

mujer**e**mprendedora

Con faldas
y al taller

La Teoría
del Péndulo

La civilización
de la igualdad

Guía para
emprendedoras

Entrevistas

**Amalia Gómez
Carmen Olmedo
Evangelina Naranjo**

Bienvenidas al nuevo milenio

"Generamos valor en tu Organización"

Formación
Selección
Estudios de Opinión
Estudios Socioeconómicos
Planificación Estratégica
Financiación Europea
Desarrollo Local

SU[®]
&
MA

CONSULTORES, S.L.

Entrevistas



Amalia Gómez



Carmen Olmedo

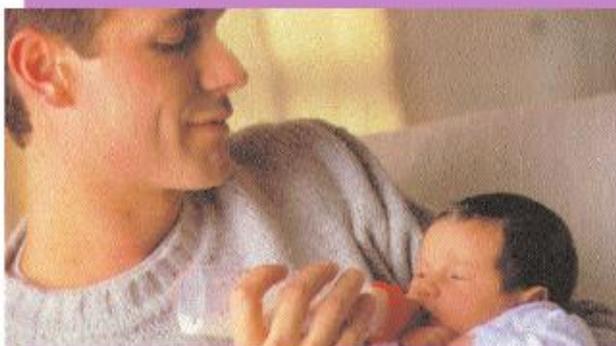


Evangelina Naranjo



Mara Agüera Jiménez

16



La igualdad: el reto a conseguir



22

La teoría del péndulo



30

Abriendo puertas



6

Una ventana con grandes espacios
Isabel Valle



14

La civilización de la igualdad
Carmen Espinosa



26

Con faldas y al taller
M^o Angeles Tejada



34

Bienvenid@s
Inmaculada Leyva



40

Arrendamientos
Inmaculada Díaz



48

Comunicar es invertir
Victoria Cabrera



54

De proyectar a construir
Maribel Espejo



66

Mujeres y hombres del siglo XXI
Carmen Ramírez

En Portada

- 06 Editorial
- 08 Nombres Propios
- 10 Entrevista a Amalia Gómez

Primer Plano

- 14 Opinión. Carmen Espinosa
- 16 Igualdad: El reto a alcanzar
- 18 Mujeres en Internet
- 20 Entrevista a Carmen Olmedo
- 22 La Teoría del Péndulo
- 24 Panorama

Emprender

- 28 Opinión. M^o Angeles Tejada
- 29 Guía para emprendedoras
- 30 Abriendo puertas
- 32 Impulsor de la igualdad de oportunidades

Emprendedoras

- 34 Opinión. Inmaculada Leyva
- 36 PEC: un espacio propio
- 37 La importancia del capital humano
- 38 Entrevista a M^o Agüera Jiménez

Gestionar

- 40 Opinión. Inmaculada Díaz
- 42 Humanismo y gestión del conocimiento
- 44 Entrevista a Evangelina Naranjo
- 46 El desafío emocional

Comunicación

- 48 Opinión. Victoria Cabrera
- 51 Ellos Opinan
- 53 Motor

Agenda

- 54 Opinión. Maribel Espejo
- 56 Citas Culturales
- 57 Para Leer
- 58 Ver y Escuchar
- 59 Tendencias
- 60 Estilo
- 62 Psicología
- 63 Salud
- 64 Gastronomía
- 65 Viajes
- 66 Pincelada Final. Carmen Ramírez





Bienvenidas al nuevo milenio

EDITORIA

M^a José Bonilla García

DIRECTORA

Isabel Valle Díaz

REDACCIÓN Y COLABORADORES

Natalia Garmendia, M^a Ángeles Tejada,
Carmen Espinosa Sierra, Inmaculada Leyva,
Inmaculada Díaz, Maribel Espejo,
Victoria Cabrera, Antonio Gómez

DIRECTORA DE ARTE

Clara Alonso Campillo

DIAGRAMACIÓN Y DISEÑO

Iana Andrea Pérez

Ismael Angulo

FOTOGRAFÍA

Manny Rocca

Julio Figueroa

Archivo A.E.

Agencias

JEFA DE PUBLICIDAD

M^a del Mar Serrano

EJECUTIVO DE CUENTAS

Francisco Vizcaino

ADMINISTRACIÓN

Ana García

Dirección, Administración y Publicidad

Recaredo, 20, 2^o- 4, 5 y 6. 41003 Sevilla
Tel. 954 53 98 47 Fax. 954 53 31 43

Fotomecánica

Depósito Legal

SE-3043-99

Mujeremprendedora en Internet

<http://www.mujeremprendedora.net>

E-mail

mujeremprendedora@mujeremprendedora.net

Edita

GRUPO ALLIVESVER

Presidente

Manuel Bellido Bello

Mujeremprendedora es una publicación plural, los artículos y comentarios que en ella aparecen reflejan las opiniones de los respectivos autores,

Mujeremprendedora expresa su opinión en la editorial.

Los comentarios de la publicación pueden ser reproducidos, citando las fuentes.

Si desea suscribirse a la revista y recibirla mensualmente, rellene el cupón que se encuentra en el interior de la publicación.

Tu Opinión

Correspondencia

Mujeremprendedora invita a sus lectoras y lectores a manifestar sus opiniones o comentarios acerca de los contenidos de la revista. Pueden enviar una carta o un fax con su mensaje a Mujeremprendedora, c/ Recaredo, 20, 2^o, 5 y 6, 41003 (Sevilla), al fax 954 53 31 43, o por correo electrónico. Las cartas podrán ser editadas o abreviadas por necesidades de claridad o espacio.

Querida Isabel:

He recibido noticias de que tú, como buena periodista que eres y joven mujer emprendedora, vas a dirigir una revista que verá la luz en este nuevo milenio. Mujeremprendedora será su nombre. En primer lugar, me gustaría felicitar al excelente equipo de profesionales que hacen posible Agenda de la Empresa y a ti, en particular, por haberte embarcado en este nuevo proyecto que, sin duda, será el punto de referencia de muchas mujeres andaluzas que en la actualidad están inmersas en un universo laboral cada vez más en alza. Una revista como Mujeremprendedora hacía falta en nuestra comunidad, no sólo como proveedora de información actualizada y puntual, sino como escaparate en el que se vean reflejados los logros que las mujeres andaluzas están consiguiendo. Suerte y un fuerte abrazo.

Raquel Martínez

*Jefa de Prensa de FIBES
Palacio de Exposiciones
Y Congresos de Sevilla*

Querida Isabel:

Los comienzos son siempre difíciles. Requieren de un esfuerzo, y ese esfuerzo es la capacidad de emprender. Por aquello de que la mujer ha tardado más en incorporarse a casi todos los aspectos de la vida social, también al trabajo y mucho más a la dirección de las empresas, para nosotras es aún más meritorio aquello de empezar por el principio. La realidad es que las mujeres podemos hacerlo muy bien. Le agradezco que haya creado una revista para hablar de nosotras, porque sin buscar demasiado podemos encontrar a una emprendedora en cada esquina.

Mercedes Godino

*Redactora de Economía del
Diario de Andalucía*

Querida Isabel:

Lo acabo de escuchar por radio: una mujer de la localidad sevillana de Écija ha sido asesinada por su marido. Es el eslabón más reciente de

una larga cadena que crece por días. Un eslabón cimentado por una sociedad que sitúa a la mujer en un estado de vejación que roza la animalidad. En otro extremo, un ilusionante acontecimiento: el éxito de la Feria de las empresarias (Fidem) celebrada durante una semana en Granada. Dos formas de entender a la mujer, y las dos en Andalucía. Lo de Fidem no es casual; en Andalucía se contabilizan más de 1.000 mujeres con cargos directivos en empresas.

La balanza, por fortuna, parece estar desequilibrándose hacia esta otra forma de concebir el papel de la mujer. Una mujer libre, emprendedora, que contribuye con su esfuerzo e ilusión al desarrollo económico de su región. La revista que ahora nace es otro ejemplo de ello. Enhorabuena por el feliz parto y mis mejores deseos de futuro. Andalucía estaba necesitando hace tiempo una propuesta como esta.

Daniel Ruíz

Euromedia Comunicación

Querida Isabel:

Si hubiera que destacar un hito en este siglo que ahora despedimos podría citarse, sin ningún género de duda, la lucha por el logro de la igualdad -jurídica, económica, social, cultural,...- de las mujeres. Esta lucha, que no deja de ser una certeza histórica, ha sembrado lo que aún en demasiadas zonas del mundo sigue siendo una tierra yerma, puesto que es mucho el camino que resta por andar. No es baladí, por tanto, que aún hoy nazcan iniciativas empresariales como ésta que tienen en sus manos: una revista destinada a las mujeres andaluzas emprendedoras y empresarias. Por todo ello, felicito y doy la bienvenida a Mujeremprendedora que, sin duda, será un éxito. Un éxito necesario para continuar la labor cuya meta no es otra que alcanzar la igualdad de los géneros en todos y cada uno de los ámbitos laborales y empresariales.

Irina Marzo

El Correo de Andalucía

Mujer Andaluza, Mujer Emprendedora

La Economía Social apoya la plena integración de la mujer.

Un sector que ha apostado por la iniciativa femenina desde sus inicios y que hoy sigue dando claros ejemplos de compromiso en este aspecto.

Más del cincuenta por ciento de los socios de empresas de Economía Social en Andalucía son mujeres, una cifra que denota ampliamente la claridad de un hecho. Autónomas, sociedades laborales, la nueva ley de cooperativas andaluzas, ...todas las facilidades y todos los argumentos sólo con un objetivo: ofrecer soluciones



CEPES

ANDALUCÍA
Confederación de Entidades para la
Economía Social de Andalucía

C/ Sales y Ferré, 2 41004 Sevilla. Tel. 95 4500 421 Fax 95 4500 775

www.cepes-andalucia.es e-mail: info@cepes-andalucia.es

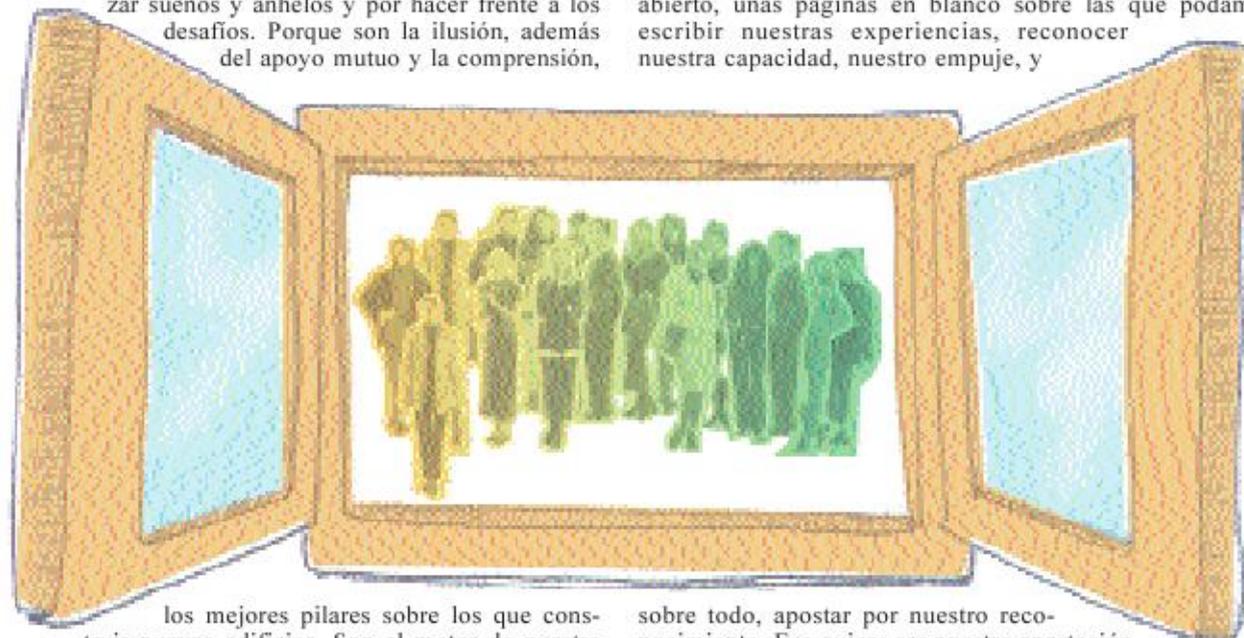


Una ventana con grandes espacios

Isabel Valle
Directora

Comenzar a escribir este editorial no es tarea fácil. La calidad del arranque puede ayudarnos, -ese es nuestro objetivo-, a considerar **Mujeremprendedora** como una gran ventana que os permita contemplar, entre otras cosas, el valor de otras mujeres, como vosotras, que deciden cada día llevar a cabo sus propios sueños a pesar de las dificultades del entorno. Una ventana al exterior, a la solidaridad, al cambio, a un presente y a un futuro mejor.

Desde aquí queremos reflejar vuestra ilusión por materializar sueños y anhelos y por hacer frente a los desafíos. Porque son la ilusión, además del apoyo mutuo y la comprensión,



los mejores pilares sobre los que construir nuevos edificios. Son el motor de nuestra vida, de nuestro trabajo, y se reflejan en nuestro quehacer cotidiano y en nuestra actitud hacia los demás.

Las vías de acceso a nuestras expectativas se construyen y afianzan con tesón, voluntad y optimismo. Todas sabemos que la realidad es dura. Por eso, quizás la mejor solución sea trabajar unidas para cambiarla y poder rescatar todos aquellos matices, esas pequeñas cosas, que nos empujan cada mañana a intentarlo de nuevo, a levantarnos una y otra vez si caemos.

Es necesario atreverse a encauzar y dar forma a los proyectos, a ganar espacio, a proponer una alternativa. La seguridad en una misma, la constancia, el conocimiento y también

el arrojo son las mejores herramientas para afrontar este reto, que a buen seguro, nos reconfortará con creces.

La experiencia y sabiduría de las que nos han precedido constituyen una baza de la que debemos servirnos para crecer, solidarizándonos, estrechando lazos y promoviendo una nueva sociedad que se caracterice por la tolerancia, la integración, la superación y un verdadero progreso para todas y todos.

Mujeremprendedora quiere ser un micrófono siempre abierto, unas páginas en blanco sobre las que podamos escribir nuestras experiencias, reconocer nuestra capacidad, nuestro empuje, y

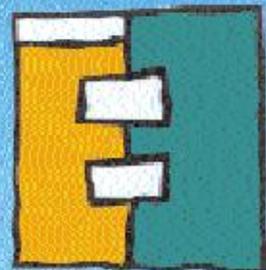
sobre todo, apostar por nuestro reconocimiento. Esa quiere ser nuestra aportación. **Mujeremprendedora** surge de la ilusión, el esfuerzo y la capacidad emprendedora, -como su mismo nombre indica, de un equipo de mujeres que ha trabajado duro para poder ofrecer un vehículo de comunicación plural, constructivo y optimista.

Somos ya amigas, y sobre todo, cómplices, para empezar a recorrer juntas el camino que aún nos queda por andar, convencidas de nuestras posibilidades y dispuestas a afrontar los mayores retos.

Desde aquí quiero expresar mi satisfacción. Espero que con vuestra ayuda **Mujeremprendedora** sea cada día más útil, más cercana y más alentadora. **Mujeremprendedora** somos todas. □

agencia
local de la
energía

AYUNTAMIENTO DE SEVILLA



Estudios
para reducción
de facturas

Electricidad
del sol

- Conectada a la red
o con baterías
- Proyecto
y subvenciones
- Gestión de la venta
de la energía
producida

Búsqueda
y gestión
de ayudas
financieras

Carmen Calvo



La Fundación Antonio Mairena -entidad privada que preside el presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), Rafael Álvarez Colunga- ha galardonado a la consejera de Cultura de la Junta de Andalucía, Carmen Calvo, con la medalla de oro de la entidad por haber sabido proyectar, desde su responsabilidad política, la universalidad del hecho flamenco y actuar sobre él con las virtudes del mejor garante cultural, "ya que sus líneas de actuación han sido funcionales, claras, convincentes, precisas y ágiles".

Isabel Montaña



Las obras de restauración de la iglesia sevillana de San Vicente se han retomado tras permanecer paralizadas durante cinco años. Las obras iniciadas, que se centran principalmente en la terminación exterior del edificio, constituyen la primera parte del proyecto. La dele-

gada provincial de Cultura de la Junta de Andalucía en la capital hispalense ha manifestado que el ejecutivo andaluz "tiene todo el interés puesto en solucionar una situación que no debe seguir así ni un minuto más".

Rosario Valpuesta



La rectora de la Universidad hispalense Pablo de Olavide y la directora provincial del Instituto de la Mujer en Sevilla, Araceli Rubio, han firmado un convenio general de colaboración para impulsar actividades conjuntas de formación, investigación y desarrollo tecnológico en estudios sobre las mujeres, así como de divulgación de temáticas de género. La Universidad Pablo de Olavide se ha adherido también al proyecto "Now Optima" del Instituto Andaluz de la Mujer.

María José Fernández



La delegada provincial en Sevilla de la Consejería de Trabajo e Industria de la Junta de Andalucía, María José Fernández, ha anunciado que este organismo destinará un total de 20.660 millones a la provincia hispalense. El objetivo prioritario es fomentar experiencias mixtas de empleo y formación para mujeres vinculadas a los nuevos yacimientos de empleo.

La principal guía de actuación son los diferentes Pactos por el Empleo y el Desarrollo Económico de Andalucía, de los que se desprenden los ejes fundamentales de actuación. María José Fernández ha señalado que la capital y los municipios limítrofes serán los principales beneficiarios de estos presupuestos.

Encarnación Poto



La presidenta de la aceitunera Acyco, tras ser galardonada el pasado año como andaluza representativa en el ámbito empresarial, ha anunciado que tras la duplicación de la facturación de la empresa que dirige, tiene previsto una inversión en busca de competitividad cifrada en 2.000 millones. Acyco, que recibió una subvención del Ejecutivo andaluz para financiar parte de la construcción de sus nuevas instalaciones, exporta actualmente sus productos a 35 países y ostenta el 30% del mercado nacional del producto de la aceituna.

Flora Pedraza



La concejala del grupo municipal socialista en Jerez ha hecho un llamamiento público al Ministerio de Fomento para que inicie los estudios necesarios de cara a la creación de una zona franca en el aeropuerto de Jerez destinada a la expansión del tráfico comercial para que contribuya a aumentar el valor añadido de los productos que se exportan dentro y fuera de España.

Maribel Espejo



Directora de la revista cultural "El Abanto", que se ha integrado recientemente en el Grupo Allivesver. Esta publicación abre su difusión a toda Andalucía, pasa a ser mensual y amplía su formato y número de páginas. Sus contenidos, sin embargo, siguen apostando por la cultura en todas sus formas. □

Montaner & Asociados

SELECCIÓN, FORMACIÓN Y CAMBIO ORGANIZACIONAL

Desde 1973 estamos ofreciendo
soluciones rentables para el capital más importante de las empresas:
“LAS PERSONAS”

CON ESTA FILOSOFÍA

POLÍTICA DE EMPRESA

Rentabilidad para el cliente
Política partnership
Objetivos del cliente
Satisfacción para el cliente
Respeto por las personas
Garantía Total

METODOLOGÍA

Política sobre el valor añadido
Participativa: 75/25%
Proceso de Mejora Continua
Work Shop
P.I.D.A.
G.A.P.

EQUIPO

Profesionales procedentes de Empresas Privadas
y avalada por su labor docente en diversas Universidades y Escuelas de Negocios

ORIENTACIÓN

Artesanía, Innovación y Servicio

AVALES

Miembro de la EHRC (European Human Resource Consultants)
Miembro de la EFQM (European Foundation for Quality Management)

CON ESTOS SERVICIOS

SELECCIÓN

Búsqueda Directa

Selección por anuncio

Base de Datos

Evaluación de Personal

Evaluaciones masivas

Head Hunting

Asesoramiento en la toma
de decisiones

FORMACIÓN

Plan Integral de
Formación Continuada

RR.HH

Comercial - Ventas

Marketing

Compras

Calidad

Proceso de Mejora Continua

Finanzas Básico

Previsión Riesgos Laborales

Medio Ambiente

CAMBIO

Auditoría

Sensibilización

Transición

Cambio

Visión

European Foundation
for Quality Management

SOLUCIONES RENTABLES PARA SU CAPITAL HUMANO

Avda. San Francisco Javier, 9 2º - 29 - 41018 Sevilla

Tel.: 954 92 16 72 - Fax: 954 92 17 05

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

e-mail: montaner1@greentek.com

Amalia Gómez apela a la concienciación social para conseguir la plena incorporación de la mujer y al pleno reparto de responsabilidades domésticas y familiares para lograr una verdadera igualdad. La Secretaria General de Asuntos Sociales cree que en el siglo XXI las mujeres alcanzarán la plena igualdad de oportunidades **Entrevista de Isabel Valle**

Amalia Gómez

"Hay que seguir trabajando desde un feminismo de colaboración"



me ¿Cuáles son los aspectos principales de la nueva Ley sobre Conciliación de la Vida Familiar y Laboral? ¿Cree que paliará la, en numerosas ocasiones, obligada elección femenina entre el ámbito laboral y el ámbito familiar?

Amalia Gómez: La Ley sobre Conciliación de la Vida Familiar y Laboral, que ya está en marcha, ha sido todo un reto para el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Las medidas de esta ley están especialmente destinadas a conseguir una cultura en la que las responsabilidades domésticas sean cosa de dos, hombre y mujer. La ley tratará de dar facilidades para que hombres y mujeres puedan ser padres. Se pretende que el hecho de ser mujer no sea un factor disuasorio a la hora de entrar en el

mercado laboral. La incapacidad temporal cuando hay riesgo en el embarazo, el "coste cero" para la sustitución, sin coste de Seguridad Social añadido para los empresarios que contraten para cubrir la baja maternal, y la posibilidad de simular el permiso de maternidad los dos padres son otras medidas que contempla la Ley de Conciliación.

me Un factor fundamental para la integración socioeconómica de la mujer es la posibilidad de acceder al mercado laboral e incluso la creación de su propia empresa o puesto de trabajo. ¿Qué se está haciendo actualmente en este sentido?

A.G.: El acceso de la mujer al mercado laboral, tanto si es por cuenta ajena

como si es a través del autoempleo, pasa necesariamente por la formación, uno de los pilares de la política de empleo del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. El III Plan de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres, cuyo plazo de ejecución finaliza en el año 2000, contempla medidas encaminadas a fomentar el empleo, la creación y potenciación de empresas de mujeres, el autoempleo femenino y la eliminación de discriminaciones indirectas por razón de sexo, aplicando el principio de igualdad y, de manera especial, el de igual retribución por igual trabajo. Desde el Instituto de la Mujer se apoya especialmente a la mujer emprendedora, a la mujer empresaria, que no sólo se emplea ella sino que crea puestos de trabajo.

me En nuestro país, actualmente, la tasa de desempleo femenino duplica a la masculina. ¿Cuáles son las verdaderas razones de esta situación?

A.G.: Efectivamente, la tasa de desempleo femenino es muy superior a la de los hombres. Sin embargo, en esta legislatura se ha reducido en siete puntos, ya que ha pasado del 30,7% al 22,8% en el segundo trimestre de 1999, según datos de la Encuesta de Población Activa. A pesar de los avances sociolaborales conseguidos por la mujer en los últimos años, todavía existen en España 1.478.910 mujeres en paro, por lo que el desempleo en nuestro país continúa siendo fundamentalmente femenino. La tardía incorporación de la mujer al mundo laboral todavía está teniendo sus efectos. La formación de la mujer y la concienciación de la sociedad son muy importantes de cara a conseguir el pleno acceso de la mujer al mercado laboral.

me ¿Cuál es su opinión sobre la imagen femenina transmitida por los medios de comunicación, la publicidad o los libros de texto? ¿En qué medida cree que repercute en la idea social sobre la condición femenina?

A.G.: En este aspecto, también tengo que decir que se ha conseguido mucho, pero también queda mucho por hacer. La imagen que den los medios de comunicación sobre la mujer tiene mucha influencia en la sociedad. La publicidad también juega un papel primordial y de hecho, el Instituto de la Mujer se ha volcado en la puesta en marcha del Observatorio de la Publicidad como foro de observación, análisis y canalización de las denuncias originadas por anuncios sexistas que aparezcan en cualquier medio de comunicación. También es importante tener especial cuidado con la imagen que transmiten los libros de texto, ya que los destinatarios son los más pequeños, que están formando su personalidad. En este sentido, es fundamental trabajar desde las escuelas. En los últimos tiempos y como rasgo de la modernidad de nuestro país, la sociedad española demanda, cada vez más, la difusión de una imagen no sexista de las mujeres a través de los medios de comunicación.

me ¿Cuál es su balance sobre la situación actual de la mujer española ante el nuevo siglo?

