

## BANCA CONSUMO

# Más de 89.000 millones de deuda por tarjetas de crédito

El saldo medio de las compras a plazos se ha cuadruplicado en siete años || Adicae denuncia que la banca sube los intereses

EFE

[MADRID] La crisis ha propiciado que los españoles recurran con más asiduidad a las tarjetas de crédito, medio de pago que, en siete años, casi ha multiplicado por cuatro los saldos pendientes al pasar de 26.000 millones de euros de 2005 a 89.100 millones al cierre de 2012. Así lo explicó ayer el director de Comunicación de Adicae, Fernando Herrero, quien también informó de que en lo que va de año se calcula que el saldo vivo de crédito de estas tarjetas podría haber subido otros 400 millones.

Para Herrero, es especialmente grave que la respuesta de los bancos a este aumento del crédito haya sido la aplicación de un tipo de interés medio del 19,3% frente al promedio del 16,5% que se sigue en toda la Eurozona. Estos datos están recogidos en el estudio "Los consumidores y los costes asociados a las tarjetas de crédito y débito", elaborado por Adicae y que pretende "arrojar algo de luz sobre la situación de los consumidores ante las tarjetas de pago y poner en valor sus intereses y derechos". En opinión de Herrero, la crisis ha obligado a la gente "a tirar" de la tarjeta de crédito por falta de disposición de otros tipos de crédito y por la necesidad de aplazar pagos.



Transeúntes paseando por el Eix Comercial de Lleida.

## Adicae pide regular las tasas y sus efectos ante su elevado aumento

■ El estudio de Adicae señala que la comisión media por mantenimiento de tarjetas de crédito ha aumentado un 76% entre 2005 y 2012, mientras que en el caso de las tarjetas de débito ha crecido, en el mismo periodo, hasta un 98%. Además, los bancos han incrementado hasta un 88% la comisión por disposición de efectivo a débito en la propia red. En el caso de la cuota

anual de débito, los 20,25 euros que se cobraban de media en 2012 ya duplicaban los 10,21 euros de 2005, mientras que las cuotas de las tarjetas de crédito en el mismo periodo han pasado de 21,35 euros de promedio a 37,71. Adicae señala que su "preocupación" son las consecuencias "perjudiciales" para los consumidores, por lo que pide regular las tasas y sus efectos.

## HACIENDA

## Altos patrimonios y grandes empresas, tras el 71% del fraude

[MADRID] El presidente de los Técnicos de Hacienda (Gestha), Carlos Cruzado, advierte ayer de la urgencia de desterrar una creencia común "errónea" que sitúa el grueso del fraude fiscal en el pequeño autónomo y en las pymes puesto que el 71% "es atribuible" a patrimonios altos y grandes empresas.

El engaño varía, según de quien se trate, dado que en el caso del trabajador por cuenta propia, lo normal es que se evite facturar algunos servicios, mientras que en las pequeñas compañías, con relativa frecuencia se incluyen gastos personales como de trabajo. Mientras, en las de mayor tamaño ya se estaría hablando de entramados societarios.

## LABORAL

## "Tarifa plana" para los nuevos autónomos de más de 30 años

[MADRID] El ministerio de Empleo extenderá la tarifa plana de 50 euros para nuevos autónomos a los mayores de 30 años en la tramitación de la ley de apoyo al emprendedor y su internacionalización. La medida, adelantada ayer por el diario ABC, solo se aplicaba hasta ahora a los jóvenes menores de 30 años. Ahora se suprimirá este tope y se fijará una cuota para autónomos de 50 euros durante los primeros seis meses de actividad y de 125 euros en el semestre siguiente. La cuota normal es de 250 euros al mes, por lo que esto "supone un ahorro de unos 2.000 euros al año", según dijo Lorenzo Amor, presidente de la Federación de Autónomos ATA.

## BANCA

## La circulación de billetes falsos aumenta un 26% hasta junio

[FRANCFORT] El BCE informó el viernes de que en el primer semestre de 2013 se retiraron de la circulación 317.000 billetes en euros falsificados, un 26,3% más que el mismo semestre del año anterior y un 13,2% más que en el semestre anterior. El BCE dijo que "las denominaciones de 20 euros y 50 euros siguen siendo las más falsificadas". En el primer semestre del año bajaron las falsificaciones de 20 euros pero subieron las de 50 euros, que representan un 38 y un 44,1% respectivamente de los billetes falsificados. Las dos denominaciones más falsificadas representaron conjuntamente el 82,1% del total en el primer semestre de 2013.

