durabilidad de una oferta concreta, entre otros aspectos. A veces, el contrato se puede hacer por teléfono o por Internet. Siempre hay que solicitar documentación por escrito y firmada por la compañía.

FACTURA

Debe comprobarse cada mes, o en el periodo correspondiente. Además de la revisión del consumo sobre los servicios solicitados, la empresa debe comunicar cualquier notificación que afecte al usuario; por ejemplo, un cambio de tarifa. «Es importante saber que si el operador le cambia alguna de las condiciones del contrato, tiene derecho a finalizarlo sin penalización alguna», explica la Oficina de Atención al Usuario de Telecomunicaciones.

SEGURIDAD

Es indudable que se debe hacer un uso racional de los servicios que tengamos disponibles. Pero igualmente importante es la seguridad. Hay que instalar antivirus, hacer copias y configurar contraseñas complejas.

BAJAS

El Gobierno recuerda que todo usuario tiene derecho a darse de baja de un operador y que éste estará obligado en un plazo de «dos días» a realizarlo. Además, se puede solicitar en «cualquier momento».

RECLAMACIÓN

Si sientes que tus derechos se han vulnerado es preciso que reclames. Para ello, es necesario disponer del contrato, facturas, o documentación acorde a tu demanda. ●



LA TARIFA INIMITABLE

Navega
19GB + Habla
5001
min.

19'9
€/mes

IVA Y PRINCIPIOS INCLUIDOS

SOMOS GENTE DE PRINCIPIOS

CUANDO MEJORAMOS LAS TARIFAS, A NUESTROS CLIENTES PRIMERO.

CAMBIA DE TARIFA TODOS LOS MESES SIN PENALIZACIÓN.

SI CREES QUE TE HEMOS FACTURADO MAL, PRIMERO TE LO DEVOLVEMOS Y LUEGO ANALIZAMOS.

SIN PROMOCIONES PASAJERAS Y SIN COMPROMISO DE PERMANENCIA.

ATENCIÓN AL CLIENTE GRATUITA Y DESDE ESPAÑA.

pepephone

¿HABLAMOS? 900 878 762

HABLA: Incluye 5001 min (establecimiento de llamada incluido). Superados los 5001 min te costará 1,21 cént./min (IVA inc.) y establecimiento de llamada 18,15 cént. (IVA inc.). Válido para llamadas a móviles y fijos nacionales. NAVEGA a velocidad 4G: 19GB. Superados los 19GB tú eliges entre cortar la navegación (debes establecer el corte en Mi Pepephone), duplicar los Gigas al mismo precio (otros 19GB por 19,9€ IVA inc.) o seguir navegando por 1 cént./MB adicional (IVA inc.)

TELECOMUNICACIONES

Los extras de MIBOLSILLO



El 5G tendrá capacidad para transportar datos móviles 1.000 veces superior a la de generaciones precedentes. ARCHIVO

Claves para entender las 'telecos' en el uso cotidiano

Conocer los conceptos más habituales del sector puede ayudar a elegir mejor el producto y controlar el coste

BEATRIZ P. GALDÓN
PND@20minutos.es / @20mMibolsillo

Si no entendemos lo que se nos ofrece, difícilmente haremos una buena selección. Esto ocurre en todos los ámbitos de la vida, y uno de ellos es el de las telecomunicaciones. Además, el error inicial se puede convertir en una trampa a lo largo del tiempo; facturas que nos resultan difí-

ciles de comprender, vinculaciones con la compañía, permanencia, requisitos... un montón de situaciones indeseadas.

Hemos escogido una serie de términos que te pueden servir de guía en la tecnología que manejas de forma cotidiana. No obstante, nunca es tarde para preguntar a quien corresponda e informarse.

LA CLAVE

Récord de portabilidad

Los consumidores no se atan a nadie. La CNMC acaba de publicar la cifra de portabilidad en noviembre de 2017, que marcó un nuevo récord con más de 900.000 cambios de operador entre telefonía fija y móvil. La de móviles supuso el 75% del total.

ADSL

BANDA ANCHA. Las siglas responden al término en inglés *Asymmetric Digital Subscriber Line*; es decir, Línea de Abonado Digital Asimétrica.

Se trata de una clase de tecnología que permite la conexión a Internet. El usuario se conecta a través de la línea telefónica convencional, pero con banda ancha.

FIBRA ÓPTICA

TECNOLOGÍA PUNTERA. Material que facilita la conexión

a Internet y que permite enviar mayor cantidad de datos, recibir y descargar a una velocidad superior que el ADSL. Se pueden conectar varios dispositivos a la vez sin perder prestaciones. La fibra simétrica proporciona la misma velocidad en la subida y bajada de datos.

ROUTER

LA VÍA DE CONEXIÓN. Es el aparato que permite la conexión de Internet con nuestros dispositivos tanto por cable como de forma inalámbrica. Normalmente llevan incorporada la función wifi, aunque la cobertura dependerá de algunos factores, como por ejemplo la distancia entre el propio *router* y el lugar del dispositivo vinculado.

MB/Mb

OJO A LAS DIFERENCIAS. No es lo mismo MB (Megabyte) que Mb (Megabit). Las ofertas de los operadores en ADSL y fibra óptica hacen referencia a Mb en cuanto a velocidad. Un archivo de un ordenador o los megas de una tarifa de Internet móvil se miden en MB. El portal *Comparaiso.es* lo explica con el siguiente ejemplo: «Si tenemos una canción que ocupa 10 MB y una conexión de 10 Mb/s, tardaremos unos 8 segundos en descargarla en el mejor de los casos».

GB

CADA ESPACIO, SU TAMAÑO. El GigaByte (GB) es otra unidad de almacenamiento más relacionado con el consumo de Internet a través del teléfono móvil. Según Tuenti, con 1 GB podríamos en un mes (aproximadamente): ver 21 vídeos, chatear 28 días, ver 1.341 fotos, escuchar 62 can-

ciones, visitar 349 páginas web y descargar 17 aplicaciones nuevas. De acuerdo a *Comparaiso.es*, un usuario que actualiza de forma continua sus redes o ve películas en el teléfono móvil necesitará una capacidad mayor; de más de 3 GB.

Una vez que se llegue al consumo contratado, la velocidad es inferior y algunas compañías cobran un extra.

5G

LA PRÓXIMA REVOLUCIÓN. 1G, 2G, 3G; 4G... y en el futuro más inmediato 5G. La G significa generación. Se trata de un tipo de conexión inalámbrica de los teléfonos móviles a Internet. Con el 5G se podrá hacer lo mismo que con el 4G (llamar, navegar, enviar mensajes...), pero a una velocidad significativamente mayor. Según Samsung si quisiéramos descargar una película de 800 MB con 4G, tardaríamos 28,5 segundos, mientras que con 5G lo podríamos hacer en uno solo. Telefónica estima que tendrá capacidad para transportar datos móviles 1.000 veces superior a las de las generaciones precedentes y que las velocidades de acceso serán entre 10 y 100 veces superiores.

Esta tecnología permitirá, además, conectar el móvil al denominado Internet de las cosas. Está previsto que se comercialice en España en 2020.

STREAMING

DISFRUTAR SIN DESCARGAR. Se trata de un servicio multimedia que permite escuchar música o ver vídeos al mismo tiempo que se descarga el archivo. Algunas de las plataformas más conocidas en España por sus contenidos son Netflix y HBO. ●

La seguridad en Internet comienza por uno mismo

¿Quién no conoce un caso de una cuenta *hackeada*? ¿O algún bulo propagado por Internet? ¿Incluso, una suplantación de identidad?

