



'El poder de la luz 2015' de Ikea recauda en España 650.000 euros para Acnur

El poder de la luz es el nombre de la campaña internacional de Ikea Foundation que se llevó a cabo del 1 de febrero al 29 de marzo, con el fin de recaudar fondos para la Agencia de la ONU para los refugiados, Acnur. En las 16 tiendas de Ikea en España se consiguieron 650.000 euros, lo que supone un aumento de un 23 por ciento con respecto a la cifra obtenida el año pasado. Por cada bombilla led que Ikea ha vendido durante ese periodo, Ikea Foundation ha donado un euro a Acnur. Los fondos recaudados con la campaña ayudarán a mejorar las vidas de 380.000 refugiados de Bangladesh, Chad, Etiopía y Jordania, proporcionándoles oportunidades educativas, farolas y lámparas solares y otras soluciones de energía renovable. "Por primera vez desde la Segunda Guerra Mundial, la cantidad de personas desplazadas en todo el mundo supera los 50 millones, incluidos los 13 millones de refugiados que reciben asistencia de Acnur. En este contexto, el compromiso y apoyo mostrado por la Fundación Ikea tiene hoy en día más importancia que nunca", afirma T. Alexander Aleinikoff, alto comisionado adjunto de las Naciones Unidas para los Refugiados.



Las cajas y fundaciones destinan más de 675 millones a obra social en 2014, un 4,3% más

Las cajas de ahorros, las fundaciones bancarias y el resto de fundaciones adheridas a Ceca (Confederación Española de Cajas de Ahorros) destinaron más de 675 millones de euros a obra social en 2014, un 4,3 por ciento más respecto a 2013, según datos de la patronal. La Ceca ha elaborado el informe titulado *El nuevo mapa de las fundaciones: de cajas de ahorros a fundaciones*, presentado en la IV Comisión de Fundaciones y Obra Social. "Las cajas de ahorros, las fundaciones bancarias y el resto de fundaciones adheridas a Ceca tienen como misión y compromiso la gestión de la obra social", reivindica la patronal. Y subraya que todas las entidades del sector aspiran a ser una palanca para el desarrollo económico, el progreso social y la inclusión financiera de la sociedad española. El estudio refleja el nuevo escenario surgido a raíz de la aprobación de la Ley de cajas de ahorros y fundaciones bancarias. En un contexto de crisis, la Ceca reivindica que las entidades han concentrado en los últimos años sus recursos en el ámbito de asistencia social y sanitaria. "Además de continuar fomentando otros ámbitos, como la cultura o el patrimonio", indica.



Hombre, casado, de 50 años y sin hijos: perfil del donante en España, según AEF

La Asociación Española de Fundaciones (AEF) acaba de presentar el informe *El perfil del donante en España* que analiza las características del donante típico español y las tendencias de sus donaciones a entidades sin fines de lucro, a partir de los datos tributarios presentados entre 2002 y 2012 y en el que se destaca que el perfil medio del donante español es el de un hombre, casado y sin descendientes. En este sentido, el investigador del Inef (Instituto de Análisis Estratégico de Fundaciones), Juan José Rubio, ha señalado que "el tramo de ingresos con mayor número de donantes lo constituyó el situado entre 30.000 y 60.000 euros (30,65 por ciento del total), la cuantía media de la deducción por donaciones en ese período fue de 50,32 euros, y la donación media se situó en 201,28 euros". En total, el porcentaje de donantes sobre declaraciones presentadas en 2010 fue del 11 por ciento. El informe refleja que los hombres son los que más donaciones efectúan, representando un 69,39 por ciento de las personas físicas que realizan alguna donación, y que el grupo de edad con mayor peso relativo fue el comprendido entre 50 y 54 años (16,82 por ciento).