A.G.: La mujer se enfrenta al nuevo siglo con un balance muy positivo de los logros conseguidos en los últimos años, pero también con una serie de deberes que le quedan por hacer. La incorporación de la mujer al mercado laboral ha

sido todo un reto, situación en la que no solamente ha sido necesario el cambio de mentalidad de la mujer, sino de toda la sociedad en su conjunto. La mujer cada vez accede más a la Universidad y como consecuencia de ello, tiene más preparación para poder acceder a los puestos de trabajo y, dentro de ellos, a los cargos directivos. La mujer accede más al mercado de trabajo en igualdad de condiciones que el hombre. También es muy importante para conseguir la plena incorporación de la mujer concienciar a la sociedad en general, y al hombre en particular, de lo importante que es el reparto de las responsabilidades domésticas y el cuidado de los hijos. El machismo ibérico se ha ido reduciendo, pero aún persiste un machismo subliminal que se resiste a morir y que va ganando adeptos. Hay que seguir trabajando desde un feminismo de colaboración, no de confrontación.

me ¿Es optimista respecto a la superación de prejuicios sobre la mujer y problemas tan graves como la violencia doméstica?

A.G.: Es difícil ser optimista con un problema social tan grave como éste. Pero es cierto que se ha avanzado, sobre todo en convencer a la sociedad de que la violencia doméstica es un problema de todos y en romper esa cultura del silencio y la resignación. La gravedad del tema y la difícil solución que tiene lleva al Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales a estar tremendamente preocupado con esta lacra social. Además de las medidas judiciales que persigan a los agresores, es importante sensibilizar a toda la sociedad: a la mujer maltratada para que denuncie, a los hombres para que cambien su forma de pensar hacia la mujer y, de manera especial, a los fiscales, jueces y miembros de las Fuerzas de Seguridad del Estado. De cualquier forma, la clave está efectivamente en romper la sensación de impunidad que siguen teniendo algunos agresores. Hay que insistir con más rigor en el control de los permisos carcelarios a personas que hayan sido no sólo convictas, sino también a aquellas que estén en prisión provisional por malos tratos.

me ¿Cree que la sociedad española está preparada para asumir la plena participación de la mujer, en igualdad de condiciones con el hombre, en todos los ámbitos y, sobre todo, en actividades profesionales tradicionalmente "masculinas"?

A.G.: Creo que se ha avanzado mucho en este sentido, pero todavía queda mucho pendiente. Para que la mujer esté en una situación de igualdad de condiciones con

el hombre hay que empezar por alcanzar el pleno reparto de responsabilidades en el hogar y en el cuidado de los hijos. En esto hay que seguir trabajando para llegar a sensibilizar del todo a la sociedad en su conjunto. Con este objetivo se han puesto en marcha en esta legislatura medidas tan importantes relacionadas con la incorporación de la mujer al mercado laboral como el "coste cero", la bonificación para la contratación indefinida, la bonificación de las profesiones masculinizadas, la Ley de Conciliación de la Vida Familiar y Laboral, las acciones normativas y los sucesivos planes de empleo.

me La presencia femenina está incrementándose en la mayoría de las profesiones. Sin embargo, su acceso a puestos directivos o de gran responsabilidad parece seguir estando vetado. ¿Cree que existe desconfianza respecto a la capacidad femenina para desempeñar este tipo de tareas?

A.G.: Es cierto que a pesar de lo conseguido en cuanto a la presencia de las mujeres en profesiones que antes estaban ocupadas exclusivamente por hombres, todavía hay que insistir en algo tan importante como es el acceso a puestos directivos o de gran responsabilidad. Si la mujer no ha alcanzado aún la igualdad en ese aspecto, no es por desconfianza en su capacidad profesional, sino por las condiciones familiares. La mentalidad de los empresarios acerca de que la maternidad influye negativamente en las mujeres, es una de las causas por la que la mujer no puede acceder a puestos directivos. De hecho, en la Universidad, las mujeres siguen estando en cuanto a nivel, por encima de los hombres. Sin embargo, también hay que concienciar a las propias mujeres para que se autoconciencen de que pueden compatibilizar las tareas del hogar con las profesionales y se impliquen en la sensibilización de los hombres.

me Se dice que el siglo XX ha sido el siglo de las mujeres. ¿Podremos afirmar que lo será también el siglo XXI?

A.G.: Por supuesto que sí. Bueno, lo cierto es que el cambio tan radical que ha experimentado la mujer en el siglo XX será difícil que vuelva a repetirse, pero tenemos que trabajar duro para que, a través de la educación y la formación, podamos llegar a donde todavía no lo hemos hecho. Para ello necesitamos de la lucha y la labor diaria de hombres y mujeres. Pero creo que el verdadero siglo en el que las mujeres consigan la plena igualdad de oportunidades va a ser el siglo XXI. □

Instrumento Eficaz a red



RED ANDALUZA DE SERVICIOS AVANZADOS A LAS EMPRESAS

12 CENTROS DISTRIBUIDOS POR TODO EL TERRITORIO ANDALUZ
PARA FOMENTAR LA MEJORA DEL TEJIDO EMPRESARIAL



CENTRO DE SERVICIOS EMPRESARIALES DEL CAMPO DE GIBRALTAR (FECG)
Baluarte s/n. 11201 ALGECIRAS
Tel: 956-657216. Fax: 956-650958
E-mail: fecg@cea.es

CENTRO DE SERVICIOS EMPRESARIALES DE CÓRDOBA (CECO)
Avda. Gran Capitán 12-3º. 14001 CORDOBA
Tel: 957-497111. Fax: 957-497112
E-mail: ceco@cea.es

CENTRO DE SERVICIOS EMPRESARIALES DE HUELVA (FOE)
Rábida 23. 21001 HUELVA
Tel: 959-540089. Fax: 959-285580
E-mail: foe@cea.es

CENTRO DE SERVICIOS EMPRESARIALES DE ALMERÍA (ASEMPAL)
Paseo de Almería 69-7º. 04001 ALMERIA
Tel: 950-621080. Fax: 950-621302
E-mail: asempal@cea.es

CENTRO DE SERVICIOS EMPRESARIALES DE EL EJIDO (ASEMPAL)
Lobero 18, Portal B, Oficina D. 04700 EL EJIDO. ALMERIA
Tel: 950-571048. Fax: 950-571123
E-mail: ejido.asempal@cea.es

CENTRO DE SERVICIOS EMPRESARIALES DE CÁDIZ (CEC)
Recinto Interior Zona Franca. Edificio Melkart 1º Dcha. 11011 CADIZ.
Tel: 956-290919. Fax: 956-290950
E-mail: cec@cea.es

CENTRO DE SERVICIOS EMPRESARIALES DE JEREZ DE LA FRONTERA (CEC)
Manuel Bellido 11. 11407 JEREZ DE LA FRONTERA. CADIZ.
Tel: 956-183503. Fax: 956 184703

CENTRO DE SERVICIOS EMPRESARIALES DE GRANADA (CGE)
Recogidas 37. 18009 GRANADA
Tel: 958-535041. Fax: 958-535042
E-mail: cge@cea.es

CENTRO DE SERVICIOS EMPRESARIALES DE JAÉN (CEJ)
Castilla 4, Bajo Dcha. 23007 JAEN
Tel: 953-294022. Fax: 953-294024
E-mail: cej@cea.es

CENTRO DE SERVICIOS EMPRESARIALES DE MÁLAGA (CEM)
San Lorenzo 20. 29001 MALAGA
Tel: 95-2060623. Fax: 95-2060140
E-mail: cem@cea.es

CENTRO DE SERVICIOS EMPRESARIALES DE MARBELLA
Centro Internacional de Turismo de Andalucía. CINTA. Ctra. Nacional 340, km. 189,6. 29600 MARBELLA
Tells: 95-2833107/95-2832316
Fax: 95-2833770
E-mail: marbella@cea.es

CENTRO DE SERVICIOS EMPRESARIALES DE SEVILLA (CES)
Avda. República Argentina 25-4º. 41011 SEVILLA
Tel: 95-4991100. Fax: 95-4991102
E-mail: ces@cea.es



FONDO EUROPEO DE
DESARROLLO REGIONAL

Con la colaboración de:



JUNTA DE ANDALUCÍA
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y HACIENDA

Servicio de las PYMES

**NUEVAS
AREAS DE
GESTION**



**INNOVACION TELEMATICA
Y TECNOLOGICA**



**MEJORA DE LA
COMPETITIVIDAD DE
LAS EMPRESAS**



FINANCIACION



INTERNACIONALIZACION



CEALE

CEASub



Asesoramiento y Asistencia a pymes - Mejora de la Gestión Empresarial - Fomento de la Comercialización y de la Internacionalización - Innovación e I+D aplicada a pymes - Difusión de nuevas tecnologías - Informes y Estudios económicos - Financiación - Ayudas y Subvenciones - Creación de Empresas - Licitaciones Públicas Autonómicas y Europeas - Medio Ambiente - Calidad - Base de datos de Empresas Exportadoras - Jornadas y Seminarios - Cooperación - Servicio de Estadísticas



Internet:
<http://www.cea.es>
e-mail: redcsea@cea.es



20 veinte
Aniversario
1979~1999

CEA Confederación de
Empresarios de Andalucía

CEA
UNIDAD
ORIENTACION
E INSERCCION
PROFESIONAL

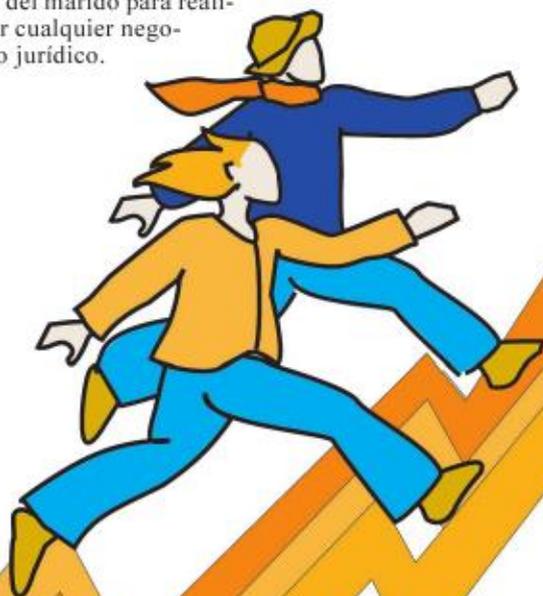
La civilización de la igualdad

Carmen Espinosa Sierra
Licenciada en Derecho



En los últimos años de este milenio recién jubilado, la mujer ha avanzado en derechos, conquistas sociales y normalización formativa e intelectual, más que en toda la historia de la humanidad. Bien es cierto que estos avances no han sido lineales, sino a costa de conquistas y retrocesos, que nos sitúan donde estamos. Se trata de una posición en la que a nivel legislativo se nos reconocen todos los derechos en pro a ser ciudadanas de primer orden, pero la realidad es absolutamente distinta. Nos topamos a diario con dificultades que hacen que nuestra vida no sea la propia de una sociedad moderna.

No sería justo reconocer que la mujer en España no ha avanzado hacia esa igualdad que en Europa existe de derecho, pero no de hecho. Atrás quedaron aquellos años setenta en los que la legislación obligaba a la mujer a tener el permiso del marido para realizar cualquier negocio jurídico.



Lo mejor que a la mujer le ha pasado en este tiempo, durante el que cayeron todos los sistemas sociales que no pudieron competir con el capitalismo, ha sido, sin duda, la revolución tecnológica. Hay

varias generaciones de mujeres familiarizadas con la informática a gran escala, internet y en definitiva, el uso del ordenador para planificar cualquier actividad económica.

En paralelo a esa revolución de la combinación del chip y la fibra óptica, la mujer española está introducida en la Unión Europea y ha ido aprendiendo poco a poco cuales son las ventajas de pertenecer a este club selecto en el que los mercados prevalecen al desarrollo armónico de los ciudadanos.

Y como en todas las democracias hay válvulas de escape

para aliviar nuestras conciencias, en las sucesivas cumbres de jefes de Estado se han ido produciendo avances significativos sobre políticas favorables hacia la mujer y hacia su plena integración en la actividad económica y laboral como medio eficaz de conseguir la igualdad, que no es posible sin independencia económica.

El único "pero" que hay que poner a estas políticas rápidamente impulsadas por las distintas Administraciones Europeas es el error de concepto que sitúa a las mujeres como colectivos laborales desfavorecidos y discriminados junto a otros colectivos como jóvenes y discapacitados. Pero, si entre estos últimos grupos hay mujeres, ¿a qué tipo de mujeres se refieren?; ¿quizá a las de edad intermedia? Se es mujer desde que se nace hasta que se muere, sin esperar que ningún avance científico ni la edad del ser humano rompa con esta condición natural que posee la mayoría de la población española.

Visto lo anterior, flaco favor se le hace a las mujeres, pues la atención a la diversidad conlleva "tratar desigual a quien

es desigual" porque con ello se consigue la igualdad. Pero porque las mujeres somos distintas a los hombres.

Estamos ante un problema complejo que no afecta sólo a las estadísticas de empleo del colectivo de mujeres. Colectivo, por cierto, con unas tasas de niveles académicos, universitarios en muchos casos, superiores a las de los varones. Una situación así, afecta a la clase empresarial masculina (predominante en Andalucía) para los que un curriculum copado de títulos académicos superiores y master no es suficiente. Se requiere experiencia, cualidad esta difícilmente adquirible y demostrable si estos pioneros que se "hicieron a sí mismos fuera de las universidades" no conceden el beneficio de la duda y dan una oportunidad a este desprestigiado colectivo.

Una de las estrategias europeas de empleo recién creadas y por tanto, en sus comienzos, se centra en "una nueva cultura de igualdad de oportunidades". Esta idea se basa en la modernización de nuestra sociedad para que hombres y mujeres puedan trabajar de igual a igual, con las mismas responsabilidades para desarrollar la plena capacidad de crecimiento de nuestra economía, para que la mujer pueda devolver a la sociedad todo lo que ésta ha invertido e invierte en formación académica a todos los niveles en ellas.

Para ello se propone toda una revolución de la estructura social actual:

○ Luchar contra los desequilibrios entre hombre y mujer. Para ello se realizará un importante esfuerzo para reducir las diferencias en las tasas de desempleo de mujeres y hombres, mediante un apoyo activo a una mayor participación de las mujeres en el empleo.

○ Compaginar el trabajo y la vida familiar incidiendo en las

políticas sobre interrupciones en la carrera profesional, permiso parental y trabajo a tiempo parcial, especialmente importantes para las mujeres, y una adecuada oferta de asistencia de buena calidad para los niños.

○ Facilitar la reincorporación al trabajo remunerado, tras una ausencia temporal de la mujer, que tiene pocas posibilidades de empleo debido a que pueden poseer una competencia no actualizada.

Esta declaración de intenciones aplicada a nuestro país necesita un gran esfuerzo para reforzar la política de igualdad de oportunidades, combatiendo la desigualdad entre trabajadores y trabajadoras por medio de la corresponsabilidad entre la vida laboral y la familiar. La información y el asesoramiento y rendimiento a las desempleadas con el fin de reincorporarlas a la vida activa remunerada, constituyen una obligación de cualquier administración con competencia en lo laboral. Los organismos que sólo han desarrollado su función como registro de paradas son anacrónicos y el paro femenino universitario un lujo y un mal que la sociedad andaluza arrastrará de manera irreversible y que la situará a la cabeza de las regiones europeas.

Para atajar este problema, la Unión Europea, España y Andalucía tienen cada año presupuestadas cantidades ingentes de dinero que parecen no haberse empleado hasta ahora con la eficacia necesaria.

Las mujeres han hecho en estos treinta años sus deberes. Ahora les toca a los auténticos responsables de este problema de estructura social caduca, puesto que la educación está garantizada, poner remedio y aplicar las leyes vigentes. Organismos como el Inem, el Instituto de la Mujer o el Instituto de Crédito Oficial, por citar algunos, tienen la palabra. □

Asesoramiento Global a Empresas



Formación
Subvenciones
Proyectos Empresariales
Estudio de Mercado
Franquicias

INVIERTE EN **TU** EMPRESA.
PON EN MARCHA **TU** PROYECTO EMPRESARIAL.

ALPHA CONSULTORES

TE PUEDE AYUDAR,
TE OFRECEMOS NUESTRO ASESORAMIENTO
PARA LLEVARLO A LA PRÁCTICA.

LLÁMANOS A LOS TELÉFONOS 954 543 015 / 016

ALPHA CONSULTORES. C/ RECARDO, 20, 3ª PLANTA C.P. 41003 SEVILLA

El reto a Igualdad: alcanzar

La nueva ley sobre la Conciliación de la Vida Familiar y Laboral pretende conseguir el reparto equitativo de tareas entre hombres y mujeres, acabar con los prejuicios empresariales a la hora de contratar a estas últimas y sobre todo, provocar un cambio de mentalidad social R.M.E.

A pesar de que la tasa de desempleo femenino se ha reducido en siete puntos a lo largo de los últimos tres años, del 30,7 al 22,8 por ciento, del total de dos millones y medio de parados existentes en España, un millón y medio son mujeres. Por ello, la prioridad fundamental de la Ley sobre la Conciliación de la Vida Familiar y Laboral, aprobada en noviembre del pasado año, es facilitar la integración laboral femenina, haciéndola compatible con la vida familiar. Este proyecto se suma a otras acciones encaminadas a favorecer el empleo de la mujer.

Algunas medidas incluidas en esta nueva ley son la equiparación del sis-

tema de protección de la maternidad biológica con la adoptiva, la creación de una nueva prestación económica por riesgo durante el embarazo o la nulidad del despido cuando la causa real sea la maternidad.

Además, se amplía el derecho del padre a disfrutar del permiso por maternidad, pudiendo hacerlo simultánea o sucesivamente el padre o la madre y también se contempla una utilización más extensa de los derechos de excedencia y la reducción de jornada para aquellos trabajadores y trabajadoras que tengan a su cargo familiares que no puedan valerse por sí mismos. Esta nueva Ley prevé, asimismo, reducciones en las cotizaciones empresariales a la Seguridad Social para que no

recaiga sobre las empresas los costes sociales de las medidas adoptadas, intentando promover así la incorporación de la mujer a la actividad laboral.

Esta nueva norma responde a una de las recomendaciones formuladas por la Unión Europea en la Cumbre de Luxemburgo sobre la armonización de responsabilidades laborales y familiares entre hombres y mujeres, superando los niveles mínimos de protección previstos, que debía ser recogida en los Planes de Empleo de todos los Estados Miembros. La nueva Ley sobre Conciliación de la Vida Familiar y Laboral figura en el Plan de Empleo español e incorpora a nuestro sistema jurídico dos

Las nuevas medidas

Adopción y acogimiento permanente:



Se eliminan las diferencias actuales en la duración del permiso por razón de la edad del adoptado. A partir de ahora,

la duración del permiso por maternidad (dieciséis semanas) se iguala para todos los hijos adoptados menores de seis años.

Permiso por paternidad:

La nueva normativa amplía el derecho del padre a disfrutar del permiso, pudiendo hacerlo de manera

simultánea o sucesiva el padre o la madre, siempre en periodos ininterrumpidos.

Hasta ahora, el padre tenía derecho a las últimas cuatro semanas de la baja maternal.



Con la nueva Ley, puede optar a diez semanas de baja a partir de la sexta, periodo que sigue considerándose como descanso obligatorio para la madre. Además, se amplía en dos semanas

la baja maternal por hijo en el caso de los partos múltiples.

Causas de despido:

Se declaran nulas las extinciones del contrato de trabajo por causa de maternidad, adopción o acogimiento.

Prestación por riesgos durante el embarazo:

A partir de ahora se prevé que en los supuestos de maternidad en los que, por motivos de salud de la madre o el feto se haga necesario un cambio de puesto de trabajo, y éste no sea posible, se declare a la madre en situación de riesgo durante el embarazo, con protección de la seguridad social. Se crea así una nueva prestación: la de riesgo durante el embarazo.

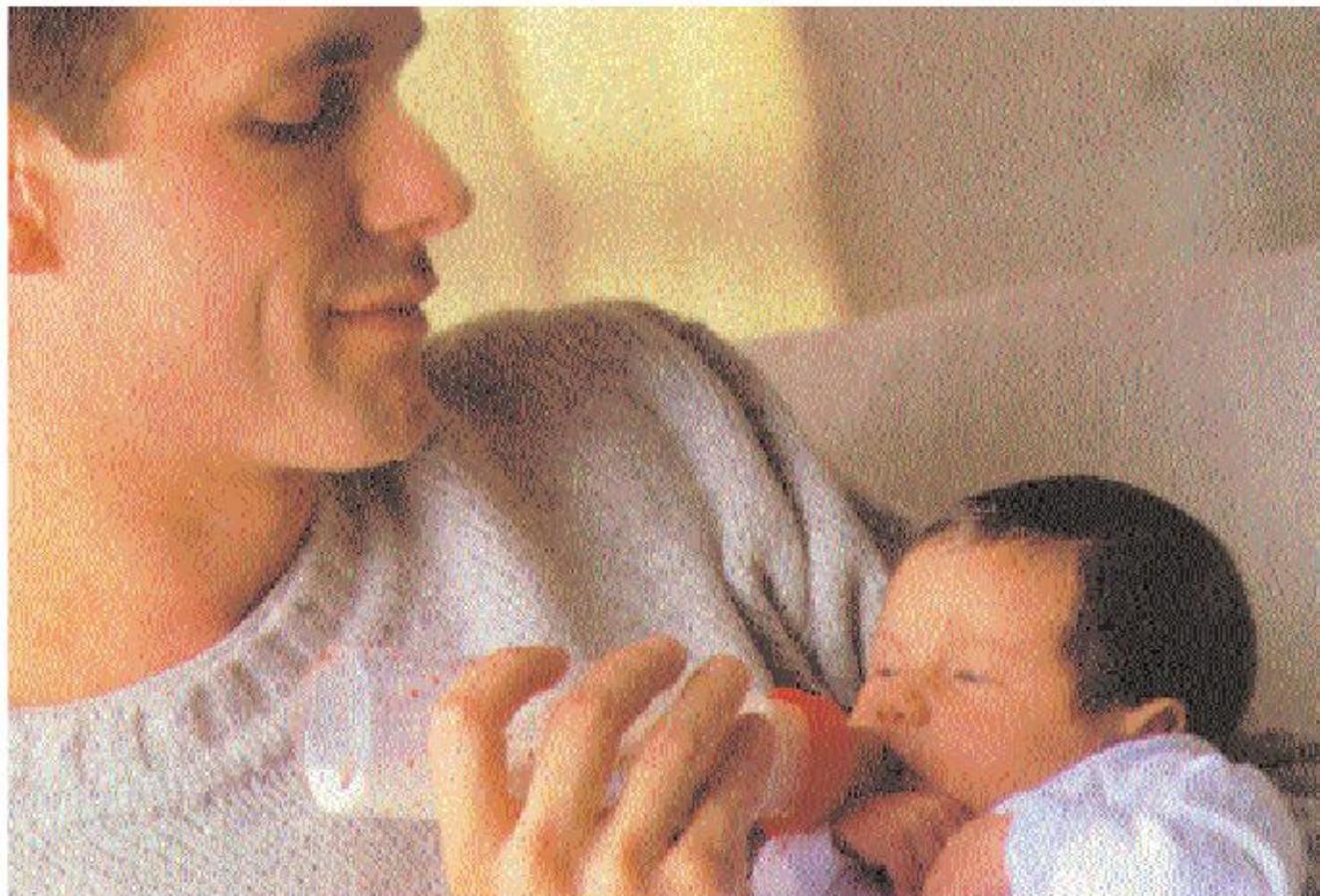
Ampliación del coste cero:

La nueva Ley introduce el derecho a que las bonificaciones del 100% en las cuotas empresariales de la Seguridad Social se apliquen también

directivas comunitarias: una sobre maternidad, salud y seguridad en el trabajo y otra sobre el permiso parental. El nuevo texto modifica además, parcialmente, siete leyes en vigor: El

Estatuto de los Trabajadores, el Procedimiento Laboral, la Prevención de Riesgos Laborales, la Ley General sobre la Seguridad Social, las medidas para la Reforma

de la Función Pública, Funcionarios Civiles del Estado, la de Seguridad Social de las Fuerzas Armadas y la de la Seguridad Social de los Funcionarios Civiles del Estado. □



a los contratos de interinidad que se firmen para sustituir a las trabajadoras que tengan suspendidos sus contratos por sufrir una situación de riesgo en el embarazo.



Se amplía además la reducción en las cotizaciones a la Seguridad Social para la contratación de trabajadores que sustituyan a otros con excedencia por cuidado de hijos o aquellos que se hubieran acogido a una excedencia para el cuidado de familiares.