Internet está proporcionando múltiples beneficios a la sociedad, pero es evidente que requiere seguridad. El Instituto Nacional de Ciberseguridad de España (Incibe), anteriormente Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación, (Inteco) y dependiente del Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital,

gestionó 123.064 incidentes durante 2017, 8.000 más que el año anterior. De esta cantidad 885 afectaron a operadores y 122.000 a ciudadanos, empresas y red académica. Las Comunidades Autónomas más afectadas fueron Madrid, Cataluña y Andalucía.

Desde el Incibe se promueven diferentes iniciativas para concienciar a todos sobre la necesidad de establecer unos límites en el uso de la tecnología. El pasado 6 de febrero se celebró el *Día de la*



LA CIFRA

123.064

incidentes gestionó el Instituto Nacional de Ciberseguridad en 2017, 8.000 más. Madrid, Cataluña y Andalucía fueron las CC.AA más afectadas.

Internet Segura, un evento internacional, bajo el lema *Crea, Conecta y Comparte Respeto: Una Internet Mejor Comienza Contigo*, que tiene como foco de atención los niños y los adolescentes.

Con respecto a las novedades que llegan en 2018, destaca el nuevo Reglamento General de Protección de Datos a partir de mayo.

La entrada en vigor de esta nueva normativa permitirá, entre otras cosas, que nuestros datos desaparezcan de aque-

llas compañías que los solicitaron cuando consideremos que los fines ya no son los mismos. También facilitará la portabilidad de las referencias personales.

Por otro lado, la Oficina de Seguridad del Internauta recomienda revisar las opciones de privacidad en las Redes Sociales; tener mucho cuidado con la información que se comparte; no facilitar datos personales en cualquier web y sobre todo... usar el sentido común. ● BPG

TRUEQUES DEL SIGLO XXI: CASAS, TIEMPO, BILLETES...

La actual sociedad, más comprometida con el consumo responsable y la sostenibilidad, apuesta por recuperar esta práctica de hace miles de años

Intercambio de casa

Ahorra hasta un 90% en el alojamiento de tus vacaciones



La tecnología ha posibilitado el despegue de muchas plataformas que cuestionan si el actual sistema de producción y consumo está empezando a agotarse. Knok es una de ellas. Gracias a este portal, unas 6.000 familias de todo el mundo intercambian sus casas para ahorrarse hasta un 90% en el alojamiento durante sus vacaciones. Juanjo y Laura son dos viajeros que, después de tener hijos, no quisieron renunciar a su pasión y crearon esta red de intercambio de casa para familias viajeras. «Es una manera ideal para viajar con niños, tener más espacio, juguetes y un lugar preparado para unos días en familia tranquilos», relata Laura Martínez.

Por menos de cien euros al año, puedes registrar tu casa y buscar la que más se ajusta a tus necesidades en el destino deseado (hay más de 10.000 en la red, desde grandes capitales hasta regiones con encanto). Además, incluye un seguro del hogar con una cobertura de hasta 120.000 euros.

Tal y como explican en su web: «Los intercambios de casa dentro de la red están basados en un sistema de confianza, "Tú estás en mi casa mientras yo estoy en la tuya", lo que crea un nexo de unión fuerte entre ambas partes. Los problemas son muy poco habituales».

Otra opción son los *house sitters* o cuidadores de casas, personas que disfrutan de un alojamiento gratuito a cambio de cuidar de las mascotas o del jardín de ese hogar mientras los dueños están ausentes.

Billetes de tren y avión

Aprovecha los que otros viajeros no pueden usar



Truecalia es otra nueva plataforma que ha formalizado lo que muchos usuarios ya hacían a través de grupos organizados en Facebook. El AVE es muy cómodo pero supone un gran desembolso si compras el billete de un día para otro. Por eso, muchas personas que viajan cada fin de semana compran sus billetes con la máxima antelación posible para así pagar los precios más asequibles. Esto conduce de una forma «muy frecuente» a que muchos pasajeros pidan intercambios de billetes «por imprevistos de última hora», explica el CEO de esta web, Francisco Fernández. «Intercambian por ejemplo un billete para la mañana por otro para la tarde», dice.

El portal cuenta con 150.000 usuarios y registra una media de 300 transacciones diarias, sobre todo de billetes de tren, si bien no son solo intercambios sino también compraventas.

Fernández recalca que también se encuentran billetes de avión, una opción «muy nueva y casi desconocida, porque aunque sean nominativos el coste de cambiarlos de nombre compensa al pago del importe total».

Esta web, que «nació en 2011 tras un viaje a Francia en el que nos fijamos en un portal parecido —kelbillet.com— que nos dio la idea», verifica los datos de contacto y de pago de los usuarios, lo cual garantiza unas transacciones económicas, en el caso de las compraventas, seguras.

Bancos de tiempo

Favores entre vecinos para fomentar las redes sociales



Según la web del Sistema de Intercambio en Comunidad (CES, por sus siglas en inglés), en España hay 256 comunidades de intercambio, cifra que le sitúa en el primer puesto de su clasificación mundial, por delante de EE UU con 155. Estas comunidades son en su mayoría bancos del tiempo. El Ayuntamiento de Madrid, como muchos otros, tiene siete en marcha con 249 socios que realizaron 975 intercambios en 2017 (710 más que en 2016). «Los más frecuen-

LA CIFRA

249

socios del banco del tiempo de Madrid realizaron 975 intercambios durante 2017

tes son actividades de ocio, formación, arreglos y tareas de la casa y acompañamiento», señalan fuentes municipales.

El objetivo de estas iniciativas es «combatir el aislamiento y crear redes de apoyo y acercamiento personal que aumenten la autoconfianza de los vecinos», explica Carmen Mormeño, al cargo del proyecto en Madrid. El problema, reconoce, es que «a la gente le cuesta ser consciente de qué puede aportar y, por otra parte, llamar a alguien que no conoce para que, por ejemplo, le arregle el armario». Cada año, además, se celebra un «mercadillo de trueque» de objetos entre los socios.

Monedas sociales

Divisas alternativas para potenciar la economía local



En Santa Coloma de Gramenet (Barcelona) lanzaron a principios de 2017 la grama, una moneda social local que aceptan muchos comercios en los cuales se puede pagar a través de una *app* móvil. El consistorio ya concede subvenciones en esta divisa (1 grama=1 €) a los comercios y en un futuro próximo, los funcionarios podrán optar por cobrar hasta el 30% de su sueldo en gramas. El siguiente paso será su desembarco en el monedero de los ciudadanos.

Tal y como explica el profesor de Economía y Empresa de la Universitat Oberta de Catalunya, August Corrons, este tipo de proyecto «impulsan la economía local y tiene también beneficios sociales y medioambientales». Según los datos del Instituto de la Moneda Social, existen entre cinco y seis mil iniciativas de divisas «complementarias» —como prefiere denominarlas Corrons «porque no sustituyen a las monedas de curso oficial sino que llegan adonde estas no pueden»— y 370 en toda España, de las cuales el 26% se concentran en Cataluña.

Precisamente el gobierno de Barcelona, cuya alcaldesa es Ada Colau, tiene en su agenda un proyecto de moneda social para promocionar el pequeño y mediano comercio local, iniciativa que el Banco de España calificó de «indeseable e imposible» y que la alcaldesa pretende poner en marcha en 2019 en toda la ciudad. Una promesa electoral que intenta emular al Bristol Pound, la moneda local de la ciudad inglesa y un referente en divisas sociales.

LOLITA BELENGUER

lbelenguer@20minutos.es / @lolibelenguer

«Intercambio directo de bienes y servicios, sin mediar la intervención de dinero». Así define trueque la RAE. Una práctica que remonta su origen al neolítico (hace 10.000 años aproximadamente) y que surgió para dar salida a excedentes ganaderos y trajo consigo la acumulación y la riqueza. Paradojas de la vida, la historia se repite y en pleno siglo XXI muchos ciudadanos recuperan esta prácti-

ca para hacer un uso más responsable de los recursos.