## LIDERATGE

MANUEL MIGUEL HERNÁNDEZ\*



## Reinventarnos

El cambio, en nuestros días, es mucho más rápido que en épocas pasadas. Hace 200 años, el abuelo, el hijo y el nieto tenían trabajos similares o iguales. Había poco o ningún cambio tecnológico y el valor de la experiencia era fundamental. La experiencia y las habilidades se transmitían de generación en generación.

Hoy en día no es así. Los cambios no se producen de una generación a otra, sino en periodos cortos de 3 a 5 años, o incluso menos, en algunos sectores. El valor en alza en 2013 no es la experiencia y las habilidades en hacer lo que se venía haciendo hasta ahora, sino el reinventarse, aprender a hacer nuevas cosas y aventurarse con seguridad en el terreno desconocido del cambio.

¡No podemos permanecer en nuestra zona de confort!, diciéndonos a nosotros mismos que ya volverán los "viejos tiempos" mejores. Si hay algo claro en este tiempo es que el verbo "volver a" se va a conjugar muy poco. El cambio es irreversible y un avance en una nueva dirección. Los que quieren tener al cambio como aliado y vean en él las oportunidades que todo cambio conlleva, saben que no les sirve de nada "volver la vista atrás", sino es para restarles concentración, *focusing*, en aquello que realmente les conviene hacer.

¡Es la hora de empezar a utilizar capacidades que aún no habíamos comprobado que teníamos!

Para ello, usaremos herramientas adecuadas a la nueva situación:

Aprender a visionarse uno mismo como exitoso en el nuevo entorno con la PNL estratégica.

Generar pasión en lo que hacemos, que contagie a nuestros clientes externos e internos, amigos, prescriptores...

Establecer relaciones personales valiosas "antes de" estar en transición profesional.

Concentrarnos en conocer las necesidades actuales y futuras de las empresas (centrarse en el cliente), más que centrarnos en elabo-

rar/explicar nuestro CV (centrarse en nosotros mismos).

Utilizar la marca personal, el marketing y la comercialización de nosotros mismos. Para los demás somos un producto que pueden decidir comprar o no comprar. Si no sabemos vendernos a nosotros mismos, no hacemos nada de forma proactiva y no utilizamos herramientas similares a las que usan las empresas para vender sus productos o servicios, el éxito se lo llevarán los que sí lo hagan. De nada servirá la calidad de nuestro CV si no lo acompañamos del necesario *knowhow* comercializador.

Ofertar valor añadido a las empresas: nuevos mercados, nuevos clientes, nuevos canales... La empresa quiere "comprar" la oferta completa que le presentamos visionando nuestro presente y nuestro futuro con ella. No le interesa para nada nuestra "historia pasada" personal en puestos o empresas (lo que se ponía en los CV tradicionales), que, en muchos casos, corresponde a empresas que, en el presente, ya no existen o a puestos de trabajo obsoletos.

Planificar mi carrera profesional de forma constante, buscando las oportunidades que se presenten en mi mercado, en mi entorno...

Usar la proactividad en vez de actuar reactivamente.

Usar la candidatura espontánea para encontrar trabajo, presentándose a empresas que aún no han formalizado su necesidad de un puesto de trabajo.

Muchas empresas, sobre todo Pymes, recibirán con gusto una oferta de un candidato/a que se ofrezca para llevar adelante nuevos proyectos de expansión, de reducción de costes, de mejora tecnológica...

Resumiendo. O te adaptas a los cambios y te haces más fuerte, reinventándote personal y profesionalmente, o los cambios te devorarán.

Acabo diciendo que estoy totalmente de acuerdo con Mark Zuckerberg, fundador de Facebook, cuando afirma: "El mayor riesgo es no correr ningún riesgo".

(\* MANUEL MIGUEL HERNÁNDEZ PUJADAS ES CONSULTOR Y FORMADOR DE NCH&PARTNERS. MBA POR ESADE. EXPERTO EN LIDERAZGO, COMUNICACIÓN Y ESTRATEGIA. COLABORADOR DE INGENIO, LEADERSHIP SCHOOL.

UNIVERSITAT DE LLEIDA  
ICE - CFC  
MÀSTER EN DIRECCIÓ I LIDERATGE  
"La formació dels líders de la nova era"  
www.ingenio.cat  
INGENIO  
ESCOLA DE LIDERATGE