A estos beneficios podrán acogerse los trabajadores autónomos, socios trabajadores o socios de trabajo de las sociedades cooperativas en los supuestos de riesgo durante el embarazo y periodo de descanso por maternidad, adopción y acogimiento.

○ **Cuidado de familiares mayores o enfermos:**

Se extiende el derecho a disfrutar de una reducción de jornada o excedencia a aquellos trabajadores que tengan a su cargo familiares que p o r razones de edad o enfermedad no puedan valerse por sí mis-



medad no puedan valerse por sí mis-

mos. La reducción de la jornada será de un tercio o la mitad, con la corres-



pondiente disminución proporcional del salario. La excedencia no podrá superar los tres años para el cuidado de los hijos (adoptados o biológicos) ni un año para el cuidado de familiares mayores o enfermos. □

Mujeres en internet

La Red constituye, a principios de este nuevo milenio, un vehículo informativo global. En ella podemos encontrar una amplísima gama de recursos para mujeres. Asociaciones, entidades, organizaciones no gubernamentales, bolsas de empleo o revistas electrónicas conforman un enorme entramado del que os extraemos algunas direcciones de especial interés **R.M.E**

El acceso de la mujer a Internet, y en definitiva, a las nuevas tecnologías, es uno de los retos más importantes de este nuevo siglo que acaba de comenzar. En la Red de redes podemos encontrar numerosos lugares de especial interés para las mujeres. Hemos realizado para vosotras una breve selección de las webs más interesantes.

Asociaciones y organismos femeninos

Entre las numerosas asociaciones presentes en Internet, la de **Mujeres Técnicas y Científicas** (Citec) www.unizar.es/mutem, creada a partir de la Iniciativa Comunitaria Now (Nuevas Oportunidades para las Mujeres), constituye uno de los ejemplos más sobresalientes. Con sede en la Universidad de Zaragoza, Citec tiene como objetivo general cubrir las necesidades tanto de formación complementaria como de información sobre la problemática laboral, en la inserción y el desarrollo profesional de este sector, fomentando la autoayuda entre mujeres en activo y desempleadas. Su página web recoge los servi-

ción entre las mujeres, apoyándose en el uso de las nuevas tecnologías. Su ámbito de actuación, aunque extendido a todo el mundo, se centra en los países del área mediterránea. Ofrece servicios y boletines electrónicos, así como un centro de documentación y direcciones de interés. Su página web es www.gva.es/cbs/emm.



El **Lobby Europeo de Mujeres** se constituyó en Bruselas en 1990 para defender los intereses

de todas aquellas mujeres residentes en la Unión Europea, incluidas las pertenecientes a minorías étnicas o colectivos marginales. En España, en 1993, se creó una Asociación de Apoyo a este lobby europeo de mujeres. Promover la igualdad de oportunidades, aumentar la participación de la mujer en todos los ámbitos o impulsar su incorporación a los puestos de responsabilidad y decisión, son algunos de los objetivos de esta asociación, cuya página web es www.celem.org.

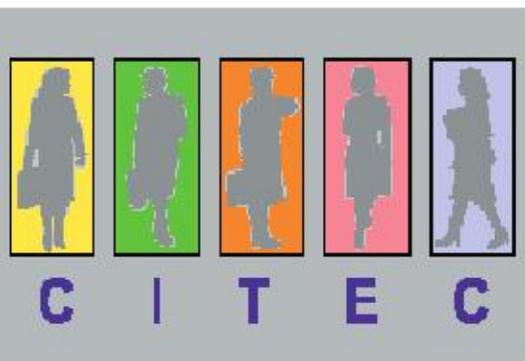
La **Red de Mujeres Ejecutivas** puede visitarse en la página www.cdeb.com.ar/la_red. Empresa dedicada a impulsar la capacidad y el crecimiento profesional y laboral de la mujer, está encaminada hacia la puesta en marcha de micro - emprendimientos y hacia el "desarrollo de carrera" de la mujer dentro de los distintos organismos, instituciones y empresas. Su función es ayudar a sus socias a concretar sus negocios y lograr sus objetivos. Para ello, cuenta con una amplia gama de servicios y asesoramientos, funcionando como centro de información y apoyo. "Mujeres en red" es un espacio virtual de encuentro, información y solidaridad entre las mujeres de todo el mundo. En esta página web

resred pueden encontrarse noticias de actualidad relacionadas con la situación de la mujer en el mundo, información país por país y enlaces con otras webs que refuerzan la red de mujeres. Cuenta además con un índice temático.

Lider@red es una asociación de empresarias y emprendedoras que comenzó su andadura en septiembre del pasado año. Su objetivo es promover, sostener y potenciar el desarrollo de la cultura emprendedora con visión de género a través de la creación de redes. Compuesta por distintas vocalías, esta asociación, con sede en Sevilla, nació a partir del proyecto Balance, enmarcado en la Iniciativa Comunitaria de Empleo Now. Su página web members.es.tripod.de/multimedia3/liderare ofrece la posibilidad de acceder a otros enlaces de interés.

Organismos oficiales

En el servidor de la **Unión Europea**, www.europa.eu.int/index-es.htm, puede encontrarse amplia información sobre las políticas comunitarias en materia de igualdad de oportunidades. En la página web del **Instituto de la Mujer** de nuestro país, www.mtas.es/mujer/default.htm, también se puede acceder a todas aquellas acciones y proyectos dirigidos a promover la igualdad de oportunidades y la actitud emprendedora femenina. El **Instituto Andaluz de la Mujer** informa también a través de su página web www.junta-andalucia.es/iam. La dirección del **Centro de Recursos Now de Andalucía** es www.empleonowandalucia.org.



cios de la asociación, una guía de inserción laboral y un completo listado de direcciones de interés. **Cim - Med** es el Centro Internacional de Mujeres del Mediterráneo. Su propósito es favorecer el intercambio de informa-



La **Diputación Provincial de Málaga**, www.sopde.es/diputacion/mujer, incluye en su área de Bienestar Social temas de interés para las mujeres.

La **Red de Centros de Documentación Especializados en Mujer de España** recoge los distintos centros que pertenecen a instituciones, asociaciones de mujeres e institutos Universitarios de Estudios de la Mujer. Su página web, www.cird.bcn.es, también es la del Centro Municipal de Información y Recursos para la Mujer del Ayuntamiento de Barcelona.

Recursos para el empleo

Internet se suma a la lista de canales de acceso al mercado laboral. Su principal ventaja es la rapidez para acceder a las demandas e incluso para insertar el curriculum. **LinaNet** www.lalineacom/trabajo.htm es un directorio que agrupa demandas tanto de la administración pública como de empresas privadas. Otro de estos directorios es **Telépolis** www2.telepolis.com/monografico/mono007/mono007.htm. En cuanto a las bolsas de trabajo "on line", **Infoempleo** www.infoempleo.es, **Todotrabajo** www.todotrabajo.com y **Trabajos.com** www.trabajos.com son algunas de ellas. La web **Infojobs** www.infojobs.net ofrece, además de la posibilidad de consultar las ofertas laborales, poder insertar el curriculum y recibir a través del correo electrónico, a diario y de forma gratuita, aquellas ofertas que se adapten a su perfil profesional. También existen bolsas de trabajos de sectores concretos. Respecto a la promoción laboral de la mujer, la **Fundación Laboral WWB** española, una fundación sin ánimo de lucro perteneciente a una organización internacional, ofrece directrices para el desarrollo profesional femenino. La compañía **Airtel** ofrece en su portal **Navegalia** un canal dedicado a la mujer www.navegalia.com/mujer, en el que se ofrecen diferentes secciones de gran utilidad encuadradas en el espacio "Mundo laboral".

Euroemprender es una red de ayuda a la creación de empresas promovidas por mujeres y a la consolidación de las de reciente creación en el marco de la iniciativa comunitaria de Empleo y Recursos Humanos, específicamente el capítulo Now, cuya intención es promover la ini-

ciativa como factor de cambio y la emancipación de las formas laborales tradicionales, optando por la cualificación y el autoempleo. La dirección de la red Euroemprender es www.euronow.org.

La **Guía de Recursos para el Empleo**, que podéis encontrar en la página www.recursoempleoandalucia.com/default.cfm es una herramienta a disposición de los profesionales de la orientación que trabajan en la comunidad andaluza, que pretende contribuir a enriquecer su saber-hacer, optimizar los recursos y conseguir una mayor eficacia en el servicio. Esta acción, enmarcada en el proyecto "Conéctate al Empleo" acogido a la Iniciativa Comunitaria Empleo-Now y



promovido por la Dirección General de la Consejería de Trabajo e Industria y el Instituto Andaluz de la Mujer de la Consejería de la Presidencia, ofrece información estructurada de interés profesional. El objetivo es favorecer la transición hacia el empleo de las mujeres andaluzas.

Organizaciones y asociaciones internacionales

Por último, os proponemos un recorrido por distintas webs que reflejan la situación de la mujer en el mundo:

○ **Mujeres en el desarrollo de Europa** www.eurosur.org/wide: Red de mujeres trabajadoras en el campo del desarrollo e investigadoras europeas interesadas en el desarrollo de los países del Sur.

○ **European Women Management Development Network** www.ewrnd.org: Asociación Internacional de directivas y empresarias.



○ **Amazone** www.amazone.be: Centro de reunión belga dedicado a promover la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.

○ **Annuaire au Féminin** www.iway.fr/femmes: Información sobre las mujeres francesas por temas.

○ **Fempres** www.reuna.cl/fempres: Red de información y comunicación latinoamericana que pretende localizar los problemas de la mujer y mejorar la equidad entre géneros.

○ **Kvinfo** www.kulturnet.dk/homes/kvinfo: Centro danés de información sobre mujer y género.

○ **Nora** www.scup.no/journals/en/j-123.html: Revista nórdica de estudios de la mujer.

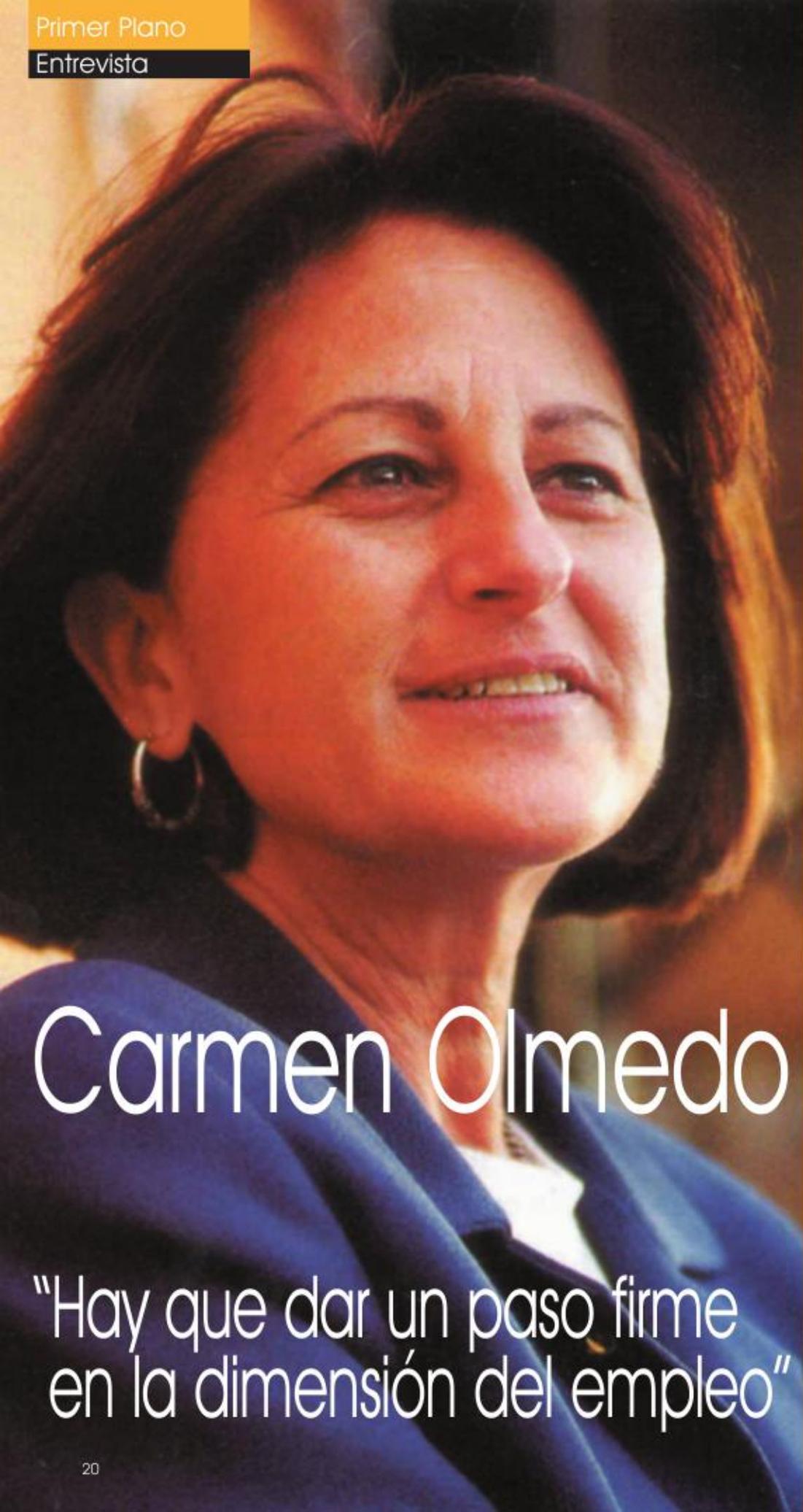
○ **Recursos de Mujeres** www.ibd.nrc.ca/mansfield/feminism: Lista de los recursos de las mujeres canadienses en la Red. □

1ª FERIA VIRTUAL DE LA MUJER EMPRENDEDORA

www.servicom.es/WWB

La Fundación Laboral WWB en España, perteneciente al Banco Mundial de la Mujer, llevó a cabo la 1ª Feria Virtual de la Mujer Emprendedora con el objetivo de facilitar nuevas formas de promoción de las mujeres empresarias. Inaugurada el pasado mes de diciembre, estará disponible en Internet hasta diciembre del 2000, tanto en español como en inglés.

La primera Feria Virtual de la Mujer Emprendedora simuló un espacio físico como el de cualquier feria, en la que estuvieron representados 350 stands de empresas de toda la Unión Europea. De esta forma, se facilitaba que cualquier persona o empresa pudiera conocer los proyectos y servicios, contactar con empresas de cualquier país, intercambiar experiencias y mantener relaciones comerciales. La página web ofrece diferentes posibilidades: En la sección "conferencias" se recogen diez intervenciones de personalidades relevantes del mundo institucional y empresarial; en la página "comentarios y sugerencias" los visitantes podrán expresar sus opiniones y mediante la sección "Otros links" se puede acceder a otras páginas de interés, ya sean las de las participantes en la feria, empresas que estén interesadas en estar asociadas, instituciones, etc.



Para Carmen Olmedo, directora del Instituto Andaluz de la Mujer, uno de los signos más evidentes de la evolución de las mujeres andaluzas es su creciente interés por el autoempleo y la creación de empresas. El compromiso del Instituto, tras el éxito de Fidem '99, sigue siendo el mismo: promover la igualdad y la participación de la mujer.
Entrevista de Isabel Valle

Carmen Olmedo

“Hay que dar un paso firme en la dimensión del empleo”

me El pasado año se celebró el décimo aniversario de la puesta en funcionamiento del Instituto Andaluz de la Mujer. ¿Cuáles han sido los progresos más importantes durante este periodo? ¿Aprecia un cambio significativo de y para con las mujeres andaluzas?

Carmen Olmedo: Cuando se creó, el IAM tuvo que afrontar una primera tarea que consistió en hacer un diagnóstico de la situación real de las mujeres andaluzas. Para empezar a trabajar, había que conocer primero sus problemas, escuchar sus propuestas y aportar soluciones. Una mirada retrospectiva sirve de aliciente: las mujeres matriculadas en las universidades andaluzas se han duplicado, la población activa femenina ha crecido un 22% y las parlamentarias han pasado de ser el 5% de la cámara autonómica a ostentar el 28% de los escaños. Y éstos son meros ejemplos del avance. Hay otras cifras que también han aumentado, como la de los presupuestos del Instituto, que se ha multiplicado por ocho al pasar de 383 millones en el año 1989 a 3.074 en la actualidad. Desde el IAM se ha apostado por crear servicios permanentes con continuidad en el tiempo. Así se ha llegado a construir una red de recursos con casi 300 centros y servicios en los que trabajan alrededor de 700 personas. Y todo eso, en apenas diez años.

De la evolución de las mujeres andaluzas durante estos últimos años, se traduce una situación social que se caracteriza por una profunda modificación experimentada en la condición jurídica de la mujer, un ascenso de la escolarización femenina, un incremento de su integración en el mundo laboral, una gradual intervención en la vida pública y, en definitiva, una participación visible de las mujeres en la sociedad en condiciones de igualdad.

me ¿Cuál es su balance sobre los centros Vivem? ¿Cuáles son sus mayores logros?

C.O.: Uno de los aspectos más significativos de la participación de las mujeres en el mundo laboral es el creciente interés por el autoempleo y la creación de empresas. Prueba de ello es que el número de mujeres empresarias y miembros de cooperativas se ha incrementado en más de un 50% en la última década. Las tendencias apuntan a que estos porcentajes seguirán creciendo en los próximos años. Actualmente, las mujeres representan el 22% del empresariado en Andalucía.

El Gobierno andaluz, a través del Instituto Andaluz de la Mujer, puso en marcha los Viveros de Empresas de Mujeres (centros Vivem) como recursos especializados en el acompañamiento a la creación y consolidación de empresas. Este programa se inició en el año 1992 en la provincia de Málaga, en el marco de la Iniciativa Comunitaria Now, y desde el año 1996 se ha generalizado a las ocho provincias andaluzas.

En cada uno de estos centros se ofrece información, orientación para el autoempleo, asesoramiento, formación en creación y gestión de

empresas y acompañamiento hasta la formalización y consolidación de las empresas.

Desde el inicio de los centros Vivem en 1996 hasta ahora, han sido asesoradas 7.586 emprendedoras y 1.636 empresarias. Si tenemos en cuenta que de estas mujeres emprendedoras que te he mencionado, han puesto en marcha sus empresas 700, que además han supuesto la creación de 200 puestos de trabajo, te puedo asegurar que el balance que puedo hacer de estos centros es altamente positivo.

me Recientemente se ha celebrado Fidem '99, la primera Feria Internacional de Empresas de Mujeres. ¿Cómo surgió este proyecto?

C.O.: La iniciativa de los centros Vivem, así como otras iniciativas empresariales puestas en marcha en los últimos años, están configurando un nuevo tejido productivo que incorpora innovación, diversidad y nuevos valores en la gestión de empresas. Pero somos conscientes del riesgo y las amenazas que rodean a estas iniciativas, debido tanto a las dificultades que entraña mantenerse y consolidarse en unos mercados cada vez más complejos, como a los obstáculos que como mujeres encuentran en las relaciones comerciales.

Por este motivo, y para poder seguir fomentando la actividad empresarial de las mujeres, desde la Junta de Andalucía organizamos la primera Feria Internacional de Empresas de Mujeres, que se celebró, como usted sabe, del 23 al 27 de octubre del pasado año en el Palacio de Exposiciones y Congresos de Granada.

me ¿Ha visto cumplido sus objetivos? ¿Para cuándo una próxima edición?

C.O.: Creo que los datos lo dicen por sí solos. Más de 20.000 personas visitaron Fidem '99, y se llevaron a cabo más de 350 entrevistas bilaterales y de grupo entre las expositoras, lo que ha generado entre ellas tanto acuerdos comerciales como de carácter asociativo; se ofreció asesoramiento especializado en marketing, cooperación inter - empresarial, comercio exterior e innovación tecnológica y estrategias de crecimiento empresarial y sobre todo, se hizo posible que mujeres de Latinoamérica, Europa y el Magreb hallamos sentado las bases para trabajar en red, para cooperar en la ampliación de mercados y para ser competitivas desde la calidad del producto o servicio prestado.

me ¿Cuál es la estrategia a seguir, tras la celebración del Fidem '99 y la entrada en el nuevo siglo, respecto a la política de empleo y fomento del empresariado femenino por parte del Instituto Andaluz de la Mujer? ¿Qué programas se están desarrollando al respecto?

C.O.: Una de las cosas que hemos confirma-

do con Fidem '99 es que la estrategia en la que se inscribe es la adecuada, independientemente de que siempre hay aspectos que se pueden mejorar, sobre todo, cuando estamos hablando de una feria que se realizaba por primera vez. Los centros Vivem se generalizaron a todas las provincias en 1996, y desde entonces, hemos ido ampliando y mejorando sus servicios, particularmente los dirigidos al crecimiento empresarial, ya que la situación de incertidumbre que genera el mercado requiere estrategias de las empresarias para mantenerse y crecer, y esas estrategias pensamos que deben basarse en la creación de redes y acuerdos de colaboración entre empresarias, para ampliar sus mercados desde un apoyo mutuo. Por ello, seguiremos apoyando a las asociaciones de empresarias, ofreciendo asesoramiento y formación empresarial y fomentando la cooperación entre empresarias, sin olvidar todas las acciones dirigidas a la animación para emprender y a la creación de empresas.

me ¿Cuáles son las vías para lograr una mayor participación femenina en todos los ámbitos? ¿En qué situación se encuentran las mujeres andaluzas en este momento?

C.O.: En estos últimos diez años hemos presenciado algunos de los cambios más importantes generados en la sociedad española: el de la progresiva transformación de estructuras sociales, de substratos jurídicos, de fundamentos económicos, de actitudes y comportamientos impregnados de esa noción de la vida patriarcal que todas y todos hemos conocido bien desde nuestra infancia. Desde el Instituto Andaluz de la Mujer hemos intentado, a través de actuaciones concretas, nuevas situaciones. Nuestro empeño ha estado centrado en la promoción de acciones palpables y medibles. Hemos caminado siempre teniendo por horizonte ese gran compromiso de respaldar a las mujeres, de resguardar sus pasos, de ofrecerles recursos y herramientas para hacer cada día más tangible su presencia en todos los ámbitos, y esa creo que tiene que seguir siendo la línea de actuación para conseguir tener presencia en todas las esferas de la sociedad. Las políticas de igualdad que hemos puesto en marcha están impregnando el funcionamiento de las más diversas instituciones públicas y privadas, incluso el de aquellas que en un inicio se manifestaron claramente en contra de estas políticas.

me ¿Cuáles son sus esperanzas para el nuevo milenio?

C.O.: Sabemos que es mucho lo que queda por delante. Están dados los elementos para que las mujeres tengan recursos, información y ayuda a su disposición, pero de cara al nuevo milenio creo que hay que dar un paso firme en la dimensión del empleo. □

La teoría del

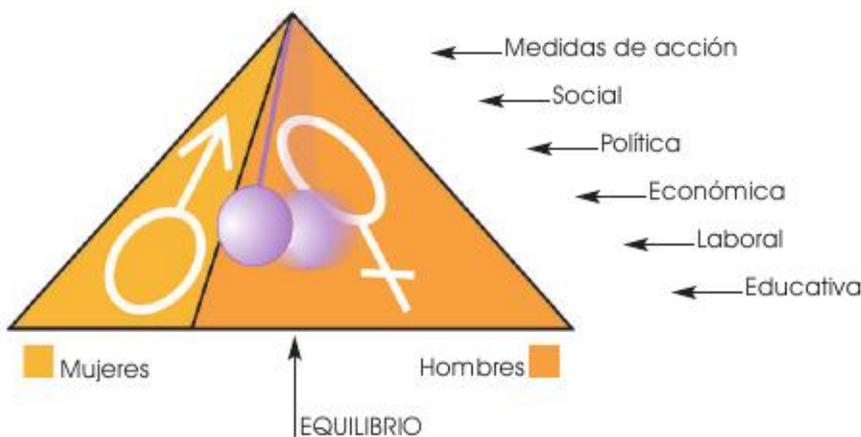
Los seguidores de esta teoría opinan que las medidas de acción que se están llevando a cabo para promover la igualdad entre hombres y mujeres están favoreciendo excesivamente a estas últimas en detrimento del sexo masculino. **Por Susana López***

El IV Programa de Acción Comunitario que se está llevando a cabo actualmente y cuyo objetivo, el Mainstreaming, integra la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en todas las políticas y acciones, puede ser considerado como el Plan de la consolidación, la reflexión y la planificación para el progreso.