Bajo el paraguas de la emergente economía colaborativa a la que cada día se suma más gente (3 de cada 10 españoles según el último Panel de Hogares de la CNMC), han nacido nuevas plataformas que persiguen el mero intercambio de los bienes. Esta forma de hacer negocios representa ya el 1,4% del PIB en España, cifra que según estima un estudio de la Fundación EY podría ascender al 2,9% en 2025. ●

Lee y deja que otros lean

Una comunidad que lee, registra y libera los libros



El *bookcrossing* surgió hace unos 15 años en EE UU y poco después llegó a España. Es una práctica que busca alargar la vida de los libros y «convertir el mundo en una gran biblioteca», explica David Maiz, el becero —como se autodenominan los *bookcrossers*— que gestiona la web y las redes sociales de la plataforma en España. Más conocido en esta comunidad como Ghazghkull, asegura que en España hay unas 150 personas que intercambian libros de forma activa, aunque el número de lectores registrados asciende a los 5.000.

«A quienes nos gusta mucho leer acabamos acumulando gran cantidad de libros en las estanterías. Una alternativa es registrarlos en la red *bookcrossing* y liberarlos en un sitio de paso para que la persona que se lo encuentre continúe la cadena de lectura», indica Maiz.

«Al mes se liberan entre 1.000-1.500 libros», añade, aunque del 80% no vuelven a saber nada. El paradero de un libro puede rastrearse a través de la misma web y mediante el código de identificación generado en el registro.

Esta comunidad de lectores organiza encuentros anuales «para salir del mundo virtual y vernos las caras» o *bookrings*, un intercambio entre personas de confianza con intereses comunes. En ocasiones especiales también realizan «liberaciones masivas, en las que depositamos entre mil y dos mil libros en un mismo punto». En su web hay un listado de las zonas oficiales para dejar y coger libros.

Préstamos de objetos

Entre personas que no quieren acumular en exceso



Lendi nace hace un par de años a través de un grupo de Whatsapp en el que vecinos del barrio de Gràcia de Barcelona se prestaban objetos que necesitaban para un momento concreto. Hoy en día, su web cuenta con unos mil usuarios —la mayoría de Barcelona, aunque también de Reus, Girona y Massanassa (Valencia)— que han realizado otros tantos préstamos y una *app* móvil que ya ha registrado 400 descargas. Javier Velasco es el joven que hay detrás de esta plataforma: «Surgió para dar solución a un problema personal. He vivido en muchas casas de muchas ciudades diferentes y cada vez necesitaba cosas que no quería comprar ni acumular».

El tipo de artículos que se prestan e intercambian «es muy variado y estacional». Este invierno, por ejemplo, «se pide ropa de esquiar, mantas eléctricas, herramientas, disfraces...», detalla Velasco. En todo este tiempo, su co-fundador no tiene constancia de ninguna mala experiencia entre los usuarios. «La gente es buena por naturaleza y Lendi es prueba de ello. Creo que algún día habrá algún caso en el que no se devuelva lo prestado pero lo importante es que sea la excepción».

El objetivo de esta iniciativa es, en palabras de Velasco, «impactar en la forma que tenemos de consumir y relacionarnos con los vecinos, y así medir nuestra felicidad por la calidad de nuestras relaciones humanas, y no por la cantidad de nuestras posesiones».

CONSUMO TECNOLOGÍA

Llévatelo en el bolsillo



JJRC H37 Pink. Este mini dron plegable cabe en el bolsillo. Su autonomía de vuelo es de 7-8 minutos y alcanza una altura de hasta 40 metros. Cuenta con una cámara HD con la que captar *selfis* que crearán tendencia. Incluye autoestabilizador y WiFi FPV. Precio: 34 €. www.jjrc.com

Solo pesa 45 gramos



Eachine E55. Este modelo tampoco necesita un mando radio control porque, igual que el anterior, incluye FPV, es decir, que se puede manejar desde el *smartphone*. Plegado ocupa 6,5x6,5 cm. y desplegado, 16x16cm. Precio: 33€. www.eachine.com

Uno micro fácil de manejar



Cheerson CX-10D. Por su tamaño, es ideal para volar en espacios pequeños o interiores. Ofrece tres velocidades, giros de 360° y control de altura (para mantenerlo en una posición estable en el aire). Es el mini dron ideal para aprender. Precio: 24,90 €. www.rctecnic.com

DRONES DE INICIACIÓN POR MENOS DE 100 EUROS

El mercado de estas aeronaves no tripuladas vive un *boom* tanto a nivel profesional como recreativo

LOLITA BELENGUER

lbelenguer@20minutos.es / @lolitabelenguer

El sector de los drones está experimentando un *boom* tanto a nivel profesional como aficionado desde los últimos años. Prueba de ello son los 2.812 operadores oficiales que figuran en

el registro de la Agencia Estatal de Seguridad Aérea (AESA) al cierre de esta edición, mientras que en 2014, cuando se aprobó la primera ley que regulaba el uso profesional de estas aeronaves en España, sólo contaba con 31. Desde entonces, no han sido pocos los incidentes registrados por un uso inapropiado del espacio aéreo con estos vehículos no tripulados.

El crecimiento de este sector llevó al Gobierno a aprobar el pasado diciembre una modificación de la norma, que ya permite sobrevolar en las inmedia-

Descubre las alturas desde tu móvil

Syma X5HW. Es la versión mejorada del más vendido a nivel mundial Syma X5SW. Es perfecto para iniciarse en los vuelos con cámara FPV que retransmite al móvil porque incluye control de altura y orientación automática. Precio: 99 €. www.rctecnic.com



ciones de los edificios, sobre aglomeraciones de gente y los vuelos nocturnos. La nueva normativa también incluye nuevas medidas relativas al uso recreativo de los drones, dirigidas a salvaguardar la seguridad del espacio aéreo. Solo se necesita licencia de piloto de drones si su uso implica intereses comerciales, pero un vuelo lúdico no exime al usuario de conocer y cumplir las normas.

Y es que estas aeronaves pilotadas por control remoto se

han convertido en el juguete estrella de muchos niños y no tan niños. No ajenas a esto, la mayoría de las marcas cuentan en sus catálogos con modelos asequibles, por menos de 100 euros, perfectos para iniciarse en el pilotaje de drones. Desde modelos plegables que caben en el bolsillo, ideales para sobrevolar en interiores y espacios pequeños, hasta más cercanos a un nivel profesional capaces de capturar imágenes a 50 metros de altura. Casi todos se controlan desde el móvil con aplicaciones disponibles para Android y iOS. ●

Perfecto para aprender



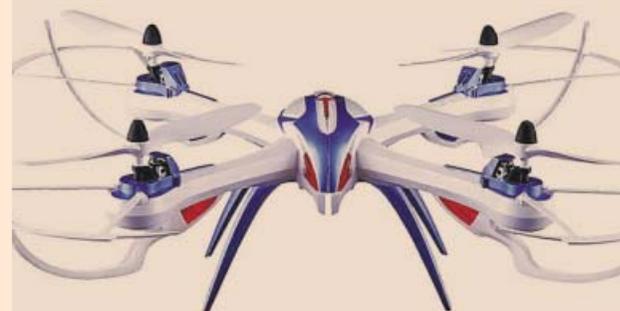
Syma X15W. Es ideal para comenzar a aprender a manejar un dron. Permite acrobacias y giros de 360° con un solo botón. Sus protectores le aportan gran resistencia. Está preparado para despegar y aterrizar de forma automática. A partir de 8 años. Precio: 80 €. www.symatoys.com

9 minutos de vuelo



Hubsan H507A X4 Star Pro. Una de sus funciones más destacables es el vuelo usando *Waypoints*, o sea, el dron se dirige al punto de referencia GPS elegido por el usuario. Ofrece imágenes en tiempo real gracias a su manejo a través de la tecnología FPV. Precio: 60 €. www.hubsan.com

Una 'araña' voladora con GoPro



JJRC H16 Tarántula X6. Este modelo está preparado para transportar cualquier cámara, incluso una profesional. Lleva unos protectores de las hélices que evitarán muchos sustos en las primeras prácticas. Pesa menos de 2 kg. y destaca por su velocidad. Precio: 52 €. www.jjrc.com

CINCO ERRORES MUY COMUNES EN MARKETING 'ONLINE'

Los expertos aconsejan fijar objetivos previos para que el dinero no caiga en saco roto

PND
PND@20minutos.es / @20mMibolsillo

Los expertos en comunicación corporativa coinciden en que este 2018 será un año de evolución para el marketing digital. La inversión ha aumentado respecto años anteriores alcanzando los cinco millones de euros en 2017, creciendo un 19% frente a 2016, según el Barómetro Digital publicado por la Asociación Española de Anunciantes (AEA).

Sin embargo, hay cinco errores que las empresas siguen cometiendo año tras años independientemente del presupuesto destinado para marketing *online*:

1 No tienen estrategia. Todo experto en marketing digital insiste en la importancia de crear una estrategia para alcanzar unos objetivos fijados previamente, sin embargo, es común encontrar empresas que no tienen ni lo primero ni lo segundo. «Tristemente la mayoría de compañías en España, y esta cifra sube si hablamos de las pymes, no cuentan con unos objetivos definidos ni una estrategia en marketing y comunicación. Para que el SEO, el marketing de conteni-

dos, las webs corporativas o las redes sociales funcionen no es suficiente solo con crearlos, hay que trazar una estrategia en base a unos objetivos finales. De lo contrario, no se obtendrán resultados», asegura Raquel Coba, directora de Agenciasdecomunicacion.org.

2 Falta de planificación. El objetivo principal del marketing *online* es crear impacto y para conseguirlo la empresa debe contar con un Plan de Comunicación que organice los aspectos clave de la estrategia y minimice el riesgo. «Lo ideal es contar con un experto en plantilla o con una agencia externa que ayude al desarrollo tanto de la estrategia como de su planificación. El marketing *online* ayuda a las empresas a crecer y generar *engagement*, entre otras muchas cosas», defiende Coba.

3 Ausencia de un líder del proyecto. Para que se cumplan tanto la estrategia como el plan de marketing es necesario que el equipo esté liderado por un experto que dé forma al proyecto, cumpla la estrategia y sepa reaccionar si hay que hacer cambios debido a la respuesta de los receptores. «Tanto el marketing como la comunicación son departamentos 'vivos' dentro de las empresas. Con un entorno digital tan cambiante como el que tenemos, las empresas deben

EL RETO

Eficiencia y rentabilidad para las pymes

Los nuevos modelos de negocio, la cercanía al cliente, la industria 4.0 y el empleado como centro son las nuevas prioridades de las empresas de cara al año 2025 en términos de eficiencia y rentabilidad. Esta es la principal conclusión del estudio elaborado por la consultora Deloitte *El rediseño de la empresa del futuro*, según el cual el 70% de las compañías creará productos donde la personalización será lo más importante.



adaptarse a las necesidades de los consumidores y es común tener que cambiar la estrategia o el plan a medida que se va obteniendo *feedback*», explican desde el portal de agencias.

4 Se aleja de la audiencia. La Era Digital permite la 'conversación' entre empresas y consumidores. «Hemos pasado de que comuniquen solo las empresas a que los consumidores ten-

gan voz y haya que escucharles para optimizar y maximizar los resultados. Analizar el *feedback* y conocer a nuestros clientes es fundamental para que el marketing digital cumpla sus objetivos», aseguran los mismos expertos.

5 Olvidar los objetivos. La voluntad de las empresas les lleva a comenzar aplicando la teoría y definiendo los objetivos, pero es bastante habitual que estos

pronto se olviden y la estrategia pierda el norte. «Definir a quién nos dirigimos, cómo y qué les ofrecemos es clave y debe ser la referencia durante toda la estrategia hasta que se fijen nuevos objetivos, bien porque se hayan alcanzado los anteriores, bien porque se hayan cambiado y se apueste por una actualización», puntualiza la experta en marketing *online* Raquel Coba. ●

El nuevo cliente, más exigente y empoderado

●●● El 86% de los CEOs cree que los clientes tendrán más empoderamiento y serán más exigentes en 2025. Esta es otra de las conclusiones del citado informe realizado por Deloitte, según el cual la distribución omni/multi-canal será el modelo de distribución más eficiente en 2025 para el 91% de los encuestados. En este sentido, nueve de cada diez CEOs cree que la digitalización transformará como mínimo al 20% de la empresa.



20M.ES/MIBOLSILLO
Consulta en nuestra página web esta y otras informaciones publicadas en números anteriores de *Mibolsillo*

Iberia lanza ofertas a las pymes para volar a Europa

La aerolínea Iberia ofrece descuentos de hasta un 15% para los viajes realizados a Europa de las pequeñas y medianas empresas. Esta oferta se enmarca dentro del programa *On Business*, creado especialmente para las pymes. Las empresas que emitan sus billetes a través de esta plataforma de Iberia pueden beneficiarse del descuento para vuelos hasta el 21 de marzo y desde el 10 de abril hasta el 13 de junio.

Las empresas que lo deseen pueden darse de alta en este nuevo sistema desde la pestaña 'Empresas' de la web de la aerolínea para lograr beneficiarse de todas las ventajas del programa. ● PND

20"

Lidl abre dos nuevas tiendas en Barcelona que crearán 50 empleos

La cadena de supermercados alemana Lidl ha invertido 5,6 millones de euros en abrir y remodelar dos tiendas en la provincia de Barcelona y ha creado 50 puestos de trabajo.

Vodafone y Mango se unen para crear probadores digitales

El operador de telecomunicaciones Vodafone está trabajando con la marca de moda Mango en un nuevo proyecto para continuar con el despliegue de probadores digitales en algunas de las tiendas más representativas que la firma tiene alrededor del mundo.

Tres nuevas empresas abandonan Cataluña

Los traslados fuera de Cataluña continúan con las mudanzas de Laboratorios Ordesa, eDreams y la filial española de Icelandic, cuyas sedes sociales abandonan Barcelona para instalarse en otros puntos de España, según consta en el Boletín Oficial del Registro Mercantil (Borme).

Ayudas de Fundación Mapfre para autónomos

Fundación Mapfre ha puesto en marcha la cuarta convocatoria de Ayudas al Empleo, una iniciativa que busca contribuir al desarrollo de las pymes que contraten desempleados. Para solicitarla hay que registrarse en la web fundacionmapfre.org.

Guía para ayudar a las pequeñas y medianas empresas

La Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa (Cepyme) y el Consejo General de Economistas (CGE) han elaborado de forma conjunta la *Guía de buen gobierno para empresas pequeñas y medianas*, un manual práctico que establece unas directrices básicas para que las pymes puedan implantar medidas de buen gobierno que optimicen su desempeño (económico, social y medioambiental), favorezcan las relaciones con sus grupos de interés y aumenten su competitividad.

Entre las recomendaciones generales recalcan «promover un adecuado ambiente de control, elaborar las cuentas anuales de tal forma que presenten la imagen fiel y extender el principio de transparencia a las políticas fiscales».