Son numerosas las acciones que se están llevando a cabo en pro de la igualdad entre los sexos desde todos los ámbitos: medios de comunicación, cursos de formación, educación, mercado laboral, etc., y en todas ellas se favorece a las mujeres en mayor medida con el único fin de equilibrar las diferencias y desigualdades existentes entre los hombres y las mujeres.

Algunas de las medidas que se han estado implantando o que están siendo implantadas son las siguientes:

- Incrementar la presencia femenina en el mercado de trabajo.
- Identificar y eliminar las discriminaciones reales respecto a las mujeres trabajadoras.
- Suprimir o contrarrestar los efectos que producen las actitudes, los comportamientos y las estructuras fundadas en criterios estereotipados acerca de la división apropiada de las funciones de los hombres y las mujeres en la sociedad.
- Velar porque los hombres y las mujeres compartan responsabilidades laborales, familiares y sociales.
- Adaptar las condiciones de trabajo a las necesidades de las mujeres.
- Diversificar las opciones de trabajo para las mujeres, alentando



DISCRIMINACIÓN POSITIVA. La Organización Nacional del Trabajo no considera discriminatorio un trato especial durante un período de tiempo transitorio, en el que se favorezca en mayor medida a las mujeres con la intención de buscar la igualdad de hecho entre los sexos

su participación en las profesiones de futuro, fomentando una formación profesional adecuada a la demanda del mercado y consiguiendo que las mismas obtengan mayor y mejor información sobre sectores nuevos.

○ Favorecer la participación activa de las mujeres en los sindicatos, asociaciones empresariales, parlamento, ministerios, etc., para adoptar decisiones concernientes al empleo.

○ Cuidar para que las diversas disposiciones sean puestas en conocimiento del público y de la población trabajadora.



Péndulo



○ Alentar a los interlocutores sociales a que promuevan acciones que favorezcan a las mujeres en sus propias organizaciones.

Pero, aunque las medidas adoptadas están viendo sus frutos de forma rápida, no están consiguiendo los objetivos marcados en el tiempo esperado debido a que el sexo masculino considera que estas acciones atentan hacia la igualdad.

Sus opiniones al respecto son expuestas a través de la que se ha dado en llamar la "Teoría del Péndulo".

La definición que la lengua española recoge sobre el término "péndulo" hace referencia a que éste es un cuerpo grave, pendiente, que puede moverse libremente.

Muchos hombres piensan que se está ejerciendo una gran fuerza en el lado que ostenta el sexo femenino, oprimiendo con ello

al extremo contrario, espacio ocupado por el sexo masculino, lo cual reflejamos en el gráfico.

Los seguidores de esta teoría ven, con perspectivas de futuro, que se está ejerciendo tal presión que llegará el momento en que se tengan que adoptar medidas que favorezcan al sexo masculino, ya que consideran que las mujeres pretenden suplantar los modelos de comportamiento de los hombres, por lo que se resisten ante la idea de la pérdida o posible pérdida del estatus alcanzado, que la historia ha ido robando paulatinamente a las mujeres.

Ante este hecho, hay que decir que las medidas de acción que se están llevando a cabo para equiparar las desigualdades entre los sexos son únicamente estrategias temporales dirigidas a disminuir las grandes diferencias detectadas entre mujeres y hombres. "No se pretende dar un trato preferente siempre a las mujeres, sino llegar a conseguir la igualdad", comenta una de las diputadas del Parlamento Europeo.

En tanto que todos somos personas y potenciales titulares de derechos, alcanzada la igualdad, no se establecerán medidas dirigidas a mujeres ni se dará un trato preferente a las mismas.

El objetivo principal es el de equiparar y conseguir la igualdad de una forma paulatina y constante, no el de suplantar o eliminar al hombre.

Quizás el problema venga desde la base educacional, ya que muchas de las personas que integran nuestra sociedad no entienden este cambio social y cultural que se está produciendo a escala mundial. Una adecuada información y divulgación a través de los medios de comunicación de los objetivos perseguidos con estas medidas de acción, y la participación, colaboración e intervención del sexo masculino en las acciones que se están llevando a cabo, contribuiría a disminuir las resistencias, barreras y obstáculos con los que nos estamos encontrando las mujeres a la hora de conseguir la igualdad.

En la medida en que se alcance la igualdad entre sexos, todas estas acciones sociales, políticas, económicas, laborales y educativas que favorecen a las mujeres, se dejarán de llevar a cabo en pro a la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres <-> hombres y mujeres. □

*Directora RR.HH. de Su&ma Consultores.

Más universitarias

El 59% del alumnado universitario que terminó sus estudios en 1997 fueron mujeres, según los últimos datos difundidos por el Instituto Nacional de Estadística (INE). Esta proporción parece que va a mantenerse, puesto que el 54% del número de alumnos de nuevo ingreso en el curso 1997 - 98 también son mujeres. Tanto en las diplomaturas como en las licenciaturas el porcentaje de mujeres es alto, ya que representan el 67% y el 59% respectivamente, aunque todavía son minoría en estudios de Ingenierías Superiores (27%) y en las carreras técnicas (25%).

Mujeres y ciencia

Es el título del voluminoso informe patrocinado por la Dirección General de Investigación de la Comisión Europea, cuyo objetivo ha sido reflejar el papel de la mujer en el ámbito científico. Desde 1901, fecha desde la que se falla el Premio Nobel de Ciencias, sólo 11 mujeres han sido galardonadas frente a 457 varones.

Las autoras del documento, 12 científicas, afirman que el potencial de mujeres en la investigación europea está infrautilizado. A pesar de que aumenta el número de mujeres que estudian carreras científicas, sigue habiendo una escasa presencia femenina en los altos cargos científicos en la totalidad de los estados europeos. Las científicas ocupan a menudo mayor cantidad de puestos en el sector público, especialmente en las universidades, que en el privado.

Para resolver este problema, la Comisión Europea prevé una serie de medidas, entre ellas, apoyar las redes de mujeres científicas, animar a las mujeres a solicitar becas e inducir a los estados miembros a que se comprometan a alcanzar la paridad hombre /mujer en las academias e instituciones universitarias.

Diferencia salarial

El Ministro de Trabajo, Manuel Pimentel, ha presentado el informe "Evolución de los salarios según sexo en el periodo 1989 - 1998", elaborado por el Instituto Nacional de Estadística, en el marco de la Conferencia Europea sobre Igualdad Salarial e Independencia Económica. Este informe señala que la evolución de los salarios españoles durante este periodo se ha incrementado a una tasa acumulativa anual del 6,1% para las mujeres y a un 5,2% para los hombres. Sin embargo, el salario femenino es aún un 23% inferior al salario medio masculino. Por ello, Manuel

Pimentel señaló que habrá que acelerar el proceso de equiparación salarial. La tasa de paro femenino en España asciende al 22,85% frente a un 10,88% de la tasa masculina.

Convenios con empresas

Veintiséis empresas sevillanas han firmado convenios con el Ejecutivo andaluz para la contratación en prácticas de mujeres que han sido víctimas de malos tratos. Estos convenios se enmarcan dentro del programa de formación y empleo "Cualifica", que tiene como objetivo final la inserción profesional de estas mujeres. Ésta es una de las acciones que la Junta de Andalucía viene desarrollando tras la puesta en marcha del Plan de Gobierno Andaluz para la erradicación de la violencia contra las mujeres.

Programa Now

El programa europeo Now, gestionado a través de las Cámaras de Comercio, ha permitido la creación de 19 empresas por parte de mujeres en Sevilla desde su puesta en marcha en 1996 hasta finales de junio del pasado año. El objetivo del programa Now es reforzar las iniciativas empresariales de mujeres y facilitar su inserción laboral a través del autoempleo. Este programa ha permitido la creación de 919 empresas por parte de mujeres en 22 ciudades españolas y ha asesorado aproximadamente a 11.000 mujeres.

Del total de ciudades participantes en el programa, la provincia de Sevilla ha ocupado el decimoquinto puesto en creación de empresas y el decimocuarto en asesoramiento a la mujer y presentación de proyectos.

Programa Nereida

La Junta de Andalucía ha hecho un balance positivo del trabajo realizado a través del programa Nereida, dirigido a mujeres relacionadas con el sector pesquero onubense que se desarrolla en las instalaciones del instituto "La Arboleda" de Lepe.

Con la segunda fase de este proyecto, el Instituto Andaluz de la Mujer pretende facilitar la adquisición de competencias profesionales y empresariales para la gestión eficaz de negocios relacionados con el sector pesquero, así como promover la diversificación de actividades en este ámbito, valorizar el trabajo de las mujeres e involucrar a los agentes socioeconómicos en la promoción de sus proyectos.

Foro andaluz

El Foro Andalucía en el Nuevo Siglo, nacido en 1998, ha publicado un volumen en el que recoge el Documento Base que sirvió como punto de partida para los trabajos, los documentos de reflexión y análisis y las 151 propuestas de actuación. En el CD - ROM que acompaña al libro se encuentran todas las aportaciones presentadas por los participantes en el foro, las colaboraciones recibidas y una selección de los artículos de opinión y entrevistas publicadas en los medios de comunicación andaluces.

Entre las medidas de actuación, algunas de ellas proponen impulsar la incorporación de la mujer al mercado laboral, sobre todo a través del autoempleo, e intensificar la prevención y erradicación de la violencia contra las mujeres.

Congreso Europeo de Mujeres Rurales

El Congreso Europeo de Mujeres Rurales, cuyo objetivo ha sido discutir la situación actual de la mujer en el mundo rural y la forma de aumentar su participación en las actividades pro-

ductivas fue clausurado

a mediados del pasado mes de diciembre.

Al congreso asistieron más de 1.300 personas en representación tanto de las administraciones de las diferentes comunidades autónomas

como de las asociaciones de mujeres rurales

de España y otros países, entre ellos, Francia, Italia o Australia. Las actividades relacionadas con la rehabilitación del patrimonio artístico, la recuperación de productos artesanales o la oferta de turismo rural son algunas de las oportunidades laborales para la mujer en el ámbito rural. □



Nuestro espacio en la ciudad. ♀

participación

La creación de la Delegación de la Mujer en el Ayuntamiento de Sevilla, es la primera manifestación del compromiso socialista de trabajar por la transformación de nuestra ciudad, para convertirla en un espacio de convivencia compartido en igualdad por hombres y mujeres. Por primera vez nuestra ciudad contará con un organismo municipal destinado a diseñar y a desarrollar políticas y programas que atiendan las necesidades específicas de las mujeres.

La Delegación de la Mujer contará con los órganos de participación de las mujeres ya existentes, como el Consejo Municipal de la Mujer, las Comisiones de las Mujeres en los Distritos, los Consejos de Participación Ciudadana, etc. Contemplados como órganos de consulta, negociación y consenso, sumarán fuerzas a la hora de desarrollar proyectos y acciones. Uno de los compromisos adquiridos por esta Delegación, es el de promover la Carta de la Mujer en la Ciudad, acción que requerirá la participación de todos los colectivos que compartan esta finalidad.

Las Asociaciones de Mujeres, que históricamente han ocupado un papel referente en el desarrollo local, tendrán un protagonismo fundamental en las políticas que se desarrollan desde la Delegación de la mujer, a través del fomento y apoyo a Cursos de Formación, Convocatorias de Subvenciones, Premios de Investigación, Redes de relación entre los diferentes movimientos, y en definitiva, reconocer el protagonismo que en la transformación del papel de la mujer en nuestra sociedad han tenido los diferentes colectivos de mujeres.

Es lo que creemos

y por lo que trabajamos desde éste,

nuestro espacio en la ciudad.

Desde la Delegación de la Mujer del Ayuntamiento de Sevilla, vamos a desarrollar acciones encaminadas a:

- La ejecución del **Primer Plan Municipal de Igualdad de Oportunidades** para las mujeres.
- El desarrollo de **Planes Integrales de Actuación** con las mujeres en especial dificultad.
- Se potenciarán los **Consejos de Participación** de las mujeres.

- El apoyo y el fomento del **Asociacionismo** como fuente de participación.
- Se van a generar **Políticas transversales de Igualdad** en las diferentes Áreas Municipales.
- La creación de **Políticas Activas de Empleo** destinadas a las mujeres.

formación

grandes proyectos

- Velar por la **Salud** de las ciudadanas de Sevilla desde las competencias municipales.
- Realizar campañas dirigidas a la **Erradicación de la Violencia** contra las mujeres.
- Promocionar la **Producción artística** realizada por mujeres.



Nuestro espacio en la ciudad.

Con faldas y al taller

M^{ra} Ángeles Tejada

Directora General de SELECT RRHH ETT, S.A.

Miembro del Consejo Asesor del FIDEM



Naturalmente, será la primera vez que las mujeres se asoman a los trabajos llamados "de oficio", reservados tradicionalmente a los hombres. Sin embargo, la importante oferta de empleo en los sectores de la construcción, metalurgia o textil, nos permitirá en poco tiempo relacionarnos con lampistas, matriceras, carpinteras o yeseras a muy corto plazo.

De hecho, cambiar el delantal por el mono azul sólo requiere el dominio de determinados conocimientos, perfectamente asumibles por cualquier ser humano, unas dosis de habilidad y destreza, que tampoco dependen del sexo y un mucho de actitud que en general tiene graves déficits, especialmente en el público masculino, según se desprende de las numerosas vacantes existentes en estos perfiles.

No me cabe la menor duda sobre las capacidades innatas de la mujer y no sólo en los temas que requieren sensibilidad, metodología, intuición y criterio.

Elas están contribuyendo a transformar nuestra sociedad, aportando no poca humanidad y un mucho de sentido común.

Curiosamente y siguiendo las nuevas pautas del moderno "management", pocos

consejos directivos se permiten el lujo de prescindir de su presencia.

Una mayor feminización de nuestros talleres contribuirá sin duda a una valoración del trabajo más pragmática, en la que se premiará la eficiencia más que el compadreo, se favorecerán las relaciones humanas y se estimulará el compromiso entre los equipos de trabajo, dando mayor valor añadido a la empresas y favoreciendo su competitividad.

Siempre será preferible tener las manos embadurnadas de grasa, yeso o pintura, que contemplar unas manos limpias pero vacías de oportunidades laborales cargadas de prejuicios estúpidos. Afortunadamente, las tendencias en la gestión de la empresa, más centradas en el desarrollo de los conocimientos de las personas y la retribución del puesto en función del desempeño, no sufren otra discriminación ni asexuamiento más que el resultado final, que tiene que evaluar el mercado, o sea, los clientes.

Parece que se redescubra ahora el papel de la mujer en el mundo laboral, y hasta parece que en este descubrimiento, ellas deban ganarse un sitio en el reparto de puestos de trabajo, cuando, en realidad, la mujer no ha dejado jamás de trabajar en todos los sitios y en todos

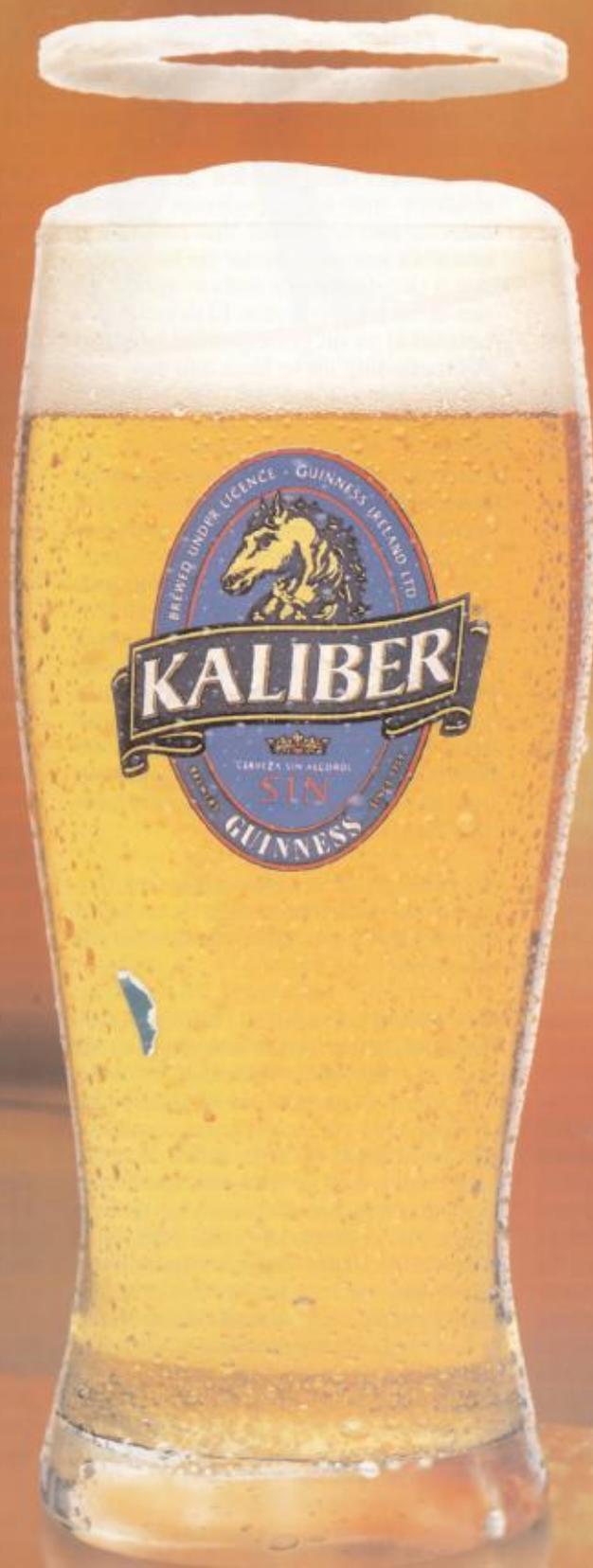
los oficios durante todo el tiempo, aunque a menudo no haya podido escoger libremente su trabajo y además haya soportado salarios inferiores a sus colegas hombres por idéntica tarea.

No sé ustedes, pero yo quiero mi casa bien pintada, que el coche funcione y que me reparen la lavadora lo antes posible, con total independencia de que el operario use sujetador, ya que en el fondo, lo único que todos exigimos a un profesional es que haga bien su trabajo y para ello, no hace falta levantarle la falda. □



KALIBER de BARRIL

Gloriosa





Guía para emprendedoras

Para convertirse en empresaria es necesaria una gran motivación, una dosis extraordinaria de esfuerzo y la consideración de una serie de aspectos claves. Esta es la primera entrega de una serie que pretende tratar con detalle todos los elementos a tener en cuenta para lanzarse a la aventura empresarial. **R.M.E**

La incorporación de la mujer al mundo laboral a través del autoempleo cobra cada vez mayor protagonismo. Según el Instituto Andaluz de la Mujer, en Andalucía se han creado en los cuatro últimos años 700 empresas. La mayoría de las iniciativas se han centrado en el ámbito local y en el sector servicios. La fórmula jurídica más demandada ha sido la de empresa individual. Pero, a pesar de que el autoempleo femenino se ha incrementado significativamente en los últimos diez años, aún queda mucho por hacer.

Para lanzarse a la aventura de constituir una empresa, es necesario contemplar una serie de aspectos ineludibles si queremos que parta de una buena base.

La idea

A todos se nos ha ocurrido alguna vez una idea de negocio, pero no sabemos muy bien como explotarla. También puede ocurrir que deseemos crear una empresa pero no tengamos muy clara la idea sobre la que apoyarla. Se requiere una buena dosis de creatividad para encontrar una idea que nos satisfaga. Puestos a buscar una idea, es necesario considerar aquellas que han tenido éxito.

Según los expertos, existen una serie

de factores que pueden generar en nosotros una idea: podemos intentar detectar una necesidad, una carencia, o una deficiencia, disfrutar de las aficiones o decidirnos por nuevas aplicaciones de viejos productos. El detectar una necesidad es un principio fundamental del marketing. Si se hace a tiempo y se cubre adecuadamente la aventura empresarial, ésta tiene grandes posibilidades de tener éxito. El detectar una carencia o una deficiencia es una de las principales motivaciones que suelen llevar a la emprendedora a asumir el riesgo de establecerse por su cuenta. Otra de las mejores ideas para montar un negocio propio es partir de nuestros gustos o aficiones, aunque también existe el riesgo de no prestar demasiada atención a los aspectos que no nos gustan. Aprovechar los cambios sociales o buscar nuevas aplicaciones a viejos productos son otras vías que, en muchas ocasiones, han dado muy buenos frutos.

El hallazgo de una idea original es fundamental para el desarrollo de un negocio en un entorno tan competitivo como el actual.

Sin embargo, existen fórmulas que permiten poner en pie una empresa sin que sea necesaria una idea brillante. Un claro exponente es el sistema de franquicias, que se presenta como una de las mejores oportunidades de negocio, tanto para la persona que desea montar su propia empresa y no tiene la experiencia deseada, como para aquel empresario que quiere expandir su actividad aprovechando las ventajas que le ofrece este sistema. La franquicia se basa en un convenio contractual entre dos personas naturales o jurídicas, en el que una de las partes, el franquiciador, aporta la idea de negocio, el servicio, la marca o los conocimientos

y la otra, el franquiciado, crea la empresa siguiendo las ideas del franquiciador para explotar el negocio. El sistema tiene varias ventajas para el franquiciado: la idea es aportada por el franquiciador, se cuenta con su apoyo en distintos aspectos y se forma parte de un grupo. El sistema de franquicias reduce enormemente los riesgos de un nuevo negocio, por lo que está experimentando un gran desarrollo.

Uno de los principales temores de la emprendedora es dilucidar si su idea es buena y viable. Para descubrirlo, es conveniente tener en cuenta diversos factores que pueden inducir al éxito o al fracaso. La claridad de objetivos, el conocimiento del negocio, la diferenciación, la orientación al mercado y la planificación del negocio ayudan a conseguir el éxito. Por el contrario, si se desconoce el mercado, el producto o servicio es inadecuado, se cometen errores de comercialización, no se realiza una buena planificación o no se conocen los aspectos fundamentales de la gestión empresarial, es probable que la empresa no salga adelante.

El Plan de Negocio o "Business Plan" es un documento más o menos formal en el que la emprendedora define minuciosamente todos los aspectos importantes de su negocio: el producto o servicio, el plan de marketing, el plan de operaciones, el plan financiero, el plan de organización y los aspectos legales. El objetivo fundamental de realizar un Plan de Empresa es facilitar la reflexión de la emprendedora, que debe adaptarlo a su propia forma de trabajar.

El mercado

Actualmente no es suficiente tener un buen producto para mantener un negocio, ya que éste depende, en última

instancia, de la habilidad desarrollada para satisfacer rentablemente las necesidades y deseos de sus clientes. Por eso, lo primero que debe hacerse tras el hallazgo de la idea de negocio a explotar es definir la empresa desde el punto de vista del cliente.

Un mercado para un producto o negocio es un conjunto de clientes con unas necesidades que satisfacer y recursos para pagarlas, condición "sine qua non" para que podamos considerarlos como tales.

El mercado reside en la necesidad. Puede hablarse de mercado posible (existe una necesidad, pero no hay dinero), mercado potencial (existen necesidad y dinero, pero no hay deseo de comprar) o mercado latente (existe dinero y se desea comprar, pero el producto no es necesario).

Lo esencial de este proceso es pasar de una orientación al producto a una orientación al mercado.

Una vez definido el mercado en el que vamos a movernos, hay que obtener el máximo de información al respecto: su tamaño, evolución, los productos que se están ofreciendo, los competidores, los sistemas de distribución que se están utilizando, etc. Las características del mercado son los factores determinantes.

Es frecuente que el mercado descubierto sea demasiado amplio, complejo o incluso difuso. Para delimitarlo, podemos clasificar los clientes según diversos parámetros: capacidad de compra, localización geográfica, grado de necesidad, etc. A esta operación se la denomina segmentación del mercado. Cada grupo de clientes constituye un segmento. Así podremos concentrarnos en aquellos que nos resulten más accesibles o ventajosos. Existen innumerables criterios para segmentar el mercado. Los más usuales son los criterios geográficos, demográficos, económicos, culturales y sociales. El número de segmentos o el grado de detalles es opcional, aunque el trabajo del análisis del mercado es importante, ya que la emprendedora podrá elegir los segmentos que le interesan y desear otros. La delimitación y la especialización en un segmento concreto del mercado es una recomendación bastante extendida y razonable para obtener la máxima eficiencia en su explotación: a la larga, el resultado de "vender de todo a todos" no es positivo. También conviene tener claro qué segmentos atacar primero y cuáles se abordarán en etapas posterior-



res, una vez que se hayan cumplido determinados objetivos o se den determinadas condiciones. Cuando decidamos definitivamente los segmentos a desarrollar, será un poco más fácil identificar al cliente tipo, que nos va a permitir comprobar si el producto o servicio inicial se adapta a sus necesidades y deseos. También así podremos conocerlo mejor, para llegar

finalmente a saber qué es lo que quiere.

Si el producto no resulta adecuado para el tipo de cliente, la emprendedora debe reflexionar sobre la manera de adaptar su producto para satisfacer plenamente las necesidades de sus clientes. Esta es una de las claves de la orientación al mercado: en lugar de desarrollar un gran producto y buscar posteriormente un mercado que lo adquiera, es más práctico, dado un mercado de ciertas características, lanzar un producto específicamente diseñado para satisfacer un determinado deseo o necesidad.

El producto o servicio

El futuro del negocio emprendido depende de la cantidad y calidad de las ventas y los beneficios. Por ello, conviene reflexionar sobre los productos o servicios que ofrecerá la empresa y preguntarse si cumplen o no las necesidades de nuestros clientes.

En este punto, las emprendedoras con una fuerte base técnica suelen tener problemas, ya que creen que su producto es el mejor, y que por esa razón, será comprado en masa. También suele insistirse en trabajar un producto o servicio por el hecho de que ha funcionado bien durante años, sin tener en cuenta que el mercado, o sea, las necesidades de los clientes, pueden haber cambiado. Estos errores pueden hacer fracasar todo un proyecto.

Es importante, aunque parezca obvio, clarificar el concepto de producto: el producto es el arma que nos va a permitir conquistar el segmento del mercado que nos hemos trazado como objetivo. Ésto implica considerar que si bien hemos basado la idea de empresa en un producto muy concreto, es posible que posteriormente haya que abandonarlo y trabajar otros productos distintos.

Centrar un negocio en un producto concreto significa que el proyecto empresarial está sometido a importantes riesgos tecnológicos y comerciales. El producto materializa la idea de negocio, por lo que, incluso en empresas establecidas, la necesidad de lanzar nuevos productos lleva a explorar nuevas ideas de negocio.

El producto en cuestión debe poseer una serie de características o atributos que lo identifiquen y, preferiblemente, lo diferencien de los demás productos que pretenden satisfacer la misma necesidad. El concepto de producto debe fijar: el público objetivo (segmento de mercado); los beneficios que aporta (qué necesidad satisface); el tipo de producto (cómo lo clasificará el cliente); el nivel de precio (coste bajo, elevado, etc.); su forma de utilización o consumo (cuando se usará, en qué ocasiones, etc.) y la integración en la gama de productos (si el producto es coherente con el resto de productos de la empresa, etc.)

El concepto de producto se materializa en el producto formal, el producto en sí mismo. El proceso de desarrollo del producto formal debe ser coherente con el concepto. Por ejemplo, en el sector servicios, en el que afloran actualmente numerosos proyectos emprendedores, resulta muy difícil otorgar forma real al servicio ideado. Por ello, todos los elementos que acompañen al servicio (las tarjetas de visita, por ejemplo), además de otros bienes tangibles o servicios adicionales (el embalaje del producto, la información sobre características y uso, la garantía, el servicio post-venta, etc.) también deben estar definidos. Todos ellos constituyen el llamado producto ampliado, es decir, todo aquello que el cliente recibe al comprar un producto. El producto ampliado es lo que permite materializar el producto formal y dotarlo de unas características concretas.

El diseño y la adaptación del producto, sin olvidarse del objetivo perseguido (satisfacer una necesidad del mercado) son las mejores bazas para lograr su venta. □

El cariño, la ilusión, el esfuerzo y la comprensión mutua han conseguido que un grupo de mujeres con muchas dificultades a sus espaldas hayan logrado acceder al mundo laboral
R.M.E.

Juana Muñoz,
socia fundadora de "Panacea 2000"



Victoria Martínez, responsable
del Área de la Delegación de la Mujer
del Ayuntamiento de Sevilla



Abriendo

"Gracias al centro, he salido de casi todos los problemas que he tenido". Así resume Juana Muñoz, socia fundadora de la futura cooperativa "Panacea 2000", su experiencia formativa en el Centro Leonor Dávalos de Sevilla, que comenzó su andadura en 1990. Creado para atender a mujeres con dificultades graves, como por ejemplo aquellas que empujadas por diversas circunstancias habían acabado ejerciendo la prostitución, sus líneas de actuación contemplaban desde el principio la necesidad de la formación y la sensibilización social, ya que como afirma Rosa Hermoso, jefa de Servicios del Área de la Mujer del Ayuntamiento hispalense "en muchas ocasiones no se trataba solamente de un problema económico, sino de la desestructuración social que provocaba el vivir una situación difícil, lo que incapacitaba a las mujeres para buscar una solución".

Tras llevar a cabo distintos programas, los profesionales del centro Leonor Dávalos presentaron un proyecto de formación y empleo a la convocatoria del plan comunitario Urban en septiembre de 1996, que fue aprobado por la Unidad de Promoción de Empleo del Área de Economía y Empleo del

Ayuntamiento de Sevilla y subvencionado íntegramente. Santos Gavero, agente para el empleo y el desarrollo local, señala que para la aprobación de este proyecto no sólo se tuvo en cuenta su viabilidad, sino también las acciones que lo acompañaban y el colectivo al que estaba dirigido: "La creación de empleo es importante, pero no es un hecho aislado. La decisión de aprobar un proyecto es integral". La inserción laboral, el desarrollo personal, social y familiar y la formación específica en la industria textil eran los ejes de este proyecto. Quizás la mayor dificultad, señala Rosa Hermoso, residía en la desconfianza de los demás: "No se lo creía absolutamente nadie, pensaban que éramos una locas, que no teníamos posibilidades de conseguir absolutamente nada. Las críticas que más nos dolían eran las de los profesionales de otras entidades, que pensaban que no trabajábamos adecuadamente, porque se trataba, entre otras cosas, de una población reducida. Pero si queremos una sociedad más justa e igualitaria tenemos que contar con todo el mundo, y desde luego, una sociedad justa e igualitaria sin empleo no significa nada". Las dificultades, sin embargo, han tenido el éxito como fruto y prue-

ba de ello ha sido la concesión del galardón "Plaza Mayor" otorgado por la Federación de Municipios de España.

Los tres grupos de mujeres participantes en el proyecto, un total de 30, presentaban problemáticas distintas. Sin embargo, todas ellas estaban unidas por un nexo común: la dificultad para acceder al mercado laboral.

Rosa Hermoso señala la idea fundamental de esta experiencia: "Queríamos demostrar con ésto y creo que se ha demostrado, que trabajando nadie está perdido. Por eso, lo fundamental era facilitar el empleo, pero no sólo a través de la formación en sí, sino a través de profesionales que supieran trabajar todos los aspectos de una persona".

La implicación personal y la consideración de los aspectos emocionales ha sido clave a la hora de afrontar esta experiencia. María Osuna, psicóloga del proyecto, destaca la calidad humana y el cariño mutuo como los desencadenantes del éxito: "Lo que había era un lujo. Ha habido un derroche de cariño. Si ellas -refiriéndose a las

*María Osuna,
presidenta de la asociación Panacea*



*Rosa Hermoso, jefa de servicios del Área
de la Mujer de la corporación municipal
hispalense*



*Santos Gavero, agente para el empleo y
el desarrollo local del Área de Economía
y Empleo del Ayuntamiento de Sevilla*



puertas

alumnas- no llegan a querer este centro, no hubiera habido éxito. Para muchas es casi lo más importante de su vida. Ahí está todo, en el apoyo. Son pequeñas cosas que para personas que tienen tantos problemas, son fundamentales. Además, hemos tenido el privilegio de conocer esas realidades de las mujeres". María Osuna apunta también que entre todos nosotros, entre los que disfrutamos de una vida normalizada y los que no disponen de ese privilegio, existen espacios comunes en los que nos comprendemos, por lo que se pregunta: "¿ Por qué socialmente tiene que haber esa distancia? Yo pienso que la única manera de ir eliminando toda la pobreza es irnos acercando y entendiendo cada una la realidad de la otra. Esa es la fuerza". Por ello, estos profesionales reivindican un modelo de trabajo donde se implique el factor emocional, especialmente en colectivos con especiales dificultades.

Victoria Martínez, responsable de la Delegación de la Mujer de la corporación municipal hispalense se refiere al proyecto como "un recorrido a tres bandas", en el que destaca la preocupación y al mismo tiempo, la obliga-

ción del ayuntamiento a la hora de promover este tipo de actuaciones, la implicación personal de los profesionales y sobre todo, el esfuerzo de las mujeres. Por eso espera "tener muchas oportunidades para plasmar proyectos como este".

Una vez finalizado el proyecto, ha visto la luz la Asociación para la Promoción Socio - Laboral de la Mujer "Panacea", de la que María Osuna es presidenta. La asociación ha apoyado la creación de la futura cooperativa textil "Panacea 2000", compuesta por cuatro socias, que incluye en su organigrama un departamento de formación y otro de salud laboral. Actualmente, las treinta mujeres participantes en el proyecto están ocupadas: el 70% ha conseguido reinsertarse laboralmente y el resto se mantiene en activo participando en cursos y otras actividades. María Osuna señala que "el 100% no está en la calle ejerciendo la prostitución. Están con muchas esperanzas abiertas". El ejemplo de Juana y sus otras tres socias puede además transmitir fuerza a sus compañeras para salir adelante.

El mérito de todas ellas es excepcional.

Rosa Hermoso comenta que " a pesar de la dificultad, a medida que había adhesiones, la responsabilidad que ellas tenían era mayor, porque no querían no cumplir con las expectativas. Cuando se fundó la cooperativa, los demás comenzaron a pensar que si han tenido capacidad para organizarse en una empresa, para trabajar por sí mismas, pues será que valen". María Osuna concluye: "Elas han terminando el curso, pero siguen luchando". □

COOPERATIVA PANACEA 2000

○ CONFECCIÓN:

Ropa de Hogar
Ropa de Vestir
Disfraces
Babys de guardería

○ ARREGLOS Y RECICLAJE DE ROPA

Calidad, un excelente servicio y atención personalizada

C/ Antonio Susillo, 6, bajo izquierda
(Sevilla).

Tlfs.: 954 284 317 · 606 552 212



Impulsor de la igualdad de oportunidades

El Consejo de la Mujer Empresaria de la Confederación de Empresarios de Andalucía es una comisión especializada cuyo objetivo es impulsar y potenciar el reconocimiento de la mujer en el tejido empresarial andaluz. **M^a José Navarro***

Antes que nada, enviar a quienes hacen posible esta nueva publicación mi saludo más afectuoso y mis mejores deseos de éxito para Mujerempresadora, que, sin duda, nace como un instrumento al servicio de la sociedad andaluza y, en concreto, al de uno de los sectores emergentes de la economía andaluza, las mujeres empresarias.

Es una feliz noticia que la sociedad andaluza cuente, a partir de ahora, con un nuevo medio de comunicación que va a servir para conocernos mejor y, además, para acercar a la sociedad andaluza la magnífica aportación de un gran número de empresarias que arriesgan sus recursos y su trabajo en beneficio del desarrollo de la comunidad.

Estoy convencida de que esta nueva publicación servirá para prestigiar a las emprendedoras andaluzas, y, en este sentido, cuenta con toda la colaboración del Consejo de la Mujer Empresaria de la CEA, que tengo el honor de presidir.

Nuestro Consejo se constituyó el 27 de noviembre de 1997 como una comisión especializada de ámbito interno que asesora a los Órganos de Gobierno de la Confederación de Empresarios de Andalucía en todos aquellos temas relacionados con la mujer empresaria. El objetivo es impulsar, desarrollar y potenciar el reconocimiento de la mujer andaluza como agente económico, con un peso específico e importante en el tejido empresarial andaluz.

Fomentamos la formación integral de la mujer en el campo profesional y empresarial, promovemos la igualdad de oportunidades, incentivamos la creación de autoempleo y el asociacionismo empresarial entre las mujeres. De hecho, las Asociaciones de Mujeres Empresarias de Sevilla, Almería, Granada, Huelva, Jaén, Costa del Sol y Córdoba pertenecen al Consejo, además de una amplia representación de carácter intersectorial.

Como mujer empresaria, no ceso en mi empeño de transmitir, desde mi modesta experiencia, la ilusión y el carácter emprendedor a aquellas mujeres que se atreven a embarcarse en la siempre arriesgada pero a la vez gratificante tarea de ser empresaria. Es más, las animo a ser partícipes del exclusivo privilegio de generar riqueza y empleo.

Uno de los fenómenos más trascendentes del último tercio del siglo XX ha sido la incorporación de la mujer a la vida económica y social, en general, y a la función de dirección, en particular. Soy consciente de que todavía nos queda mucho camino por recorrer. No obstante, no deja de ser significativo el papel de la mujer como emprendedora, ya que en los últimos cuatro años, en nuestro país, la cifra de mujeres empresarias ha crecido un treinta por ciento frente a un cinco por ciento de hombres.

Afortunadamente, algo está cambiando. Son muchas las mujeres que hoy día se atreven a ser empresarias. Paralelamente a este fenómeno, se está produciendo un profundo cambio en los patrones culturales, lo que se traduce en un incremento considerable de la incorporación de la mujer al mercado laboral y en una mentalidad nueva que nos hace ser competitivas para crear empresas, con capacidad, formación y aptitud.

Otro indicador es la cantidad de mujeres que acceden a las aulas universitarias. Basta conocer el censo femenino en las facultades de Ciencias Económicas y Empresariales para comprender que se ha desarrollado una verdadera revolución social en muy poco tiempo. En este sentido, la formación es, sin duda, uno de los factores estratégicos donde se deben apoyar las mujeres hacia el autoempleo y el desarrollo de las vocaciones empresariales. Debemos participar y comprometernos con el desarrollo de nuestra sociedad y ejercer como profesionales en sectores económicos que tradicionalmente han estado acotados por los hombres.

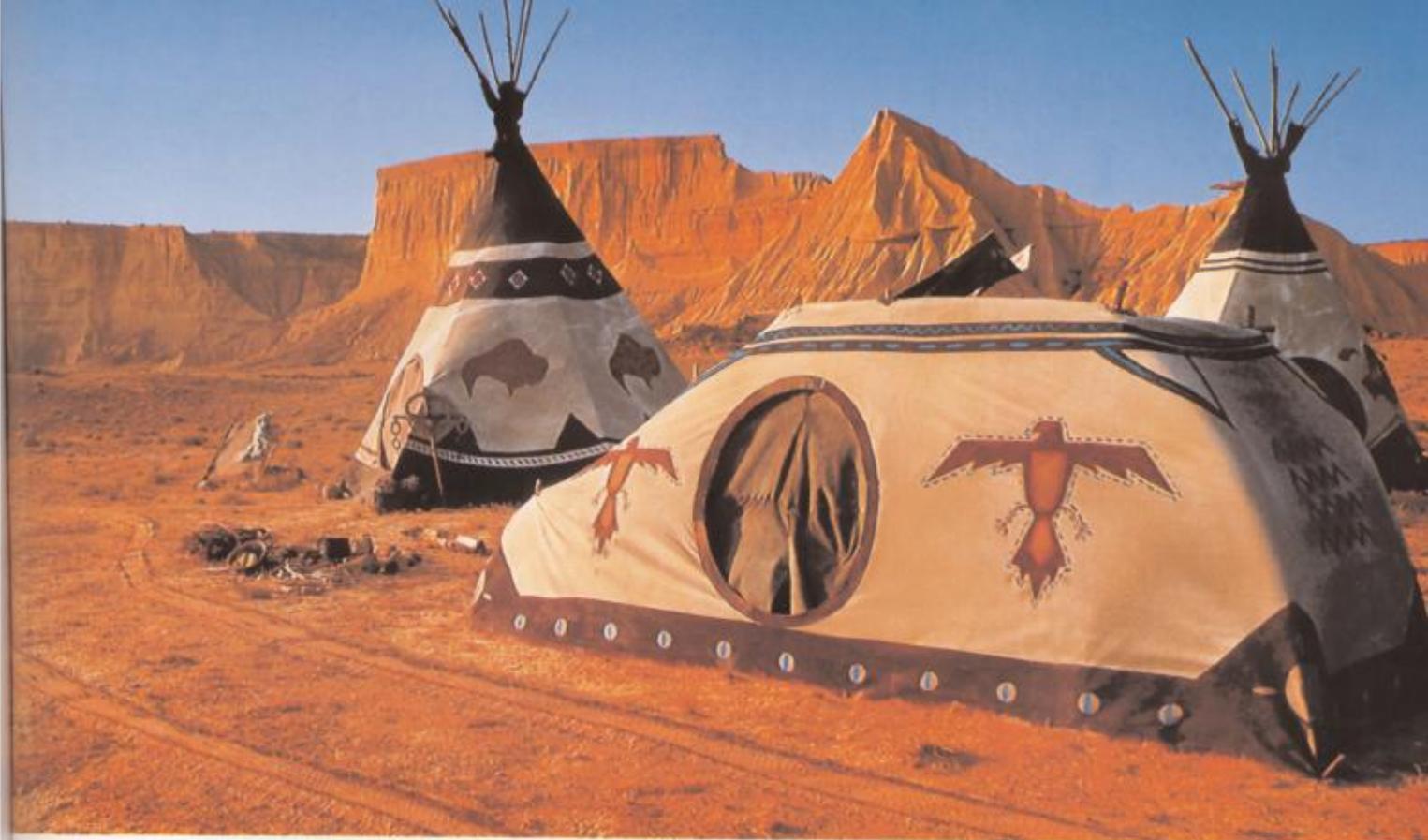
Pero no todo es formación. Se necesita capacidad emprendedora. Hay que sembrar la semilla de la gente dinámica, arriesgada, emprendedora y moderna, y, entre todos, contribuir a una Andalucía abierta al futuro, comprometida con el progreso y el bienestar de todos.

La sociedad del futuro necesita emprendedoras.

Estas reflexiones son las que me mueven para continuar trabajando desde mis responsabilidades como presidenta del Consejo de la Mujer Empresaria de la CEA.

Estoy convencida de la idoneidad de esta nueva publicación, que surge con vocación de impulsar y plasmar la realidad de la mujer emprendedora. Por ello, felicidades, una vez más, a los promotores de esta iniciativa; felicidades a su directora y a todos sus colaboradores, porque están trabajando en un proyecto bueno para el desarrollo andaluz. Felicidades, y mis mejores deseos de éxito para "Mujer Emprendedora". □

***Presidenta del Consejo de la Mujer Empresaria de la Confederación de Empresarios de Andalucía.**



Nuevo Renault Scénic. La evolución es contagiosa.

Con Renault Scénic no sólo nació un coche. Se produjo un increíble avance en la forma de ver y entender el automóvil. Y ahora ha vuelto a dar un gran paso. Esta vez ha conseguido, incluso, evolucionarse a sí mismo. Es el nuevo Renault Scénic. Un coche con un diseño completamente innovador que cautiva por su avanzada funcionalidad. Y por mucho más:

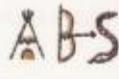
su extraordinaria visibilidad, luminosidad y confort. Tan evolucionado, que resulta contagioso.



MOTORES MULTIVALVULAS



SRP 4 AIRBAGS



ABS



2 TECHOS SOLARES (OPCIÓN)



MODULARIDAD



LINETA PRACTICABLE



Renault Scénic
Evolucionario



RENAULT

www.renault.

RED RENAULT DE ANDALUCÍA

Bienvenid@s



Inmaculada Leyva Ramos
Directora de Onda Jerez Radio

Lestrenamos hoy esta nueva ventana con sumo placer, justo coincidiendo con el estreno del nuevo milenio, asunto que nos ha dado perorata suficiente durante los últimos meses... Como era de esperar y a pesar de los agoreros tremendistas, nada demasiado especial ha sucedido en la permuta de los dos dígitos milenarios, salvo esas cosas cotidianas, buenas y malas, agradables y desastrosas, que pueden suceder en un día cualquiera de cualquier vida, por el simple hecho de vivir y hacerlo un@ con todas sus consecuencias.

Es ésta, no obstante, una de esas alegrías simples que te llenan de satisfacción, sobre todo si amas la palabra en cualquiera de sus formas y manifestaciones, más aún cuando estas páginas suponen el colofón y a la vez el punto de partida de un hermoso proyecto en el que un buen grupo de gente estupenda -lo sé- ha puesto mucho empeño, trabajo e ilusión. Siempre es grato ver cómo una idea toma forma y cómo todas las manos se aúnan para sostener lo que deja de ser sólo un sueño para convertirse, poco a poco, en una constatable realidad. Más aún si esa realidad se apoya, como es el caso, en un proyecto periodístico serio y profesional. Echamos a volar, pues, con un ala desplegada, a la espera de que, una vez en el aire, la una ayude a la otra, -para eso están ustedes- y puedan ambas hacer de este vuelo una travesía positiva y reconfortante.

Mujer Emprendedora nos convoca a partir de ahora al debate, a la reflexión, al intercambio, además de proponerse como una herramienta útil para la mujer de hoy... También como un elemento de información indispensable para el hombre actual.

Y aunque, como decíamos antes, el salto de diciembre a enero se sucede de manera natural y conforme al calendario que nos rige, obligado es que esas reflexiones y valoraciones propias de cada final de año nos lleven en este caso, estrenado el 2000, a evaluar más ampliamente lo que ha dado de sí todo un siglo y ese reto al que nos enfrenta la historia, como ciudadan@s del nuevo milenio. Cabe pues, en nuestra primera tribuna, partir de esta reflexión, para volar después -junto con ustedes- hacia el infinito de nuestro apasionante futuro.

Entre todas esas historias de la Historia, elaborada con los mimbres de los grandes momentos del último milenio, aflora la historia de la mujer en este siglo, sustentada sobre una cadena constante de

acontecimientos y engarzada al propio devenir de la sociedad moderna. Si no fuimos absolutas protagonistas de esos acontecimientos -nadie lo es-, si se nos reconoció como parte activa y sustancial de todos ellos, lo cual nos sacó del anonimato premeditado, que no es poco. Si el siglo XIX nos dejó la lucha y el testimonio de un floreciente deseo por el dominio del espacio propio (algo que entonces sólo unas privilegiadas pudieron trasladar a la esfera de lo público), el siglo XX ha constatado la evolución imparable de la autonomía femenina hacia ese espacio bipolar, dentro y fuera del hogar, determinado por la propia voluntad individual. Al menos así ha sido en el ámbito de la cultura occidental, sin que podamos de ahora en adelante -por las mismas razones aludidas- obviar la gran deuda que mantenemos con los países menos desarrollados y aquellas otras culturas que perpetúan el sometimiento de la mujer como principio de autoconservación.

Enumerar aquí los grandes logros de la mujer en este siglo resulta imposible. Por otro lado, reconocerlos no supondrá nunca, en ningún caso, relajarnos en la denuncia de cuantas situaciones de injusticia, peligro y violencia, aún perviven. Ni mucho menos asumir que estamos en la cresta de la ola, máxime cuando nuestras conquistas no nos han salvado aún de múltiples tensiones contradictorias, que nos sitúan a menudo en situaciones extremas, ingratas y difíciles.

Creo, sin embargo, que si nos atrevemos a definir este periodo como un siglo de encuentro, no andamos muy desencaminad@s. Francoise Thébaud plantea en su formidable trabajo sobre la Historia de las Mujeres en el Siglo XX que "la relación entre los sexos no es un hecho natural, sino una interacción social construida e incesantemente remodelada, consecuencia y al mismo tiempo motor de la dinámica social". Hemos de coincidir con ella en que se ha de relacionar siempre la evolución de la condición femenina con la evolución de la condición masculina. Y en este sentido, apostar por la conquista desde un concepto más amplio, la evolución del 'gender system' o "conjunto de roles sociales sexuados y sistema de pensamiento que define culturalmente lo masculino y lo femenino, y que dan forma a las identidades sexuales". Entiendo que será este el punto de partida para que tod@s podamos hablar de victoria.

La lucha es ardua y meritoria. Queda mucho por hacer, pero tenemos todo un siglo por delante. Así que, bienvenid@s y manos a la obra. □



Ha nacido una nueva compañía. La suya.



Porque ha nacido el mejor aliado para su empresa:

&@supercable empresas

Adaptamos el mundo de las telecomunicaciones a usted y a su empresa

- Le ofrecemos la última tecnología,
- & la máxima rentabilidad,
- & la mayor seguridad,
- & nuevos servicios,
- & soluciones completas para sus comunicaciones actuales y de futuro,
- & una forma más cercana de trabajar.