El informe recoge recomendaciones dirigidas al órgano de administración, a la gestión de riesgos, la responsabilidad social corporativa y la remuneración de sus miembros. Además, incluye un test de 20 preguntas para que las pymes autoe-



LA CIFRA

85%

de las empresas en España están formadas casi en exclusiva por miembros de una familia, pero solo el 1% de ellas llega a la cuarta generación

valúen el grado de implantación de medidas de buen gobierno en su entorno.

Durante su presentación, el director de Política Económica del Ministerio de Economía, Rodrigo Madrazo, destacó que «la buena gobernanza contribuye a la generación de valor en las empresas, a la eficiencia económica y al refuerzo de la confianza de los inversores». El presidente del CGE, Valentín Pich (foto), afirmó que «la aplicación de estas normas no es una cuestión solo de empresas cotizadas». ●

MAJESTUOSIDAD Y ROMANTICISMO EN EL VALLE DEL LOIRA

EN FOTOS

Castillos de cuentos



Chenonceau, el castillo más visitado de Francia después de Versalles

El castillo de Chenonceau cumplió 500 años en 2013. Propiedad de la Corona, el castillo de Chenonceau es un sitio excepcional que goza de un original diseño sobre el Cher. Conocido como el castillo de las Damas, es después de Versalles, el castillo francés más visitado.



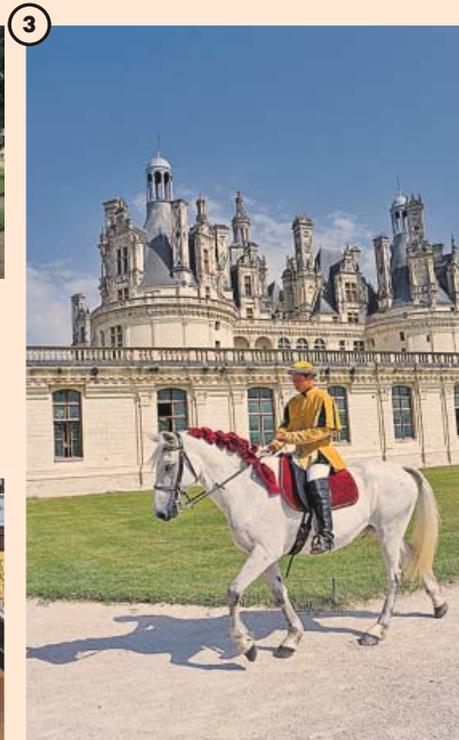
El hogar del capitán Haddock y Tintín

El castillo de Cheverny sirvió de inspiración a Hergé para crear Moulinsart, la mansión del capitán Haddock. El castillo acoge una exposición dedicada a Haddock y Tintín.



Mobiliario refinado en Cheverny

Los árboles de Navidad, el mobiliario de siglos pasados y las figuras de Lego conviven este año en el castillo de Cheverny.



Chambord, el castillo más vasto

Es el castillo más vasto de los castillos del Renacimiento francés. A través de este majestuoso coloso de piedra, podrás impregnarte de todo el arte de vivir de Francisco I.

La región cuenta con unos 300 castillos visitables. Chenonceau o Azay-le-Rideau son visita ineludible

PACO COLOMINA

PND@20minutos.es / @SegarraPablo

El río Loira, con sus 1.012 kilómetros de longitud, da nombre a la región francesa con más castillos. La región Centro-Valle del Loira cuenta con alrededor de un millar de este tipo de construcciones (algunos en ruinas, otros transformados en hotel, residencia privada...). De todos estos, aproximadamente 300 se pueden visitar hoy en día. En este sentido, Chambord, Cheverny, Chenonceau y Azay-le-Rideau, cada uno con sus particularidades, son ejemplos casi ineludibles (www.valleloira-francia.es).

Desde París, a unas dos horas al sur y atravesando los vastos campos de cereales de la Beauce, se llega a Orleans, capital de la región Centro-Valle del Loira. Juana de Arco, quien liberó la ciudad del dominio inglés el 29 de abril de 1429, está presente por todas partes. Una estatua ecuestre de la heroína preside la plaza central. Al sur del núcleo urbano queda el bosque de Sologne, de 540.000 hectáreas. Una noche a la orilla del río Loira, cenando en el Restaurante Au Bord de la Loire y durmiendo en el Hotel Empreinte, puede convertirse en el inicio ideal para un recorrido por distintos castillos.

LA MAJESTUOSIDAD DE CHAMBORD

Partiendo de Orleans y siguiendo una ruta de 50 kilómetros entre pequeños pueblos y plantaciones de frutales se llega a Chambord. Su majestuosidad queda patente en un dato: de titularidad pública, es el parque más grande de Europa e incluye, en sus 5440 hectáreas, un castillo, un pueblo con 120 habitantes y un inmenso bosque.

Es tal su magnitud que, en la superficie total de este parque, cabe la ciudad París. El castillo de Chambord, cuya construcción fue iniciada por Francisco I en el siglo XVI, es una muestra perfecta de la transición entre la arquitectura medieval francesa y la renacentista italiana. Muestra de sus dimensiones es que la fachada del mismo mide 150 metros de largo. El recinto cuenta en su interior con un total de 282 chimeneas y la sa-

lamandra, símbolo del rey Francisco I, se encuentra esculpida en 3.500 ocasiones.

Por otra parte, uno de sus principales atractivos, si no el principal, es la doble escalera de caracol diseñada por Leonardo Da Vinci, quien murió cerca de aquí, en Amboise. Las dos rampas superpuestas y enlazadas alrededor de un núcleo central hueco permiten que dos personas se puedan ver, pero no se encuentren, a lo largo de su recorrido. Hace siglos, había quien hacía hasta seis días de recorrido desde París, solo para verla.

CHEVERNY, UN CASTILLO PARA TODOS LOS PÚBLICOS

A tan sólo 19 kilómetros de Chambord se encuentra el castillo de Cheverny. Propiedad de la misma familia desde hace más de seis siglos, actualmente, los Hurault todavía viven en su ala derecha. Entre sus particularidades, en su exterior se encuentra su perrera con más de 100 canes franceses tricolores, los cuales participan de septiembre a marzo en monterías tradicionales.

También en el exterior del castillo se ubica una exposición permanente dedicada al personaje que ha permitido, quizás, su mayor popularización. Este no es otro que Tintín. El dibujante belga Hergé visitó Cheverny en los años 50 y en esta construcción se inspiró para crear Moulinsart, el castillo en el cual el célebre personaje de cómic vive algunas de sus aventuras junto a su inseparable Milú. Ya en el interior, no podemos pasar por alto la pintura de 34 antiguos paneles de madera, los cuales ilustran algunas de las aventuras de Don Quijote de La Mancha, personaje de moda en la época, en el siglo XVII.

Castillos y otras opciones

●●● Además de Chambord, Cheverny y Chenonceau, existen otras opciones como La Ferté-Saint-Aubin, un castillo privado conocido por sus madalenas, o Chignon, cuya fortaleza contó entre sus propietarios con Ricardo Corazón de León. Si lo que uno quiere hacer es relajarse, existen opciones como las que propone www.odyssee-valdeloire.com, con excursiones de medio día o un día, que incluyen descuentos en las entradas a los castillos.



20M.ES/VIAJES

Puedes leer más escapadas, nacionales e internacionales, en la sección de viajes de nuestra web

Pero si por algo destaca Cheverny es por sus muebles. De hecho, se trata del castillo de Francia con más mobiliario original de los siglos XVII y XVIII en perfecto estado de conservación. También en perfecto estado de conservación se encuentran las armaduras de los siglos XV, XVI, XVII que, entre otros objetos, se pueden ver en su sala de armas.

A todo ello, hasta el próximo mes de junio se le unen diferentes figuras de Lego protagonistas de fábulas de Jean de la Fontaine. Si tras esta visita se quiere descansar, a tan sólo 15 minutos, en Contres, es posible hacer noche en una casa señorial, Le Manoir de Contres.