Todo para conseguir una empresa más competitiva y eficaz. **La suya**



Llame al
1492
e infórmese

o al **900 22 21 20** si lo hace desde su móvil
y en su Distribuidor Autorizado de supercable.
www.supercable.es



Pec: Un espacio propio

El diseño y la producción de espacios interiores constituyen la ocupación de Pec, una empresa de arquitectura interior que ha abierto recientemente su nueva sede en Sevilla. La notable presencia femenina caracteriza sus servicios. **R.M.E**

Una constructora, talleres de fabricación y gabinete de ingeniería propios, configuran la identidad de la empresa Pec, especializada en el diseño,

Perteneciente al grupo IPS, que opera desde hace más de catorce años en España y Portugal, uno de sus principales baluartes consiste en proporcionar un servicio completo, sin intermediarios. Pec diseña, construye, equipa, y se ocupa de los trámites legales pertinentes hasta ofrecer la "llave en mano" a su cliente. Su principal objetivo es llegar a conseguir la mejor combinación entre los precios y los plazos de entrega. Con más de 600 proyectos a sus espaldas, entre sus principales clientes se encuentran compañías como McDonald's, Burger King, Visionlab, Bocatta o Aldeasa.

La apertura de su nueva sede en Sevilla, que integra una gran presencia femenina, obedece a su política de expansión, que también contempla la constitución de otras cinco delegaciones en España antes de finales de año. En nuestra comunidad, Pec tiene como clientes a las firmas "Doñana Tapas y Horno de Arlés", "Jolfer" "Rehala Grill" y "Calzados Díez".

La delegación sevillana cuenta con 19 trabajadores, 13 de ellas mujeres. El Departamento de Diseño está integrado por Nieves Gil, directora, Alicia Fernández, diseñadora gráfica, Úrsula Pfaffermayr, arquitecta interiorista y Montserrat Palacín, interiorista.

El Departamento de Operaciones, cuyo director de operaciones y proyectos técnicos es José Luis Jiménez, cuenta con Cristina Peña como directora de proyectos técnicos y responsable de proveedores, Arantxa Mato como directora de pro-

yectos técnicos, Hélène Autret como directora de proyectos no técnicos y responsable de proveedores y Sandra Cobano como auxiliar de este departamento. Laura Jackson y Marina Paunet, ejecutivas de cuentas, e Isabel del Pozo, asistente comercial, forman parte del Departamento Comercial junto a Antonio Santos como director. María Luisa Ortega es responsable de recursos humanos y Estefanía Noguera es responsable de comunicación y asistente de marketing.

El Departamento de Ingeniería y la Jefatura de Administración cuentan con presencia masculina: José Luis Jiménez y Manuel Moreno, y Francisco Díaz, respectivamente. Rafael Cueto es director de marketing y Ramón Ramírez es ingeniero informático. La presencia femenina en Pec se centra, por tanto, en el Departamento de Diseño.

En este sentido, Nieves Gil, directora de este departamento, afirma que "en la fase del proyecto de diseño, el hecho de ser una empresa femenina hace que la relación con los clientes sea bastante fluida, ya que los usuarios confían en gran medida en la sensibilidad e intuición femenina, sobre todo a la hora de captar sus necesidades en lo que a decoración se refiere". Sin embargo, Nieves Gil apunta que "esto cambia cuando hablamos de la ejecución de la obra y sobre todo, en su fase más dura. Resulta todavía un poco 'extraño' que una mujer lleve la coordinación de un equipo de obras, ya que suele ser exclusivamente masculino: albañiles, fontaneros, electricistas, carpinteros, pintores, etc." □



construcción y equipamiento de locales comerciales, ya sean restaurantes, tiendas, oficinas o centros de ocio.

SERVICIOS OFRECIDOS

- Proyectos de interiorismo
- Adaptación de imagen corporativa
- Ingeniería
- Construcción de obra civil (la ejecución en sí)
- Instalaciones (aire acondicionado, calefacción y electricidad)
- Legalización y trámites
- Equipamiento (Amueblamiento y complementos decorativos)
- Mobiliario a medida
- Mobiliario y complementos comerciales

La importancia del **capital humano**

Ana María Herrero López dirige Montaner & Asociados, una consultora presente en Andalucía desde hace once años. Su área de actuación abarca la selección, la formación y el cambio organizacional de las distintas entidades R.M.E



Equipo de trabajo de Montaner & Asociados

Montaner & Asociados constituye actualmente una red de franquicias extendida por Europa y Latinoamérica. Fundada en 1973 por Ramón Montaner, esta empresa aterrizó en Sevilla en 1989. Miembro de la EHRC (European Human Resource Consultants) y de la EFQM (European Foundation for Quality Management), la sede sevillana de Montaner & Asociados es, desde 1985, un centro ocupacional homologado por la Consejería de Trabajo e Industria de Andalucía para la impartición de cursos de gestión y dirección de recursos humanos.

Ana María Herrero asume la responsabilidad de la dirección en Andalucía de Montaner & Asociados. Su trayectoria profesional en esta compañía comenzó como técnico de selección de personal, hasta 1992, año en el que pasó a dirigir tutelada-

mente la sede sevillana. Sin embargo, la recesión económica que se produjo en 1993 provocó una crisis general en todo el sector de la consultoría en nuestro país. Desde la sede central en Barcelona, se le propuso entonces asumir la franquicia sevillana de la empresa, lo que supuso para ella empezar de nuevo, adquiriendo un nuevo rol distinto al de gerente: el de empresaria. Ana María afirma que los comienzos fueron duros: "Contábamos con pocos medios, pero desde entonces hemos crecido, nos hemos asentado y ahora mismo somos una de las primeras empresas en el campo de la consultoría por calidad y prestigio nacional".

Montaner & Asociados cuenta en Sevilla con una plantilla estable de siete personas, cuatro técnicos y dos auxiliares. El respeto, la consideración y el trabajo en equipo constitu-

yen una de las máximas de Ana María Herrero, que considera que "una empresa puede ser rentable así". Respecto a la diferencia de trato por ser mujer, Ana María señala que "hoy en día esto no sucede entre comillas. Depende del interlocutor. Si se trata de una empresa tradicional, se llevará mejor con un hombre". La directora de Montaner & Asociados afirma además que la presencia femenina en el sector de la consultoría suele estar representada por técnicas, ya que en el estatus directivo todavía es escasa. No obstante, indica que en las consultoras locales sí existe una mayor proporción femenina. □

SERVICIOS OFRECIDOS

SELECCIÓN

- Búsqueda directa
- Selección por anuncio
- Base de datos
- Evaluación de personal
- Evaluaciones masivas
- Head Hunting
- Asesoramiento en la toma de decisiones

FORMACIÓN

- Plan Integral de Formación Continuada
- RR. HH.
- Comercial - Ventas
- Marketing
- Compras
- Calidad
- Proceso de Mejora Continua
- Finanzas Básico
- Prevención Riesgos Laborales
- Medio Ambiente

CAMBIO ORGANIZACIONAL

- Auditoría
- Sensibilización
- Transición
- Cambio
- Visión
- European Foundation for Quality Management

Cocinca, cooperativa creada en 1974, es actualmente un referente obligado al abordar el desarrollo de la localidad sevillana de Cazalla de la Sierra. María Agüera Jiménez desempeña actualmente el cargo de jefa de Administración en esta empresa textil. Junto a otra cuarenta y cuatro socias y varios empleados contratados conforman uno de los motores económicos de esta comarca **R.M.E**

María Agüera Jiménez

"La implicación es fundamental"

me ¿Cuándo se inició en el movimiento cooperativo?

Carmen Agüera: Ingresé para trabajar en la cooperativa en 1982. Un año después entré a formar parte de la cooperativa como socia de pleno derecho. En aquel tiempo, y aún hoy, Cocinca es una de las empresas más fuertes de esta zona y eso hizo posible que mis pasos en la búsqueda de trabajo se fueran encaminando hacia ella.

me ¿Cómo llega a Cocinca?

C.A.: Pues empecé, como ya he contado, por una búsqueda de trabajo con dieciocho años. Era una de las salidas profesionales que teníamos en el pueblo y además ello implicaba cierta libertad e independencia, una autonomía económica que te hacía un poco más libre y que te permitía cumplir con tus objetivos como persona, alcanzando metas tanto profesionales como personales. Personales en tanto que consigues cosas como la independencia de la que habíamos antes, y profesionales, como cierta trayectoria que a fuerza de trabajo puedes conseguir. La implicación en la cooperativa es fundamental.

me ¿Cómo ha sido su trayectoria dentro de la cooperativa?

C.A.: Pues empecé como administrativa; después comencé a formarme, lo que supuso un gran reto para mí porque tuve que compatibilizar mis estudios y mi trabajo con mi vida personal, como nos suele pasar a todas las mujeres, y así llegué a ocupar el puesto de jefa de Administración. En el terreno de los órganos de dirección de la cooperativa, además de que todas decidamos sobre los planes de la empresa, he ocupado durante muchos años la secretaría del Consejo Rector y en la actualidad soy vocal del mismo órgano.



María Agüera Jiménez, jefa de Administración de Cocinca

me ¿Cómo valoraría o definiría la filosofía del cooperativismo?

C.A.: Es la filosofía del compartir, de vivir momentos con compañeros y compañeras que difícilmente podrías encontrar en otra parte. Creo, sinceramente, que es un ejemplo básico del ejercicio de la democracia y de la superación personal día a día. Desde mi perspectiva, creo que es la forma ideal de hacer empresa.

me ¿Qué le ha aportado a usted personalmente?

C.A.: Para mí es muy difícil explicar esta

cuestión, porque primero fue la búsqueda de empleo y ya una vez dentro, creo que es la fórmula más idónea y viable de hacer empresa. Personalmente, me ha aportado dosis de responsabilidad y de afán de superación que quizás no hubiera tenido en otro tipo de empresa, porque no hubiera tenido que hacer frente a cuestiones que escapaban de mis dominios; porque no me hubiera implicado tanto en el funcionamiento de la misma; porque no me hubiera interesado tanto el saber el funcionamiento interno si supiera de antemano que no hubiera tenido posibilidades de prosperar dentro de la empresa; porque no me hubieran tocado tan de

cerca las decisiones...en fin, una serie de cosas que no hubiera sentido como más a no ser que fuera una cooperativa mi lugar de trabajo.

También el tema de la formación ha sido muy importante. En la cooperativa todas estamos al tanto de los últimos adelantos en temas de confección, de métodos y tiempos, de administración, fiscalidad,... a todas nos va en ellos nuestro propio trabajo y nuestra propia empresa, por eso vemos muy importante el poder superarnos día a día y encontrar con ello nuestro propio beneficio, tanto económico como personal.

me ¿Cómo diferenciaría el espíritu empresarial cooperativo del espíritu empresarial tradicional?

C.A.: Quizás lo que yo destacaría más sería el desarrollo del sentido de la responsabilidad, el saber que tú estás implicada profundamente en el desarrollo y la marcha de tu empresa, el significado del verbo compartir y de la unión y de la sensación que se crea entre todos los componentes de la cooperativa de que allí todos somos "algo más" que trabajadores, somos los que decidimos, somos los beneficiarios de nuestro propio trabajo..., por decirlo de alguna manera, somos los patrones y los marineros del mismo barco. Es, sin duda, una situa-

ción y una sensación muy gratificante pertenecer a una cooperativa, en tanto que gozas de una libertad y de una voz de la que quizás no dispongas en una empresa tradicional.

me Si tuviera que volver a empezar, ¿elegiría de nuevo la fórmula cooperativa para crear una empresa?

C.A.: Sin duda. Totalmente convencida de ello, elegiría una cooperativa otra vez para crear una empresa. Me parece la fórmula más adecuada y viable en la actualidad para la creación de una empresa.

me Pero, ¿no cree que la visión sobre las cooperativas ha sido muy peyorativa en el pasado?

C.A.: Ciertamente es que con anterioridad se ha tendido a ver a las cooperativas como empresas de subsistencia, sobre todo si tenemos en cuenta la visión urbana sobre este hecho. Sin embargo, resultaba extraño comprobar como para la gente de las zonas rurales donde se asentaban principalmente antes las cooperativas, éstas eran unas empresas más, y con frecuencia, las más importantes del pueblo. Por fortuna, esta visión está cambiando y en la actualidad, las cooperativas, y toda la economía social en general, ha cambiado mucho su imagen y hoy puede decirse que por fin se está tomando en cuenta este sector como

básico y fundamental dentro del sistema económico, que no es ni más ni menos lo que ha sido siempre, un verdadero motor de la economía, en especial fundamental para el desarrollo local de muchas zonas no urbanas ni capitales de provincia de Andalucía. Creo que todo esto se ha debido en gran parte a un profundo desconocimiento sobre el tema cooperativo, algo que como ya he comentado, parece haber cambiado desde hace unos años.

me ¿Cómo animaría a los jóvenes emprendedoras y emprendedores que pretenden crear una empresa a que opten por el modelo cooperativo?

C.A.: Creo que ahora es el momento para que ellos opten por una cooperativa para poner en marcha sus proyectos. Ahora hay formación, son jóvenes preparados y en busca de una verdadera vía de salida a sus ideas. Deben tener en cuenta que como más a gusto se trabaja es sabiendo que se está trabajando para una misma, colaborando estrechamente con compañeros que comparten tus mismos objetivos y tienen tus mismas aspiraciones. La unión, el compartir, la participación democrática y la satisfacción de ver desarrollar tu propio proyecto es algo que no tiene precio. Por eso la cooperativa es una solución viable y coherente para todo tipo de proyectos. □

¿planos
24 horas?

¿fotocopias
24 horas?

¿Internet
24 horas?

¿fax
24 horas?

¿posters & carteles
24 horas?

¿Te imaginas un lugar abierto las 24 horas, todos los días del año, en el que pudieras hacer tus fotocopias, planos, carteles, impresiones y hasta navegar por Internet...? Pues ya lo tienes aquí, en Sevilla. Workcenter, tu oficina personal.

WORKcenter
El centro del documento



abierto 24h.

Info 24h. 902 11 50 11
www.workcenter.es

Avda. Reina Mercedes, 15
954 23 82 92

Los arrendamientos



Inmaculada Díaz López
Abogada

Con frecuencia, y en ocasiones promovidos por los propios profesionales, determinados colectivos - abogados, médicos, arquitectos,...- utilizamos todo un conjunto de términos, que si bien son muy precisos a la hora de delimitar el campo de actuación a que hacen referencia, nos van distanciando paulatinamente tanto de la sociedad como del lenguaje de los ciudadanos (sobre los que incide en último término la actuación de los mismos). Con objeto de evitar este aspecto, este espacio pretende recoger aquellos asuntos de interés tratados con el lenguaje evidentemente más preciso, pero alejado de los tecnicismos a los que antes nos referíamos, en la medida de lo posible.

De este modo, pretendemos iniciar nuestra andadura abordando uno de los aspectos que más confusión ha suscitado en la actual regulación de los arrendamientos urbanos: la duración y prórroga de los contratos de arrendamiento de vivienda.

Esta confusión proviene de las diferentes disposiciones legales existentes sobre esta materia, a las que a continuación vamos a hacer alusión siguiendo un orden cronológico.

Para ello, tomaremos como punto de partida la Ley de Arrendamientos Urbanos de 1.964, debido a la vigencia de los contratos de arrendamiento suscritos al amparo de la misma, a pesar de haber sido derogada. Dicha Ley otorgaba absoluta libertad a los contratantes para establecer la duración del arrendamiento pero, en contrapartida, imponía la prórroga forzosa del contrato para el arrendador, lo que significaba que el arrendatario, siempre y cuando no incurriera en alguna de las causas de resolución del contrato

legalmente establecidas, como por ejemplo, la falta de pago de las rentas, o bien se dieran algunas de las circunstancias contempladas en el texto legal para denegar la prórroga, podía permanecer en la finca arrendada mientras esa fuera su voluntad. Con ello, prácticamente se estaba privando al arrendador de su derecho a disponer sobre el bien objeto de arrendo, causando graves, y a veces, irreparables perjuicios al mismo, dándose la paradoja de que en bastantes ocasiones el arrendador gastaba más en obras de conservación necesarias de la vivienda, que lo que percibía en concepto de renta.

En 1.985 y con objeto de paliar situaciones como las contempladas en el apartado anterior, fue concebido el llamado "Decreto Boyer", que vino a suprimir la prórroga forzosa de los arrendamientos.



Con esta normativa, el legislador pasó de un extremo a otro, es decir, de proteger en exceso los derechos de los arrendatarios, otorgándoles estabilidad en el disfrace de una finca urbana, a mermarlos mediante el establecimiento de un sistema de prórrogas que quedaba al arbitrio del arrendador, quien podía realizar un contrato por un periodo, fuera cual fuera, transcurrido el cual, quedaría resuelto y el inquilino debería abandonar la finca. Con frecuencia, se produjeron abusos consistentes en suscribir contratos por un corto periodo de tiempo, por ejemplo, un año, durante los cuales el arrendatario ya se había asentado en su domicilio. Pues bien, transcurrido ese plazo de un año, el arrendador podía ofrecer dos opciones a su inquilino: Dejar libre y expedita la finca por finalización del plazo contractualmente pactado o hacer un nuevo contrato de arrendamiento en el que se fijaba una renta superior a la del anterior contrato. En definitiva, esta nueva regulación legal originó una fuerte especulación en materia de propiedad urbana.

La situación de inestabilidad o inseguridad que el "Decreto Boyer" originó entre los arrendatarios, era tan evidente que de nuevo el legislador tuvo que plantearse la necesidad de instaurar un sistema que fuera más equitativo para ambas partes. Por ese motivo se fraguó la actual Ley 29/1,994, de 14 de noviembre de Arrendamientos Urbanos, que pretende una solución intermedia entre los textos legales precedentes.

El artículo 9.1 de dicha Ley dispone que "la duración del arrendamiento será libremente pactada por las partes", pero a renglón seguido, añade: "Si ésta fuese inferior a cinco años, llegando el día del vencimiento del contrato, éste se prorrogará obligatoriamente por plazos anuales hasta que el arrendatario alcance una duración mínima de cinco años". Esto significa que aunque en un principio rige la libertad contractual en lo relativo a la duración del contrato, ésta es tan solo aparente, porque nuevamente se instaura la prórroga forzosa para el arrendador, aunque por un tiempo determinado y no de forma indefinida como el texto legal de 1964.

El verdadero problema se plantea si el arrendador necesita disponer de la finca antes del transcurso de la prórroga obligatoria dispuesta en la LAU de 1.994. La derogada Ley de Arrendamiento Urbanos de 1.964 contemplaba la denegación de la prórroga por necesidad y regulaba un procedimiento específico para éste. Sin embargo, en la normativa vigente, el planteamiento de esta cuestión se realiza de forma exigua, adoleciendo de importantes lagunas legales que habrán de ser cubiertas por la jurisprudencia, esto es, con las sentencias que se dicten por los Tribunales de Justicia sobre esta materia. Lo importante es que actualmente, la denegación de la prórroga por

necesidad tan sólo se permite si el arrendador la necesita para él mismo, por lo que se restringen drásticamente las causas de denegación de la prórroga por este motivo en comparación a la Ley de 1.964.

A tenor del mencionado artículo 9, apartado tercero, de la Vigente Ley de Arrendamientos Urbanos, "no procederá la prórroga obligatoria del contrato cuando al tiempo de su celebración, se haga constar en el mismo, de forma expresa, la necesidad para el arrendador de ocupar la vivienda arrendada antes del transcurso de cinco años para destinarla como vivienda permanente para sí".

En consecuencia, es muy conveniente que, al objeto de evitar el problema a que hemos hecho referencia en el párrafo anterior, se haga constar expresamente entre las cláusulas del contrato la necesidad del arrendador para ocupar la vivienda arrendada antes del transcurso de cinco años como causa de improcedencia de la prórroga y ello, aunque en la fecha de suscripción del contrato no exista ni se prevea dicha necesidad.

Si efectivamente, surge la necesidad durante cualquiera de las prórrogas, el arrendador deberá comunicar al arrendatario que necesita ocupar la vivienda para utilizarla él mismo y expresar cuales son las circunstancias que motivan dicha necesidad. Aunque no es preciso que la comunicación sea fehaciente, es decir con la intervención de un notario, si que es muy recomendable, por lo que a título de ejemplo, se podría enviar una carta por conducto notarial.

De aceptar el arrendatario la denegación de la prórroga y de alquilar de la vivienda, el arrendador deberá ocuparla en el plazo máximo de tres meses desde la fecha de terminación del contrato o de lo contrario, deberá reponer a aquel en el uso y disfrute de la vivienda arrendada por un nuevo periodo de hasta cinco años con indemnización de los gastos que el desalojo de la vivienda le hubiera supuesto hasta el momento de la reocupación, o indemnizarle a elección del arrendatario con una cantidad igual al importe de la renta por los años que quedan hasta completar cinco. La Ley sanciona de esta forma a los arrendadores que pretenden defraudar el contenido y el espíritu de la misma.

Todo lo expuesto es una aproximación, un breve apunte, a una cuestión mucho más amplia y compleja como es la duración y la prórroga de la relación arrendataria, pero con ella se pretende que la persona que tenga intención de arrendar una vivienda, ya sea como arrendador o como arrendatario, conozca alguna de las repercusiones que la firma de un contrato conlleva. □

MOTOS
MURIEL
CONCESIONARIO OFICIAL

aprilia



YAMAHA

Recaredo, 37
Telf. 95 453 38 19
SEVILLA
Nueva Exposición
Juan Antonio Cavestany
Local B
Telf. 95 453 07 27 / 21
SEVILLA

Pol. La Paz, 26
Telf. 959 230 867
HUELVA



Humanismo y gestión del conocimiento

Las empresas, como entes sociales, están invitadas a influir y codirigir el desarrollo de la sociedad y de sus valores para construir un modelo más equilibrado, sostenible y acorde con las verdaderas necesidades del ser humano. **Por Carmen Bustos***

La aparición de nuevas tendencias de gestión en estos últimos años, responde, en mi opinión, a un determinado patrón de pensamiento social que subyace en las mismas. Estamos acudiendo a un proceso de cambio en los valores socio-culturales que afecta directamente a las unidades empresariales como órganos sociales que son. Este proceso implica una ruptura con algunas de las creencias más arraigadas en nuestro sistema capitalista. Se están adoptando medidas y desarrollando sistemas con los que empieza a ganar protagonismo una de las partes más olvidadas del hombre: su conocimiento y sentimiento, frente a su fuerza física, tradicionalmente considerada en la sociedad de la producción. Se está empezando a cuestionar la primacía del beneficio que se quiere hacer crecer sin límites, que, por derecho, en este sistema, pertenece a uno sólo de los factores intervinientes en el proceso: el capital. Se están adoptando medidas que cuestionan ese crecimiento ilimitado y la desequilibrada distribución del beneficio (léase medidas medioambientales, mejora continua de las condiciones de trabajo, surgimiento de ONG's y voces de solidaridad con el Tercer y Cuarto Mundo). En definitiva, puede que estemos asistiendo a un movimiento más amplio de toda la sociedad hacia una "humanización del capitalismo", es decir, un sistema donde el hombre ocupe su verdadero lugar y en el que las empresas sean mediadoras al servicio del hombre y no

finés en sí mismas. El sistema capitalista le exige al hombre sacrificar parte de su esencia vital, su ser, a cambio de la posibilidad de tener bienes materiales que, dada la necesidad de supervivencia del propio sistema, éste se empeña en hacerlos aparecer cada vez en mayor cuantía e innecesariamente mejores. Parafraseando a Luis Racionero, "la confusión de fines y medios es tal que, cuando la sociedad alcanza niveles de desarrollo que permiten entrar en la civilización del ocio, el capitalismo de mentalidad bárbara lo entiende como un problema de paro".

Desde esta perspectiva, la innovación guiada por el capital, tan preconizada por prestigiosos consultores como Tom Peters o Gary Hamel, no deja de ser un requisito indispensable para alimentar el círculo vicioso de nuestro sistema económico en las coordenadas actuales en las que se desenvuelve, carentes de sentido humanista.

El problema es, pues, la necesidad de cambiar de coordenadas. Las empresas no pueden mantenerse por más tiempo sin una concepción humanista de su finalidad. No son meras máquinas de hacer dinero, sino que, como entes sociales, están invitadas también a influir y codirigir el desarrollo de la sociedad y de sus valores. Desprovistas de esta ética, se convierten en meros instrumentos de lo económico frente a lo humano, ajenos al fin para las que la sociedad en definitiva las legitima: el servicio del hombre.

Cambiar de coordenadas implica, en primer lugar, tomar conciencia de la necesidad del cambio, algo que nos viene siendo demandado cada vez con mayor intensidad por los desequilibrios mundiales de la riqueza, y en segundo lugar, y más difícil, imaginar un camino de transición, de cambio. Este es el reto que parece están empezando a asumir las organizaciones no lucrativas.

En definitiva, opino que necesitamos un nuevo propósito e inspiración para los negocios y la sociedad en general que soporte la construcción de un modelo más equilibrado, sostenible y acorde con las necesidades (verdaderas, no artificialmente creadas) del ser humano.