ROMANTICISMO EN

CHENONCEAU Y AZAY-LE-RIDEAU

Siguiendo hacia el suroeste, a aproximadamente una hora de Cheverny se encuentra el castillo de Chenonceau, conocido también como el Castillo de las Damas, debido a la importancia que tuvieron seis mujeres (Diana de Poitiers, Catalina de Médicis, Luisa de Lorena, Louise Dupin, Marguerite Pelouze y Simone Menier) a lo largo de su historia.

Levantado sobre las aguas del Cher, afluyente del río Loira, la imagen exterior de esta construcción, en la actualidad de titularidad privada, rezuma romanticismo. Y hay que añadir que su interior no le va a la zaga. De hecho, su pequeña capilla ha sido el escenario de más de una pedida de mano. Eso sí, si algo contribuye a que el castillo de Chenonceau reciba un millón de visitas al año, son sus arreglos florales. Jean-François Boucher, diseñador floral del castillo, ha sido reconocido como Maestro Artesano de Francia. Junto con su equipo, trabaja duro durante todo el año para sorprender a los visitantes con sus creaciones dispuestas en cada uno de los rincones del castillo.

Mientras, a poco más de una hora de Chenonceau, se encuentra el Castillo de Azay-le-Rideau. Tras una restauración de cuatro años en la que se han invertido 45 millones de euros, esta joya arquitectónica del siglo XVI, junto a su parque a la inglesa del siglo XIX, el cual es espacio reconocido como Red Natura 2000, supone el marco ideal para el enamoramiento. Especial contribución a ello realiza el reflejo romántico del castillo en el agua, gracias al añadido del agua que lo rodea también en el siglo XIX.

DATOS ÚTILES

Llegar En avión hasta París. Hay vuelos desde Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla, Málaga... Una vez en París se puede ir en tren hasta Orleans o Tours, alquilar un coche en el aeropuerto o ir en autobús (con visita guiada o por libre).

CONSUMO ALIMENTACIÓN

EN FOTOS

Batalla por las ventas, sobre todo de atún, entre las conserveras españolas



Frinsa

Principal empresa conservera de España por facturación, fue fundada en 1961 en Ribeira, La Coruña (Galicia). Tienen conservas casi de todo: almejas, atún, berberechos, bonito, mejillones, navajas, pulpo...



Rianxeira

El atún claro en aceite de oliva es uno de los productos estrella de la empresa creada en 1958 por Jesús Alonso. La sede de Rianxeira, segunda empresa por facturación, está en Boiro, La Coruña (Galicia).



Albo

Conservas Albo fue fundada en 1869 en Santoña (Cantabria). Nació produciendo anchoas. También preparan conservas de bonito, atún, sardinas, calamares, chipirones, caballa, mejillones, pulpo o bacalo.



Calvo

75 años dando la lata, es el lema del grupo Calvo, que nació como tienda de ultramarinos en 1940 en Carballo, La Coruña (Galicia). Es el 4º grupo en facturación.



Aliada

La marca blanca de El Corte Inglés se caracteriza por competir en calidad en conservas de pescado con las principales marcas especializadas, según la OCU.



Dani

Conservas Dani (1946.) produce de todo en conservas marinas: almejas, atún, bacalo, berberechos, bonito, calamares, gambas, mejillones, navajas, pulpo, sardinillas...

Calvo y Albo, los mejores en atún

●●● La Organización de Consumidores y Usuarios (OCU) presentó un estudio en 2017 en el que analizó los 30 principales atunes de conserva que se comercializan en España. Los mejores del estudio fueron el atún de aceite de girasol de Calvo (con 82 puntos), seguido del atún claro de aceite de oliva de Albo (81 puntos). En tercer lugar se situó el atún claro de Aliada (79 puntos). En última posición quedó el atún de aceite vegetal de Isabel (70 puntos).

que encabezan Italia, Francia, Portugal, Reino Unido y Alemania. No obstante, el sector crece también en otros continentes con clientes como Estados Unidos, Chile o Cuba en América, Japón y China en Asia, o Marruecos y Argelia en África, donde las latas de atún y mariscos españolas son muy apreciadas.

Por índice de facturación, según los datos financieros de D&B S.A.U. (S.M.E.), el líder español entre los fabricantes de conservas de pescado es el grupo Frinsa del Noroeste, que comercializa las marcas Frinsa y Ribeira. A cierre de 2016 tuvo un volumen de facturación de 383 millones de euros.

El segundo grupo conservero fue Jealsa Rianxeira (355 millones de euros a cierre de 2016), que arrebató el segundo lugar a Escuris -también propiedad de Rianxeira- (325 millones de euros).

En cuarto lugar se situó Conservas Selectas de Galicia, propietarios de la marca Isabel (con 196 millones de euros de facturación). Estas 4 primeras empresas son todas gallegas. En quinta posición en cuanto a volumen de facturación quedó el grupo vasco Salica Industria Alimentaria, propietarios de las marcas Campos y Bachi.

LAS LATAS DE ATÚN ESPAÑOLAS CAUSAN FUROR EN EUROPA

La producción española de túnidos representa el 70% del total comunitario. Italia y Francia, los que más importan

PABLO SEGARRA
psegarra@20minutos.es / @SegarraPablo

España, con Galicia a la cabeza, es el primer país exportador de conservas de pescados y mariscos de la Unión Europea. Así lo asegura a *MiBolsillo* Juan Manuel Vietes, secretario general de Anfac-CECOPESCA (la patronal española de conservas

de pescados), quien agrega que «España está en el top de los cinco primeros exportadores a nivel mundial».

El principal producto que se exporta son las latas de atún, que «representan casi el 70% del total comunitario».

Pero España no es sólo una potencia en exportación de latas de atún. También es un referente mundial en conservas de cefalópodos (pulpos y calamares), mejillones, sardinas, caballas o anchoas. Según destaca el secretario general de Anfac, «España exportó 108.175 toneladas con un valor de casi 547 millones de eu-

ros durante los primeros once meses de 2017».

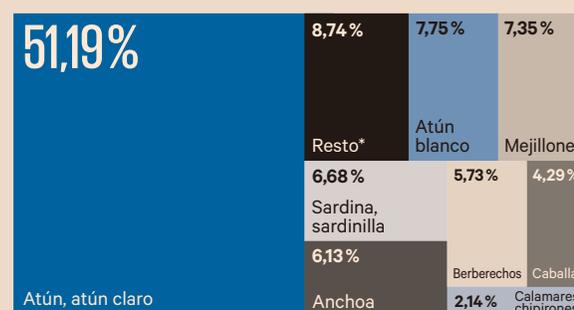
SECTOR AL ALZA

CRECIMIENTO DE UN 9,1%. Estos datos supusieron un incremento, con respecto al mismo periodo del año 2016, de un 9,1% en volumen y un 17,9% en valor, lo que evidencia el buen momento que atraviesa el sector.

Respecto al destino de las exportaciones, el sector español de conservas de pescados y mariscos vende sus productos a más de 115 países de todo el mundo. El principal mercado es el de la Unión Europea,

LA CLAVE

Producción española de conservas y semiconservas de pescados y mariscos (2016)



Fuente: ANFACO-CECOPESCA. *Almejas, atún con vegetales, navajas, pulpo, zamburriñas, huevas...

BAJOSENSAL

INNOVACIÓN PARA CRECER.