Los directivos han de caer en la cuenta de que la gestión del conocimiento, y las nuevas tendencias de dirección deben entenderse en esta nueva corriente humanista a la que pertenecen. De lo contrario, se correrá el riesgo de emplearlas en contra de su propia naturaleza al ponerlas al servicio, una vez más, del capital y no del hombre, por lo que terminarían convirtiéndose en un instrumento frío, carente de sentido y de limitado potencial, perdiendo así, a la larga, su papel movilizador de las energías humanas. □

*** Profesora titular de ETEA, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Córdoba**

“ A



En productos de Limpieza y Detergencia Merlim S.A. lo tiene todo, de la A a la Z.



En Tres Sietes tenemos tantos productos que sus clientes encontrarán todo lo que buscan y más.



Con nuestra amplia gama de productos se puede limpiar todo tipo de superficies, disfrutar de



Z”

cualquier fragancia y en todos los envases, así elegirán exactamente lo que necesitan.



60 años ofreciendo la calidad, la seguridad y la garantía de una marca líder en el Mercado.
MERIDIONAL DE LIMPIEZAS, S.A. Poeta Muñoz San Román, 53. 41900 Camas-Sevilla. Tel.: 954 390 950 - 954 394 972. Fax: 954 391 958.

La delegada de Medio Ambiente del Ayuntamiento de Sevilla y presidenta de las empresas públicas Lipasam y Emasesa, afirma que no ha tenido grandes dificultades en su carrera profesional por su condición femenina. R.M.E.

Evangelina Naranjo

"Cada vez son más las mujeres que pueden elegir cual es su papel"

me ¿Cuál ha sido su trayectoria profesional hasta llegar a ser delegada de Medio Ambiente del Ayuntamiento de Sevilla y presidenta de las sociedades municipales Emasesa y Lipasam?

Evangelina Naranjo: Empecé a trabajar desde muy joven, realizando trabajos típicos de estudiante para pagar mis estudios. En los veranos trabajaba como monitora de natación. He tenido varios cargos en una empresa de transporte de viajeros y después trabajé como conductora de autotaxi en Sevilla. Esta es más o menos y resumida muy brevemente, mi etapa profesional anterior al desempeño de cargos con responsabilidad institucional. Desde el año 1996, soy diputada autonómica por Sevilla en el Parlamento de Andalucía, cargo que en estos momentos compatibilizo con la Tenencia de Alcaldía y la Delegación de Medio Ambiente del Ayuntamiento de Sevilla.

me ¿Cuál es su labor fundamental en estos cargos?

E.N.: Soy la presidenta de las empresas públicas Emasesa y Lipasam, que son las que tienen las competencias delegadas por una parte, del abastecimiento y saneamiento del agua a Sevilla, y por otra, de la recogida, eliminación de residuos y limpieza viaria, además de todas las políticas en materia de medio ambiente urbano que se reflejan en el Decreto de Competencias del Pleno de Constitución de la nueva corporación.

me ¿Cuáles son los principales retos medioambientales a los que nos enfrentamos tras la entrada en el nuevo milenio?

E.N.: Indudablemente, el reto más

importante del año 2000 es Melonares, no sólo por la inversión que supondrá, sino por la seguridad a medio plazo del abastecimiento urbano a Sevilla y a su zona de influencia y porque, a largo plazo, permitirá también llevar a cabo los planes de futuro que el área metropolitana de Sevilla necesitará para su desarrollo.

Además de este proyecto, durante el año 2000 tendrá importancia prioritaria la configuración definitiva de la empresa provincial de aguas, que además de coordinar la actuación de las

proyecto en las localidades de Los Palacios y Villafranca.

Además, tenemos previsto un estudio sobre el desarrollo sostenible urbano del agua en Sevilla en barriadas y arrabales, un estudio analítico sobre el aprovechamiento del agua a través de la red primaria, y, finalmente, el plan de depuración de las aguas residuales de las poblaciones abastecidas en coordinación con los ayuntamientos respectivos que hayan cedido las competencias en esta materia al Ayuntamiento de Sevilla.

"Estamos alcanzando cotas en los puestos de responsabilidad, tanto públicos como privados, cotas por las que tantas mujeres han trabajado y siguen trabajando"

existentes, permitirá generar sinergias necesarias y el crecimiento de la sociedad pública creada tanto en relación con otras zonas del territorio español, como de más allá de nuestras fronteras.

Junto a ello, trabajaremos con empeño en lo que venimos denominando como pacto generacional con el medio ambiente.

Ya hemos iniciado este año unos ciclos semanales de formación para alumnos de los últimos cursos de secundaria y esperamos que en un plazo de tres años, seamos capaces de dirigirnos a todos los alumnos de entre 15 y 18 años para que cuando accedan a la universidad o a la formación profesional, conozcan perfectamente la importancia y el buen uso del agua. Ya hemos realizado este

me ¿Ha encontrado algún obstáculo en su carrera profesional por el hecho de ser mujer?

E.N.: Aunque quizás resulte ir contracorriente, debo confesar y reconocer que no he tenido grandes dificultades en mi carrera profesional por ser mujer. Y eso que las profesiones en las que he trabajado han sido siempre un coto de hombres. Por ejemplo, el sector del taxi o el haber sido la primera mujer conductora "vip" de la Exposición Universal de 1992. Estos sectores evidentemente estaban cambiando y ningún compañero, en lo relacionado con mi trabajo, hacía alusiones directas a mi condición de mujer.

me ¿Cree que existe un modo directivo o de gestión "femenino", es decir, diferente del que pueda

desarrollar un hombre en el desempeño de la misma tarea?

E.N.: En principio, yo siempre he pensado que el dirigir o gestionar tanto lo público como lo privado es función del talante que pueda tener una persona en concreto, sin diferenciación de sexo. Lo que sí es evidente es que las mujeres, por tener que demostrar doblemente "las cosas", desempeñan con más ahínco la responsabilidad que adquieren o hayan adquirido en ese momento. Pero insisto, es el talante de las personas el que hace que se diferencien unas de otras, tanto en lo laboral como en lo personal.

me ¿Cree que la proporción de mujeres que ocupan altos cargos administrativos o empresariales es todavía escasa? ¿Qué medidas cree que haría falta adoptar para promover la incorporación femenina a puestos de responsabilidad?

E.N.: Sí, es todavía escasa en nuestro país si nos comparamos con otros países, como por ejemplo, los nórdicos, que en esto nos llevan muchas ventajas. Una ventaja, en algunos casos de lucha por la igualdad entre sexos, que en España estuvo paralizada durante cuarenta años.

¿Las medidas? Evidentemente, pasan por una mejor formación y yo creo que estamos en un buen momento, pues si comparamos estadísticamente, ahora mismo, el número de mujeres universitarias es superior al de los hombres, sus calificaciones son mejores y estamos cerca de alcanzar esas cotas en los puestos de responsabilidad tanto públicos como privados, cotas por las que tantas mujeres, unas muy conocidas por su lucha feminista y otras muchas, más aún, desde el anonimato, han trabajado y siguen trabajando para que esta sociedad vaya cambiando su mentalidad al respecto. Desde aquí, un pequeño homenaje a ellas, que son las que han abonado el campo para que mujeres jóvenes como yo y otras tantas, estemos hoy "aquí".

me ¿Cree que la sociedad andaluza es receptiva ante las medidas en favor de la integración de la mujer en el mercado laboral? ¿Cuál es su experiencia al respecto?

E.N.: Sí, yo creo que sí, por lo que he dicho anteriormente y porque cada vez son más las mujeres que pueden



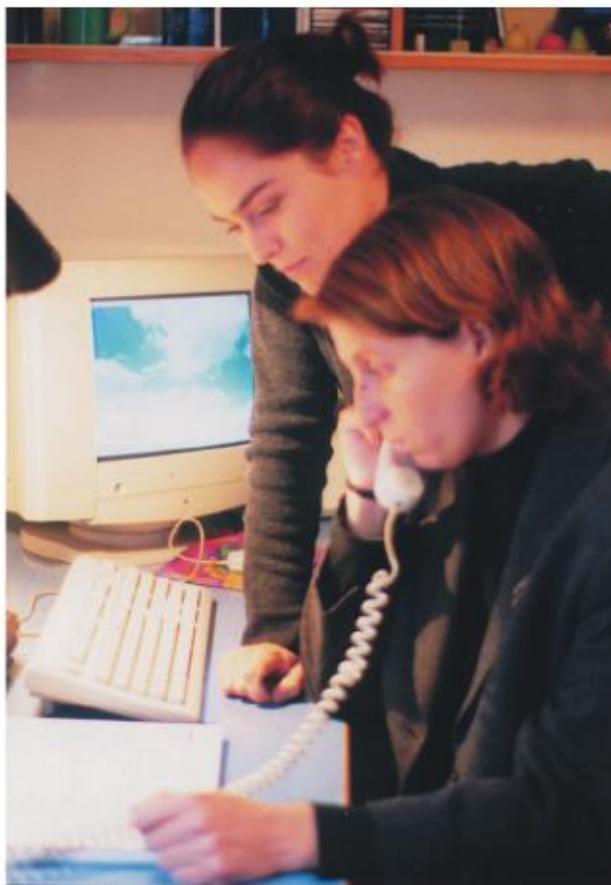
Evangelina Naranjo, delegada de Medio Ambiente del Ayuntamiento de Sevilla y presidenta de las empresas públicas municipales Emasesa y Lipasam

elegir cual es su papel en la sociedad, sí bien quieren dedicarse a una actividad en concreto o si deciden quedarse simplemente en casa. Y este paso es importante porque cada vez va calando más la idea de que una mujer puede desenvolverse perfectamente en aquello que se proponga, puesto que la sociedad y los que nos dedicamos a la "cosa pública" trabajamos a

diario para respaldarlo. Además, debemos tener en cuenta las medidas de discriminación positiva que se están llevando a cabo desde la Junta de Andalucía, sobre todo en los últimos 10 años, donde siempre se ha tenido como objetivo el trabajar por y para las mujeres, porque en definitiva somos las que más cambios podemos hacer en la sociedad. □

El desafío emocional

Capacidades intangibles como la motivación, el compromiso o la capacidad comunicativa condicionan nuestro rendimiento laboral y determinan, en gran medida, el éxito o el fracaso R.M.E.



La publicación del best - seller "La inteligencia emocional" de Daniel Goleman ha ayudado a considerar las emociones como el punto neurálgico de la conducta humana, la adaptación social, el éxito profesional y la salud. Este doctor en Psiquiatría de 51 años, que se dedica actualmente en exclusiva a dar a conocer su teoría sobre la importancia de la inteligencia emocional, asesorando a empresas y dirigiendo programas de formación y desarrollo, ha publicado recientemente "La práctica de la inteligencia emocional", una segunda entrega en la que ha trasladado este criterio al ámbito empresarial.

El reto de Goleman es demostrar las importantes implicaciones de las competencias emocionales en la empresa. Esta parece ser la base sobre la que girará la gestión y dirección empresarial en el nuevo milenio. No se tratará sólo de

poseer un magnífico y envidiable curriculum o atesorar una amplia experiencia. La capacidad para aplicar prácticamente nuestra inteligencia puede conducirnos al éxito o al fracaso laboral, ligado en mayor medida a la forma de actuar que al cociente intelectual. Capacidades o habilidades intangibles como la motivación, el compromiso, la empatía, el autocontrol o la capacidad comunicativa pueden aumentar la eficacia, redundar en una mejor organización y dirección empresarial y mejorar el clima laboral. De hecho, algunas compañías ya han aplicado con éxito la teoría de Goleman, que en realidad, no deja de ser una reactualización o síntesis de otras ya conocidas, pero, como mínimo, este norteamericano ha logrado que las empresas consideren de

manera preferente estos contenidos emocionales como parte de una nueva jerarquía de valores.

Los componentes emocionales no nos vienen dados, es decir, no son innatos, sino aprendidos a lo largo de nuestra vida. Por ello, la formación futura se centrará más en la adquisición de estas habilidades que en la mera transmisión de conocimientos. Su aprendizaje puede desarrollarse a través de métodos no convencionales ni académicos, a medida que maduramos y por propia iniciativa. La evaluación personal puede ser el primer paso para conocer y delimitar aquellos aspectos que deseamos cambiar, apoyándonos en nuestros amigos y compañeros de trabajo. Si posteriormente nos trazamos objetivos bien definidos que podamos alcanzar o adoptamos modelos a los que nos gustaría imitar, podremos cambiar aquello que no nos gusta y reforzar

nuestras cualidades o habilidades positivas. Además, los distintos programas de formación nos ofrecen la posibilidad de poner en práctica las diferentes habilidades a través de juegos o situaciones simuladas que podemos trasladar a nuestra propia vida.

Daniel Goleman, que participará en una jornada en Madrid el próximo 31 de marzo, fecha denominada como "día de la inteligencia emocional", define cinco habilidades específicas que, relacionadas o implicadas en el mundo laboral, pueden descubrir a un potencial líder o mejorar los comportamientos y el estilo directivo.

Una de ellas es la motivación. El deseo de lograr nuevos objetivos y afrontar retos denota una actitud de aprendizaje permanente y la predisposición a asumir responsabilidades. Si se posee una gran motivación, el fracaso no se considerará como tal, será tan sólo un error que se puede subsanar.

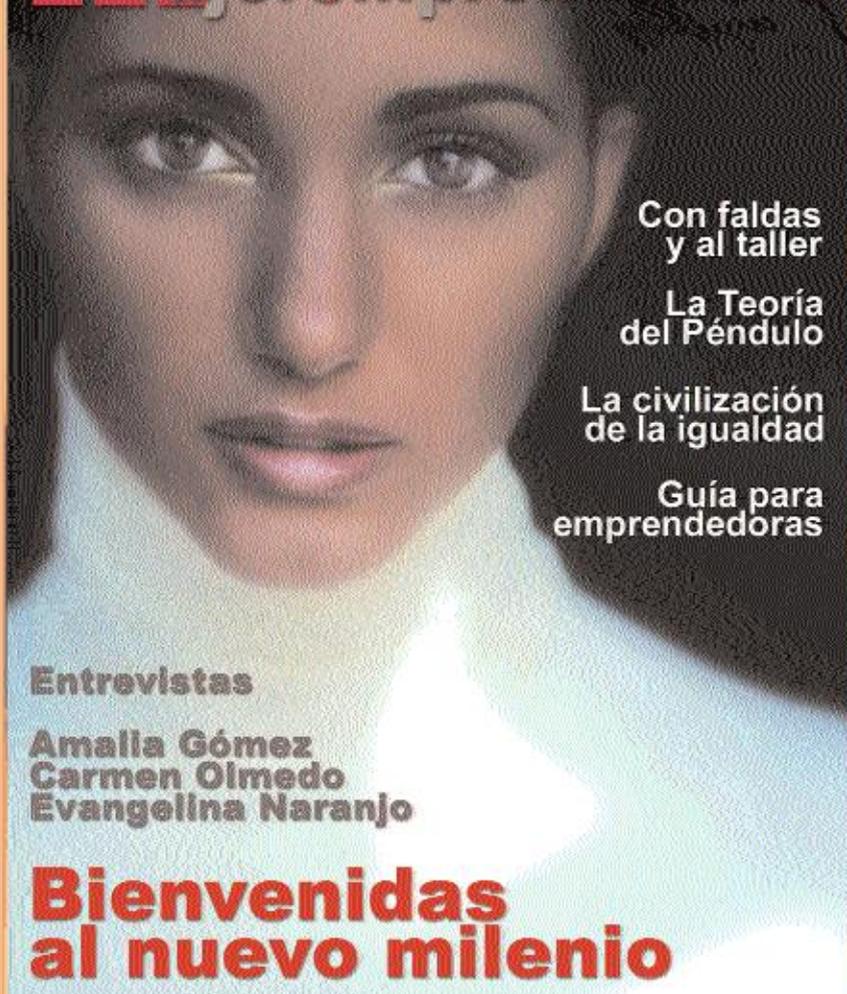
La capacidad para afrontar la presión en los momentos más críticos es otra de las cinco habilidades señaladas por Goleman. Aquellas personas con autocontrol podrán concentrarse y adaptarse mejor a los cambios.

La conciencia de uno mismo permitirá reconocer y entender las emociones y cambios de humor, y por tanto, sus efectos en el rendimiento laboral y en la relación con los compañeros. Esto nos ayudará a confiar en nosotros mismos y a aceptar desafíos, sabiendo siempre hasta dónde podemos llegar y cuándo es necesario pedir ayuda. Las decisiones que tomemos partirán entonces de una evaluación realista de nuestras capacidades.

Las habilidades sociales son consideradas una de las cualidades clave para asumir el liderazgo en las empresas. Aquellas personas que las poseen suelen dominar a la perfección el arte de la persuasión, transmitiendo convincentemente un mensaje a su interlocutor. Tienen además capacidad para inducir y encontrar lazos de unión con los demás y para mejorar y resolver conflictos. La dirección y gestión del nuevo milenio discurrirá, por tanto, por la vía emocional. □

Nº 1 - Enero 2000 - 500 ptas. - 3 Euros

mujerempredadora



Con faldas
y al taller

La Teoría
del Péndulo

La civilización
de la igualdad

Guía para
empredadoras

Entrevistas

Amalia Gómez
Carmen Olmedo
Evangelina Naranjo

Bienvenidas al nuevo milenio

Para recibir todo el año

mujerempredadora

Suscríbete hoy mismo y aprovecha las ventajas de esta oferta

me suscribo a
Mujerempredadora por
11 números: 3.500 ptas.

me suscribo a
Mujerempredadora por
22 números: 7.000 ptas.

Nombre y apellidos

Dirección

Población

Provincia

C.P. teléfono

Forma de pago:

Domiciliación bancaria

Entidad Oficina D.C. Cuenta

Firma

Mediante cheque bancario a nombre de Allivesver de Servicios S.L.

Visa (No Electron) Mastercard

Número

Envíe este cupón a
Mujerempredadora.
Recaredo, 20 - 2º - 41003 Sevilla

También se puede suscribir
enviando el cupón por fax
al 954 53 31 43



Comunicar es invertir

Victoria Cabrera
Periodista y Directora de CyberSur Comunicaciones

Hace unos años, pocas empresas contaban entre sus empleados con una periodista que gestionara la comunicación externa e interna de la misma. Sin embargo, esta situación ha dado un giro de noventa grados, puesto que en la actualidad y según un reciente estudio, el 56 por ciento de las empresas cuenta con un gabinete de comunicación, propio o subcontratado, entre sus departamentos.

La mujer, por suerte para unos y por desgracia para otros, juega un papel fundamental en la comunicación, ya que sabe aportar ese "toque" a la imagen corporativa de la empresa que representa. Por este motivo, una de las salidas profesionales que más juego da ahora mismo a la mujer se encuentra enmarcada en el mundo de la comunicación empresarial.

El gabinete de comunicación se conforma como una de las herramientas más útiles de las que



dispone una empresa. Un gabinete se encarga, ante todo, de crear, defender y mantener la imagen de una organización. Para realizar este trabajo es necesario tener un trato afable con la gente y un control exhaustivo de cualquier información o dato que salga de la empresa.

La comunicación tanto externa como interna en una organización resulta imprescindible para que el engranaje de la misma funcione de una forma correcta. Si la comunicación es excelente, la empresa funcionará de forma excelente. Este hecho resulta sencillo y obvio, puesto que la incomunicación trae consigo la diferencia de criterios de cara al exterior, y por tanto, un detrimento en la imagen de la empresa. Sin embargo, la necesidad de un gabinete de comunicación no ha estado muy clara para las empresas en los últimos años, aunque, recientemente, las organizaciones, tanto públicas como privadas, se han dado cuenta de la relevancia de la comunicación para que su posterior rendimiento sea óptimo. Tal es así, que muchas empresas han preferido durante largo tiempo pasar inadvertidas antes que salir para bien o para mal en los medios de comunicación. Pero esta creencia no deja de ser un error en la actual Sociedad de la Información. Hoy día, todas las empresas y organizaciones deben entrar en el juego de la comunicación para no permanecer como meros espectadores

de lo que ocurre, y la realidad de lo que ocurre se encuentra en los medios de comunicación, que son magníficos aliados para la publicidad e imagen de una empresa, puesto que aportan un lugar en el que pueden darse a conocer tanto grandes multinacionales, como empresas que no cuentan con la suficiente liquidez para hacer frente a espacios publicitarios.

Para paliar esta necesidad, las empresas deben potenciar su departamento de comunicación, realizando una inversión que al poco tiempo se verá sufragada. Pero ojo, que no hablamos de millones, ni mucho menos. Por eso decimos que "comunicar es invertir". La imagen de la organización gana muchos enteros si una profesional de la comunicación vela por los intereses de la empresa y está en contacto con sus compañeros al otro lado de las "trincheras": los periodistas de los medios.

Un/a profesional de la comunicación empresarial debe saber ser el intermediario ideal entre la empresa y el medio, debe saber "cuidar" a los profesionales de estos medios y lo debe saber porque sencillamente es su trabajo.

Pero el papel del gabinete de comunicación no acaba ahí. La comunicación interna de la organización es igualmente importante; por ejemplo, cada uno de los empleados de la empresa debe conocer bien cual es su trabajo, responsabilidad..., para que de esta forma todos "remen" juntos en la misma dirección. Ésto es sumamente importante para el equipo. Una de las herramientas más útiles en este campo la conforman los planes de comunicación que se establecen internamente y que suponen el modo en que cada empleado se sienta parte de la empresa y comprenda los criterios de la misma de cara al exterior, lo cual proporcionará un resultado más productivo en el trabajo y una sensación de unidad entre todos y cada uno de los componentes de la organización.

La comunicación empresarial se conforma así como uno de los baluartes de las relaciones comerciales de productos y servicios que tienen lugar en la Sociedad de la Información. A lo largo de estas páginas iremos poco a poco desarrollando el porqué de la importancia de la comunicación en la sociedad actual. Os espero en el próximo número. □

EL Abanto



y el tiempo

Nº 16 · DICIEMBRE 2000 · 300 ptas. · 1,8 Euros

J. L. Ortiz Nuevo
Andalucía y Marruecos
Aztlán hoy

Novedades:
Literatura
Cine
Música ...



Para recibir
todo el año

EL
Abanto

Suscríbete
hoy mismo
y aprovecha
las ventajas
de esta oferta

me suscribo a
El Abanto por
11 números: 3.000 ptas.

me suscribo a
El Abanto por
22 números: 6.600 ptas.

Nombre y apellidos

Dirección

Población

Provincia

C.P.

Teléfono

Forma de pago:

Domiciliación bancaria

Entidad

Oficina

D.C.

Cuenta

Firma

Mediante cheque bancario a nombre de Allivesver de Servicios S.L.

Visa (No Electron)

Mastercard

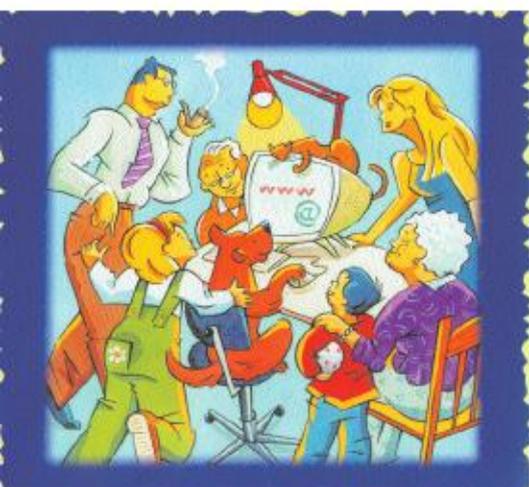
Número

Envíe este cupón a
El Abanto.
Recaredo, 20 - 2º - 41003 Sevilla

También se puede suscribir
enviando el cupón por fax
al 954 53 31 43



Grupo Allivesver



Internet en familia

Este es el título de la nueva propuesta de la editorial Prentice Hall. La Red de Redes constituye un ámbito de máxima actualidad y de creciente interés. Se estima que el número de usuarios en España alcanzará este año los 4,5 millones.

En 1998, el 42,8% de los usuarios que se conectaron a la red lo hicieron desde casa, lo que supone que 929.000 personas accedieron a Internet desde sus hogares. Teniendo en cuenta estos datos, esta obra tiene como objetivo el que toda la familia pueda entender y disfrutar de la Red. Escrita en un lenguaje sencillo, coloquial y sin tecnicismos, aborda diversos temas de interés para sacar el máximo provecho: cómo realizar compras, reservar entradas para espectáculos, hallar información a través de buscadores, cómo prevenir y proteger a los hijos ante la avalancha informativa, etc. Todo ello aderezado con humor. Ana Martos, la autora, es psicóloga, y ha desempeñado su tarea tanto en el campo de la investigación como en el de la enseñanza, además de contar con experiencia en el mundo de la informática. □

Nuevos productos 3M

La compañía 3M acaba de lanzar al mercado tres nuevos productos: los marcos protectores Flip - Frame, una nueva línea de fundas para transparencias y el primer sistema de plastificación en frío. Los marcos protectores Flip - Frame son unas fundas de poliéster transparente especialmente diseñadas para proteger y archivar las transparencias de alta calidad. Son fácilmente archivables y cuentan con solapas laterales que facilitan la enmarcación de la imagen proyectada por el retroproyector y eliminan el exceso de luz reflejada por los laterales, proporcionando así una apariencia más profesional a la presentación. Las solapas también son útiles para hacer anotaciones.