Para seguir liderando el sector en Europa y para seguir creciendo en producción, desde Anfac destacan la «introducción de innovaciones relevantes en el desarrollo de nuevos productos más saludables» que están reclamando cada vez más consumidores. Al respecto, apuntan a «productos bajos en sal, ricos en proteínas o fibra, o enfocados a determinados sectores específicos de la población, como pueden ser la tercera edad, el consumidor infantil o los deportistas». ●

INVERSIÓN Y AHORRO



CÓMO AFECTA LA SUBIDA DEL EURO A TU BOLSILLO

La escalada de la divisa europea sobre el dólar atañe al precio de la gasolina, los viajes, las compras y la inversión

BEATRIZ P. GALDÓN
PND@20minutos.es / @20mMibolsillo

El euro lleva tiempo dando titulares debido a que mantiene una revalorización permanente frente al dólar. Desde finales de 2016 la paridad ha pasado de 1,06 a 1,24, lo que supone una revalorización del 17% que ha llevado la cotización al nivel más alto en tres años.

Evidentemente, detrás de esta escalada hay razones; la principal es la recuperación económica en Europa. La estabilización política, tras la celebración de elecciones en diferentes países con un resultado óptimo -el último ha sido el acuerdo de coalición para formar Gobierno en Alemania- es otro de los facto-

res que más ha influido. Igualmente, la posición de Trump hacia varios aspectos de la economía, la inquietud por algunas reformas planteadas y la inestabilidad en algunos sectores han debilitado el dólar frente a la mayoría de las divisas mundiales, entre ellas la europea.

Hay más argumentos que aunque están por llegar ya están dando alas al euro. El cambio de política del Banco Central Europeo (BCE) está próximo, previsiblemente para finales de este mismo año, momento en el que empezarán a subir los tipos de interés y retirará la ayuda que ha mantenido desde el inicio de la crisis a los mercados.



17%

ha subido el euro frente al dólar desde finales de 2016. Cotiza en máximos de tres años

Esta realidad no atañe únicamente a expertos o economistas. La subida del euro tiene consecuencias para la actividad del país, las finanzas, la inversión y los consumidores. La situación que se da en la economía es como la

Acto de despedida de la peseta en la Plaza Mayor de Madrid en febrero de 2002, un mes después de que el euro entrara en vigor. ARCHIVO

pescadilla que se muerde la cola. Los expertos de ING lo resumen así: «Una de las consecuencias más evidentes está en las exportaciones. Cuando el euro sube, los productos de la región resultan más caros para los mercados que los compran, lo que irremediablemente disminuye las ventas de lo que exportamos. Esto a su vez tiene un impacto directo en la economía de la región. A precios más caros, menores ventas y, a menores ventas, menos crecimiento».

Pero las importaciones (lo que se adquiere fuera de nuestro mercado) se abaratan y, por tanto, se hacen más atractivas, presionando la inflación a la baja. «Un euro más fuerte podría echar por tierra los esfuerzos que el Banco Central Europeo está haciendo para que la economía se recupere», dicen en ING.

Y en este sentido, SelfBank comenta que «el efecto más inmediato para los consumidores es que los productos estadounidenses, británicos o japoneses, entre otros, son más baratos».

Por otro lado están las materias primas. «Hay otra repercusión positiva, y es que los costes de transporte se pueden abaratar al comprarse el petróleo en dólares (lo mismo sucede con otras materias primas, como el oro)», añaden desde SelfBank. No obstante, la apreciación de la bajada del carburante no se produce en la misma proporción que la caída del dólar, ya que el precio está constituido en mayor dimensión por los impuestos.

Los viajes son una actividad afectada más. Para los españoles, y los europeos, será más asequible ir a países como Estados Unidos, Reino Unido o Japón gracias al cambio favorable de la moneda. Sin embargo, para los británicos, que es el grueso del turismo que recibe nuestro país resultará más caro.

Y si viajar puede resultar atractivo, ir de compras por

estos países o hacerlas a través del comercio *online* puede ser igualmente ventajoso. Desde SelfBank recomiendan «plantearse los tipos de cambio. Es útil sobre todo en países dentro de la UE (de momento), en particular Reino Unido. Puedes comprar en *amazon.uk* y quizás te salga mejor que en Amazon España, pese a asumir unos gastos de envío más elevados», aseguran.

Desde el punto de vista de un inversor, las oportunidades son dispares. Existen productos en los que se pueden apostar directamente por la subida del euro y la caída del dólar, o viceversa, pensando que la situación se revertirá.

Igualmente, invertir en valores de la Bolsa de Estados Unidos resulta ahora más barato, pero en la rentabilidad obtenida siempre tendremos que aplicar el tipo de cambio.

El atractivo no es igual para el mercado español, ya que en el caso del Ibex 35 los ingresos de la mayoría de las cotizadas se producen en dólares; por tanto la facturación decrece y el potencial de la Bolsa merma.

Quienes tengan depósitos bancarios en divisas como el dólar pueden ver afectada igualmente su rentabilidad. Y lo mismo ocurre en otros productos invertidos en moneda diferente al euro.

Sobre la tendencia futura del euro, en este momento no hay consenso entre los analistas.

Criptomonedas, entre la ficción y la realidad

●●● Las criptomonedas están a medio camino entre la ficción y la realidad, porque son virtuales (no existen físicamente) pero su presencia es real, de tal forma que están en el punto de mira de las autoridades. Alemania acaba de proponer que la regulación sea un tema a tratar en la próxima cumbre del G20 en noviembre. En España, la CNMV está reflexionando al respecto.

CRONOLOGÍA

Una trayectoria de 16 años con altas dosis de volatilidad

1 de enero de 2002

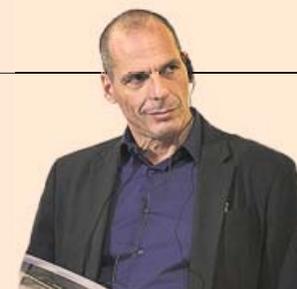
Adiós a la peseta. El euro entra a formar parte de la economía y la sociedad española, al igual que en otros 11 países miembros de la Unión Europea. El primer cambio se estableció en 0,9038 dólares.

7 de mayo de 2008

Máximo histórico. La divisa toca los 1,60 dólares antes de que la crisis obligara a todos los Gobiernos a actuar para reforzar las instituciones financieras y las economías. Cinco meses después el euro caía el 20%.

28 de junio de 2015

Amenaza del Grexit. A la debilidad de la economía europea se suma la posible salida de Grecia del euro (Grexit). La divisa baja a 1,10 tras la ruptura de las negociaciones entre Gobierno heleno y acreedores.



26 de octubre de 2017

Menos apoyo del BCE. El Banco Central Europeo (BCE) anuncia que reducirá a la mitad la compra de activos en los mercados a partir de 2018. En esa jornada la paridad del euro sobre el dólar es de 1,16.

FISCALIDAD

UNA 'APP' PARA HACER LA RENTA... CON LIMITACIONES

Solo permitirá confirmar el borrador. Si se necesita hacer cambios, habrá que recurrir a las vías habituales

PND
pnd@20minutos.es / @20mMiBosillo

La nueva *app* que la Agencia Tributaria ha presentado para aprovechar el potencial de los *smartphones* y así intentar vaciar sus oficinas y adelantar el trámite que cada año obliga a los cerca de 20 millones de contribuyentes a dar cuentas al fisco solo permitirá, por el momento, confirmar el borrador facilitado por Hacienda. En caso de necesitar aportar modificaciones, habrá que recurrir a otras vías como Renta Web, la cita telefónica o presencial en sus oficinas.

Si el año pasado dijimos adiós al programa PADRE, esta campaña diremos adiós también al envío del borrador por correo postal y a los SMS con el número de referencia para realizar la declaración. Pero estrenamos aplicación móvil y un nuevo

servicio de refuerzo de la atención telefónica que han bautizado como *Le Llamamos*.

La nueva *app* estará disponible para descargarse en móviles Android y iOS a partir del 15 de marzo, fecha desde la que también se podrá solicitar el número de referencia y estarán disponibles tanto en la *app* como en la web los datos fiscales. Si bien la campaña mantiene en esencia las fechas de ejercicios anteriores, iniciándose el 4 de abril y finalizando el 2 de julio.

Hacienda calcula que 4,8 millones de contribuyentes se beneficiarán de la nueva *app*, que permitirá «una nueva forma de relación con los contribuyentes, facilitándole la presentación de las declaraciones más sencillas y la comunicación de mensajes personalizados (número de referencia, estado de tramitación de la declaración, etc.), así como la presentación de las declaraciones sin necesidad de acceder a un ordenador», señalaron durante la presentación de estas novedades.

Sin embargo, estas declaraciones en un solo clic solo serán posibles siempre y cuando



20M.ES/RENTA

Lea en el especial de la campaña de la renta de **20minutos.es** todas las noticias referentes a la declaración

el contribuyente se limite a confirmar el borrador.

El número de contribuyentes que presentan su declaración por internet ha pasado del 49% en 2010 al 88% en 2017. La Agencia Tributaria asegura que en

la pasada campaña de los ciudadanos que acudieron a las oficinas para que se les ayudara a confeccionar sus declaraciones, un total de 860.000 contribuyentes presentaron sus declaraciones conforme a los cálculos elaborados por Renta Web, sin introducir ningún cambio ni aportar ninguna información adicional al borrador inicial. Además, un total de 114.000 personas no se presentaron a la cita concertada ni la cancelaron.

Adiós a los SMS con el número de referencia

●●● Otra de las novedades de este año afecta a la forma de obtener el número de referencia, que ya no se enviará mediante mensaje de texto al móvil, sino que se podrá consultar directamente en la pantalla del ordenador a través de Renta Web o quedará almacenado en la aplicación del móvil. La *cl@ve pin* también se podrá conseguir a través de la web y de la *app* móvil.

Este año no se realizará el envío de los borradores porque «su uso registra un constante descenso: en la campaña pasada se enviaron sólo un 5% de los enviados en 2010 y de los 625.710 borradores enviados en 2017, sólo se presentaron 727 declaraciones», justifican desde la Agencia Tributaria.

La nueva *app* permitirá asimismo gestionar las declaraciones del propio contribuyente y la de hasta 19 allegados y familiares más. Es decir, un total de 20 NIF diferentes por *app*.

El servicio de la nueva vía de asistencia telefónica *Le Llamamos* se abrirá este año desde el primer día de campaña, un mes antes que el año anterior y podrán acceder al mismo los destinatarios del primer envío de cartas y cualquier otro contribuyente con perfil de asistencia telefónica. Este tipo de ayuda se puede solicitar a través de la web y por teléfono (901.22.33.44 / 91.553.00.71) y pretenden sustituir muchas citas presenciales, que la Agencia Tributaria quiere centrar en la realización de declaraciones especialmente complejas únicamente. ●

El Tribunal de Cuentas quiere más control del beneficio fiscal

El presidente del Tribunal de Cuentas, Ramón Álvarez de Miranda, ha denunciado en el Congreso que el sistema de control de los beneficios fiscales «hoy por hoy es deficiente y tiene que mejorarse». De Miranda ha asegurado que echa en falta la definición y cuantificación de estas desgravaciones y ha criticado la ausencia de estimaciones. El presidente ha pedido que «se acomoden a lo que se ha establecido en la ley».

Además, De Miranda ha manifestado que se necesita una «mayor dotación de unidades administrativas» para revisar y comprobar el beneficio al que se acoge cada contribuyente. ● PND

20"

Un informe constata que el diseño del impuesto de patrimonio permite eludirlo

El Instituto de Economía de Barcelona (IEB) ha publicado un informe denominado «¿Debe existir un impuesto sobre el patrimonio?», en el que constata que el diseño actual del tributo facilita la creación de mecanismos de elusión de la tasa por parte de los contribuyentes.

El Supremo no devolverá el 'céntimo sanitario' a las gasolineras

El Tribunal Supremo no va a devolver a las gasolineras las cantidades que pagaron como sujetos pasivos por el impuesto de hidrocarburos denominado 'céntimo sanitario'. Este gravamen había sido declarado contrario al derecho por el Tribunal Superior de Justicia de la Unión Europea en el año 2014.

LA FRASE

«No se puede desde un país gravar a las grandes tecnológicas, es necesario hacerlo en un consorcio más amplio»



CRISTÓBAL MONTORO
Ministro de Hacienda

CALENDARIO DE LA RENTA

Anota estas fechas en tu agenda

Marzo

L	M	X	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

Miércoles 15 de marzo. Se inician los envíos de cartas con invitaciones de servicio *Le Llamamos*. Ya se podrá descargar la *app* móvil en Android y iOS, acceder a los datos fiscales y solicitar el número de referencia.

Abril

L	M	X	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

Martes 3. Inicio del plazo para solicitar cita telefónica previa para utilizar el nuevo servicio *Le Llamamos*.
Miércoles 4. Comienza la campaña: ya se podrá presentar vía *app*, por internet con Renta Web o por teléfono.

Mayo

L	M	X	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

Martes 8. Arranca el plazo para pedir cita previa en las oficinas de la Agencia Tributaria.
Jueves 10. Primer día de atención presencial para los contribuyentes que necesiten la ayuda y el consejo de los trabajadores de Hacienda.

Junio

L	M	X	J	V	S	D
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

Miércoles 27. Fecha límite para solicitar la domiciliación del resultado de la declaración.
Viernes 29. Último día para solicitar la cita previa para los ciudadanos que precisen atención telefónica o presencial en las oficinas de Hacienda.

Julio

L	M	X	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Lunes 2. Termina la campaña de la declaración de la renta 2017.

En grupo siempre se paga menos; agrupando seguros también



BBVA Plan EstarSeguro

Agrupar el pago de tus seguros BBVA y fraccionarlo sin coste en 12 meses. Cuantos más agrupes, más ahorras.

Coche • Hogar • Salud • Vida



Agrupar



Fracciona



Ahorra

Infórmate en nuestras oficinas, en la app de BBVA o bbva.es



BBVA



FORRESTER

Creando Oportunidades

Por ejemplo, si tienes un seguro de vida y otro de hogar contratados con nosotros y los agrupas en un BBVA Plan EstarSeguro, te ahorrarás un 5%. Si a estos 2 seguros les añades el de coche, ahorrarás un 7%. Si agrupases 5 seguros, tu ahorro sería del 10%. Y así proporcionalmente hasta un máximo ahorro del 15% por agrupar 10 o más seguros. Para disfrutar de BBVA Plan EstarSeguro hay que contratar la Tarjeta BBVA Plan EstarSeguro. Sin intereses, comisiones ni costes adicionales. Sujeta a aprobación de BBVA. Puedes ampliar esta información aquí o en bbva.es. Aseguradora Seguro Hogar y Seguro Vida: BBVASEGUROS, S.A., de Seguros y Reaseguros, inscrita en el Reg. de la DGSFP con la clave C-502. Aseguradoras Seguro Salud: coasegurado al 50% entre BBVASEGUROS, S.A., de Seguros y Reaseguros y SANITAS S.A. de Seguros, inscrita en el Reg. de la DGSFP con la clave C-320. Aseguradoras Seguro Coche: coasegurado al 50% entre BBVASEGUROS, S.A., de Seguros y Reaseguros y 50% por LIBERTY Seguros S.A., inscrita en el Reg. de la DGSFP con la clave C-0467. Mediador: BBVA MEDIACIÓN, OPERADOR DE BANCA-SEGUROS VINCULADO, S.A. inscrita en el Reg. Admtivo. Especial de Mediadores de Seguros de la DGSFP con la clave OV-0060. Concertado Seguro de Responsabilidad Civil y con capacidad financiera.