La nueva línea de fundas para transparencias están fabricadas igualmente en poliéster, sin solapas laterales de papel y abiertas por la parte superior y un lateral. La nueva plastificadora cuenta con un sistema de planificación en frío, sin electricidad, que no requiere tiempo de espera ni de calentamiento, lo que le convierte en un sistema rápido y seguro. Además permite un acabado de documentos en

tres opciones diferentes. La opción de plastificación por el anverso y reverso es la solución idónea para proteger presentaciones, tarjetas de visita, y en general, todo tipo de documentos de uso frecuente. Si el usuario quiere exponer documentos, instrucciones, o bocetos, la plastificadora cuenta con la opción de adhesivo permanente en el reverso. La tercera posibilidad es la combinación de las dos anteriores, plastificación del anverso y adhesivo permanente en el reverso, una solución útil para carteles autoadhesivos, etiquetas para envíos, etc. La nueva plastificadora, ligera y fácil de transportar, es compatible con papel, cartón ligero y papeles de impresora. □

Manual informativo sobre la innovación

La Fundación Cotec y la Asociación de Periodistas de Información Económica (Apie) han editado el manual "Informar sobre Innovación", en el que se analizan las consecuencias económicas de la innovación y el tratamiento periodístico de la actividad innovadora.

Esta obra pretende ser un documento de consulta útil para periodistas en activo y también para los todavía estudiantes de Ciencias de la Información, ya que abordará la especialidad en información tecnológica, una disciplina que cada vez demanda un mayor

número de profesionales. "Informar sobre Innovación" también recoge diferentes aspectos de la actividad innovadora en España, como su situación dentro de las principales áreas de actividad económica o las infraestructuras de soporte. El manual se completa con un directorio de fuentes informativas sobre innovación que recoge más de quinientos registros de instituciones, organizaciones y empresas que, directa o indirectamente, están relacionadas con el ámbito de la ciencia, la investigación o la innovación tecnológica. □

La Especialidad: Cazón en adobo, la receta de la abuela trianera

KIOSCO DE LAS FLORES

CASA FUNDADA EN EL AÑO DE 1930

Disfrute junto al Puente de Triana del mejor "pescao" frito de la bahía.

Plaza del Altozano s/n - Sevilla

De martes a domingo:
de 11:00 a 16:00 y de 19:00 a 1:00

PRÓXIMO TRASLADO

Teléfono 95 433 38 98

e-mail

www.andalunet.com/kiosco-flores

La mujer, artífice de la ciudad futura

Pascual Segarra Casanova
Economista

Por naturaleza, somos iguales. No somos diferentes, ni dicho de otro modo, diversos. Tampoco somos idénticos, porque no hay dos personas, mujer u hombre, que lo sean, ni que, como tales puedan llegar a serlo ... afortunadamente.

Perder la identidad supondría irremediablemente perder la propia libertad, la social y la compartida. El problema de la clonación humana no es "repetirnos", es perder la libertad que tantos esfuerzos, vidas, razas y naciones ha supuesto en estos 2000 años y más en nuestro recién finalizado y envejecido siglo XX.

Creo que difícilmente una mujer pensará positivamente en la posibilidad futura de su clonación, porque entenderá que es suficiente una vida, porque la habrá vivido con toda su intensidad o porque sencillamente habrá realizado durante su existencia cuanto la naturaleza le tenía solicitado. Tal vez prefiera la clonación para su vecina o su contrincante profesional. Estoy convencido de que las mujeres, y no me gustan nada las generalizaciones, están consiguiendo su especial reconocimiento como consecuencia casi exclusiva de su lucha, considerada como esfuerzo, empeño y empuje, nunca como confrontación. Son tan especialmente conspicuas que supieron desde antiguo que con el enfrentamiento y la lucha abierta no hubieran ganado ni la primera batalla, y van camino de ganar las primeras escaramuzas de su "guerra".

La "guerra" no debe ser la imitación, ni la asimilación, ni la superposición, ni tampoco la transformación, ello supondría la esclavitud como fórmula antecesora de la seudoclonación. Hoy es frecuente ver mujeres que, con un enorme esfuerzo, han conseguido llegar a parecer hombres por sus ademanes, por su conversación y vocabulario, por su apariencia y también por su raciocinio. Su modo de hacer, de decir o de pensar no añade nada nuevo a la construcción de la Ciudad Futura.

No veo que la elegancia, la finura, el tacto, la espontaneidad, la



intuición, la sensibilidad, la ternura, la picardía, la sensatez, la discreción, y la paciencia tengan que estar reñidas con la capacidad de iniciativa e innovación, el trabajo diario en casa o fuera, la política, la jurisprudencia, la industria, la agricultura o los servicios.

La mujer emprendedora bienvenida sea como artífice de la Ciudad Futura, ella que ha luchado y lo sigue haciendo por alcanzar su especial identidad desde la cuna a la cama, la mesa y la casa, el campo y la oficina, el taller, la calle, el instituto y la Universidad, la política y la empresa, tiene todo el derecho a manifestar su voluntad, a mandar y dirigir para llenar la existencia humana de su propia experiencia, compensando así los casi 2000 años de tuerta visión que del mundo se nos ha enseñado.

Veo a mi hija casada con su primer hijo, saliendo temprano con su marido al trabajo, satisfecha de sí misma y orgullosa de nuestro nieto, -que por lógica lo es casi más de mi mujer que se hizo a sí misma con enorme esfuerzo, buscando un lugar en su entorno-, veo también a mi madre que supo sacar adelante la profesión que ahora tenemos mis hermanos y yo, atendiendo su casa como lo hizo mi abuela desde un pequeño pueblo, segando, vendimiando, venteando desde la era, regando y recogiendo aceituna y siento el enorme orgullo de haber tenido siempre a mi lado mujeres emprendedoras. □

C

CARLET
SERVICIOS EMPRESARIALES

**Calidad
en Servicios**

- MODELOS
- DESFILES
- AZAFATAS
- STANDS
- PROMOCIONES
- ORGANIZACIÓN DE EVENTOS
- GABINETE DE PRENSA
- REGALOS DE EMPRESA

Modelos emprendedores

Las nuevas propuestas automovilísticas apuestan por un atractivo diseño y una estructura compacta. Las numerosas prestaciones y medidas de seguridad complementan a estos modelos, emprendedores en todos los aspectos. **Por Antonio Gómez**

THINK CITY: Mini-coche para la mujer y la ciudad



Think City es el nombre de este vehículo eléctrico de baterías creado especialmente para particulares y flotas que buscan soluciones alternativas al congestionado tráfico urbano. Es compacto, fácil de maniobrar y

muy adecuado para aparcarlo en espacios reducidos o conducir en carreteras congestionadas. Además, no contamina. Es ideal para la ciudad y ofrece un nuevo enfoque al transporte individual. Es, sin duda, la alternativa al transporte urbano.

El Think City es un biplaza propulsado por un motor de inducción de corriente alterna de tres fases y refrigerado por agua. Este vehículo urbano no contaminante alcanza una velocidad de 90 kilómetros/hora. El motor es alimentado por electricidad almacenada en baterías de níquel-cadmio y desarrolla aproximadamente 11,5 kilovatios por hora de energía. Tiene una autonomía para 85 kilómetros. Para recargar las baterías basta con conectarlo directamente a cualquier enchufe estándar de 220 voltios y 16 o 10 amperios. En unas ocho horas recargará una batería agotada y en cinco horas conseguirá un nivel del 80% de carga a 220 voltios. □

MITSUBISHI SUW Advance y Compact

Constituye el contraataque del fabricante japonés respecto a las ofertas europeas. Dos nuevos conceptos impulsados por una mecánica GDI-HEV (combinación de las tecnologías de inyección directa de gasolina + vehículo eléctrico híbrido), que

proporciona una eficacia y rendimiento superiores a un vehículo eléctrico híbrido con un motor convencional. El consumo es de tan sólo 3,6 litros a los 100 kilómetros. Es respetuoso con el medio ambiente y presenta una amplia gama de medidas de seguridad. La compacta estructura y el agradable diseño nos dejan entrever su sencillo manejo y facilidad para aparcarlo. El habitáculo acoge confortablemente a cinco personas. Las dobles puertas se

abren por completo, el suelo es bajo y amplio, dispone de una versátil disposición de los asientos y el paso de la parte delantera a la trasera es muy cómoda. El conductor apreciará además la disposición cen-

tralizada de los controles y las pantallas, así como las funciones de guía y control activadas por la voz.

La versión Compact ofrece unas prestaciones alegres y altamente inteligentes, siendo a la vez extremadamente económicas. Resulta perfecto para moverse por la ciudad y nos garantiza un alto nivel de seguridad. El motor GDI de 1,1 litros permite un ahorro de combustible y una reducción de emisiones contaminantes extraordinarios. Sus prestaciones son ágiles y el sistema GDI-ASG (combinación de las tecnologías de inyección directa de gasolina y el sistema de corte del ralentí) reduce aún más el consumo, puesto que para el motor cuando el vehículo se detiene y se pone en marcha en el momento en que arrancamos de nuevo. Su seguridad está incrementada por los airbag frontales, laterales (SRS) incorporados en los asientos traseros, el ABS y el servofreno. A pesar de sus dimensiones, su cabina es relativamente grande. La comodidad y relajación al volante son algunas de sus numerosas cualidades en circuito urbano. □



SMART Roadster

Su diseño y dimensiones le confieren un aire deportivo diferente. DaimlerChrysler nos muestra las posibilidades del concepto Smart, un coche compacto para viajar y presumir. Su peso es de 700 kilos, su longitud de 3.233 milímetros y su altura de 1.170 milímetros. Este Roadster utiliza una plataforma modificada basada en la cédula Tridion de seguridad del City Coupé.

El motor es un tres cilindros Suprex turboalimentado y la caja de cambios es de seis velocidades con accionamiento secuencial. Esta marca, con el clásico modelo Smart, es comercializado actualmente con la versión CDI. Su precio: 1.565.790 pesetas -un poco alto-.

Es un motor diesel de inyección directa que rinde 41 caballos de potencia con un consumo de 3,8 litros, según te.□

asegura el fabricante. Su velocidad, autolimitada, es de 135 kilómetros. El modelo incorpora frenos de discos, ABS, sistema antiderrapaje Trust y airbag para conductor y acompañan-



CITROËN Pluriel

La marca le denomina "Demostrador Pluriel". Nace como consecuencia de los trabajos de investigación e innovación en el ámbito de los prototipos. Es un producto inédito. Se puede transformar con facilidad y ofrece diversas posibilidades de uso gracias a su modularidad. Su arquitectura carece de pilar central, los arcos longitudinales móviles, la capota abatible y el doble piso trasero permiten que se transforme en una berlina descapotable. Un cabrio ideal para el tiempo libre o "Spider pick-up". Su uso puede ser variado,



según las circunstancias y deseos de quienes lo utilicen. Monta un motor de 1.4 litros y su potencia máxima será de 75 CV. El embrague es pilotado y la caja de cambios de cinco velocidades. Citroën pretende dar respuesta coherente a los deseos, esperanzas, necesidades y gustos del público.□

SMART descapotable

Estará disponible en el mercado a partir de marzo del 2000. Una de las características a destacar es la técnica que se emplea para abrir el techo, plegable, de tela y con accionamiento eléctrico. Se puede abrir a modo de techo corredizo, quedando alojado -una vez abierto- sobre el maletero. Existe, además, la posibilidad de retirar los soportes del techo y guardarlos en un espacio previsto en la parte interior de la cubierta del maletero. Equipa un motor turbo Suprex de 55 caballos de potencia. Los faros son de nuevo diseño y los pilotos traseros están desarrollados y destinados especialmente al equipamiento de esta versión del Smart.□



De proyectar a construir

Maribel Espejo

Directora de la revista El Abanto



El nombre de esta revista que nace ahora con tanta fuerza, Mujerempresadora, me tienta a dedicar estas líneas a una de mis amigas, quizás más cercanas, en estos últimos años.

La conocí acabando la carrera. Quedábamos unos pocos, pero la mayoría de ese grupo de amigos, todos arquitectos, había comenzado ya su andadura profesional.

Colegiarse, darse de alta en el I.A.E., el seguro de responsabilidad civil... Pasar de la teoría a la práctica, de proyectar a construir. Patricia, como la mayoría de ellos, trabaja como profesional libre desde su estudio. Como en cualquier empresa nueva que se acomete, la dedicación y la ilusión es toda, pero el camino no es fácil y sin embargo, yo les deseo que sea largo. Son, "donde las haya", personas enamoradas de su profesión.

Los veo, a cada uno de ellos, como una pequeña empresa constantemente ofertando, diseñando, proponiendo. Empresas muy dinámicas que arriesgan continuamente su mucha dedicación y su tiempo. Piensen que la oferta de trabajo proviene de la vía privada -que en principio, puede parecer la más deseable- y de la pública, que desde hace sólo pocos años oferta la Administración mediante concurso público, algo bastante atractivo por ser, en la mayoría de los casos, obras de mayor embergadura y repercusión pública.

La constante lucha, que a menudo recuerda los días de estudiante en épocas de exámenes y entregas de trabajos, es ahora no sólo contra los plazos. Los impuestos, la defensa del cliente y la responsabilidad de estos trabajadores por cuenta ajena defendiendo intereses ajenos, implicando y moviendo a tantas personas del sector más productivo de nuestro país, hacen ver esos días ya muy lejanos.

Me puede la curiosidad y pregunto. Comentamos las cosas. Desde la necesidad se entiende la cada vez más obligada participación del arquitecto en todo proceso constructivo.

Nuestros pueblos han sido construidos por maestros de obra y albañiles aventajados con el encantador resultado que todos conocemos y del que nos enorgullecemos. Sin embargo, en las puertas del 2.000, nuestras ciudades y habitantes han cambiado. Las necesidades y formas de vida son otras, desgraciadamente se están ocasionando también problemas a causa de la superpoblación. Se requiere, cada vez más, que los edificios y las ciudades respondan al desarrollo en otros campos como la ingeniería electrónica o la industria.



A medida que los problemas ganan en complejidad, se va haciendo más patente la necesidad de la arquitectura y el urbanismo. Todo este proceso ha generado algún problema. Estamos en un momento en el que se demanda también la transformación del ciudadano. Las actuaciones en nuestra ciudad, como las nuevas vías (las rondas), las transformaciones de grandes manzanas en el casco histórico (San Luis), los nuevos edificios como el aeropuerto, la biblioteca pública, el estadio olímpico..., harán que con el tiempo los problemas de adaptación se diluyan y consigamos vivir en una ciudad adaptada a nuestras necesidades y con viviendas que respondan a las que el individuo demanda.

Desde las primeras generaciones de arquitectos de la escuela de Sevilla hace 40 años, en las que el porcentaje de mujeres era ínfimo, hasta las más nuevas en las que se cumple el porcentaje natural, la incorporación laboral de la mujer en este sector ha seguido el curso esperado. Debe haber alrededor de cinco mil colegiados sólo

en Andalucía occidental. Muchas mujeres, y no todas trabajando para la Administración o la empresa privada. Mujeres emprendedoras que imagino, si no tan "honestísimas" y delicadas, sin duda con el mismo coraje y profesionalidad de mi amiga. Los pocos nombres de mujer que ahora suenan en las listas de los concursos restringidos (de Israel, Japón o Portugal), se multiplicarán con seguridad a la vista de estas nuevas generaciones de mujeres emprendedoras que irrumpen con fuerza en este recién estrenado milenio. □



nuzzi mod .650

La armonía en el diseño y la practicidad en el espacio, son los argumentos imprescindibles para que su cocina sea cómoda y atractiva. Las cocinas NUZZI, tienen el prestigio, calidad, diseño y el máximo nivel de tecnología para competir en el liderazgo del mercado de los muebles de cocina.



nuzzi mod .460

IDEAS Y DECORACIÓN, es el distribuidor exclusivo de NUZZI en Sevilla.

Ideas DECORACION

Granada

○ **10 años de Espacios Naturales Protegidos.** Piezas y objetos para conocer mejor los distintos entornos naturales andaluces. Hasta el 31 de enero. Parque de las Ciencias.

○ **"Falla e Italia. Diálogos de continuidad".** Exposición documental del Archivo de Manuel de Falla. Hasta el 29 de enero. Centro Cultural Manuel de Falla. Paseo de los Mártires, s/n. Información: Archivo Manuel de Falla. Tlfs.: 958 228 318 y 958 228 463.

Málaga

○ **Programa Concierto de Navidad:** Penderecki y Bruckner. Director: Pedro Halfter. Días 7 y 8 de enero a las 21 h. Información: 952 224 109. Teatro Municipal Miguel de Cervantes.

○ **Obras Maestras del Museo de Málaga.** Exposición de fondos. Hasta febrero. Martes, de 15 a 20 h.; de miércoles a viernes, de 9 a 20 h.; sábados y domingos, de 9 a 15 h. Información: Palacio de la Aduana. Tlf.: 952 128 540

○ **"La esencia del papel".** Presencias del Arte Español ante el fin de siglo. Hasta el 25 de enero. De lunes a viernes, de 11 a 13,30 h. y de 18 a 21 h. También sábados por la mañana. Galería Marín Galy. Tlf.: 952 216 592

Huelva

○ **"Últimos combates en Lepanto",** de Jesús Domínguez. Obra de teatro de la compañía "Andante Teatro". Día 14 de enero, a las 11 h., para público joven. Día 15, a las 21 h., para público en general. Gran Teatro de Huelva, C/ Vázquez López, 13.

Almería

○ **Exposición de fondos provenientes del Museo Arqueológico de Almería.** Sección de Historia Antigua almeriense. De lunes a viernes, de 9 a 14 h. Archivo Histórico Provincial. Plaza de Campomanes, 11. Exposición permanente. Información: 950 253 772

○ **XVI Encuentro de Cuadrillas Comarca de los Vélez.** Hasta el 8 de enero. Información: Ayuntamiento de Vélez Rubio. Tlf.: 950 410 000

Jaén

○ **Exposición "El desarrollo del Arte".** Obras de autores del siglo XX. Hasta el 30 de enero. Martes, de 15 a 20 h.; miércoles, de 9 a 20 h.; domingos, de 15 a 20 h. Museo Provincial de Jaén. Paseo de la Estación, 27. Información: 953 274 507 y 953 250 600

○ **Trabajos en barro de Manuel Bautista Zafra.** Hasta el 8 de enero. Días laborables, de 19 a 21 h. Sala de exposiciones Centro Cultural Miguel Castillejo. Avda. Madrid, 15.

Cádiz

○ **Mercado del Arte Colectivo "Arte 90".** Reúne a unos ochenta o noventa artistas gaditanos que muestran y venden sus obras al público. Hasta el 5 de enero. Claustros de Exposiciones del Palacio Provincial.

○ **Exposición de Belenes:** Colección de Medicus Mundi. Hasta el 9 de enero. De 10 a 14 h. y de 17 a 21 h. Centro Cultural Municipal Alfonso X el Sabio. Puerto de Santa María.

Sevilla

○ **"Poros abiertos".** Compañía de Teatro Valiente Plan. Días 2, 3, 4, 7, 8 y 9 de enero. Sala La Imperdible.

○ **"El lujo oriental".** Exposición de porcelana y loza japonesa de finales del siglo XVIII y mediados del siglo XIX. Hasta el 9 de enero. Martes, de 15 a 20 h.; de miércoles a sábado, de 9 a 20 h. y domingos de 9 a 14 h. Museo de Artes y Costumbres Populares.

○ **Ghada Amer.** Instalación. Durante el mes de enero. Centro Andaluz de Arte Contemporáneo. Monasterio de Santa María de las Cuevas.

Córdoba

○ **"La Inmaculada en el arte andaluz".** Hasta el 5 de enero. Días laborables, de 18 a 21 h. Domingos y festivos, de 12 a 14 h. y de 18 a 21 h. Sala de Exposiciones Museísticas CajaSur. Ronda de los Tejares, 6.

○ **Exposición de obras del VI Certamen Nacional de Pinturas Adolfo Lozano Sidro.** Hasta el 15 de enero. Sala Álvarez Cubero. Priego de Córdoba. □



Artesevilla

Tras el éxito experimentado el pasado año, el Palacio de Exposiciones y Congresos de Sevilla, Fibes, vuelve a ser escenario por segundo año consecutivo de la Feria de Arte Contemporáneo "ArteSevilla" del 13 al 17 de enero.

El mayor reclamo de esta edición lo constituye la celebración del I Premio de Pintura Forum ArteSevilla, que se fallará durante los primeros días de este mes. Las obras candidatas serán expuestas en ArteSevilla junto a las del pintor granadino Ismael González de la Serna.

La imprenta de San Eloy

La serie de pinturas que el artista sevillano Joaquín Sáenz realizó a lo largo de más de quince años tomando como motivo la ya desaparecida sede de la

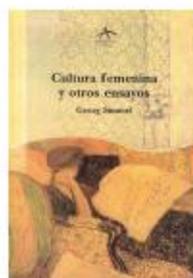


imprenta Gráficas del Sur en la calle San Eloy de Sevilla, pueden contemplarse hasta el 10 de enero en la Casa de la Provincia (Plaza del Triunfo, 1) de la capital hispalense. Esta exposición incluye una colección de dieciocho pinturas al óleo, dibujos, gouaches, acuarelas y otras piezas provenientes de colecciones públicas y privadas.

Supermercado del Arte

Aproximadamente cincuenta artistas, la mayoría andaluces, y cuatro mil obras originales a precios muy asequibles, es la oferta del décimosexto Mercado del Arte, un evento que se celebra simultáneamente en doce ciudades, entre ellas Sevilla, en la que permanecerá abierto hasta el día 10 de este mes. Una nueva concepción de exposición de arte en la que cada autor tiene su propio espacio expositivo. Artistas hoy consagrados participaron en este supermercado. □





CULTURA FEMENINA Y OTROS ENSAYOS

Georg Simmel
Ed. Alba
Barcelona, 1999
222 págs.

La captación de la esencia de la vida moderna a partir de fragmentos es el hilo conductor de esta obra, que recoge diversos ensayos de uno de los padres fundadores de la sociología moderna. Estos ensayos, publicados entre 1905 y 1911, y reunidos posteriormente por el propio Simmel, pretenden comprender y explicar las repercusiones provocadas por la incorporación de la mujer al ámbito de la cultura europea. Por ello, buena parte de los ensayos reunidos tienen por objeto el estudio del distinto carácter de los dos sexos y sus consecuencias sobre el conjunto social.



LA EDUCACIÓN DE MUJERES ADULTAS

Victoria Borrell
Ed. Diada
Sevilla, 1999
222 págs.

El cambio social a través del aprendizaje de las mujeres adultas.

Éste es el eje de la obra de Victoria Borrell, cuya investigación pretende constatar el significado y el valor social de las transformaciones en la conciencia individual de las alumnas cuando éstas adquieren una dimensión colectiva.

En esta obra se desvelan y analizan comportamientos, actitudes y valores desde la vivencia de las propias mujeres. Se pretende así aportar una nueva voz a la teoría educativa.



FERNANDA Y BERNARDA DE UTRERA, CANTARES INÉDITOS

Miguel Acal y Manuel Martín Martín
Ed. Diputación de Sevilla
Sevilla, 1999
80 páginas

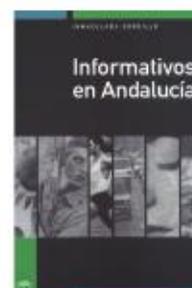
Libro - compacto que recupera la amplia trayectoria profesional de las cantaoras sevillanas Fernanda y Bernarda de Utrera, nombradas hijas predilectas de la capital hispalense el pasado año. Los dos CD que acompañan esta obra recogen grabaciones realizadas desde 1956 hasta 1977. Otro de los atractivos de esta recopilación son las numerosas fotografías, muchas de ellas inéditas, que ilustran la carrera musical de estas dos magníficas artistas.



ALICIA EN ANDALUCÍA

AA. VV.
Ed. Filmoteca de Andalucía
Sevilla, 1999
245 págs.

La mujer andaluza como personaje cinematográfico es el centro de esta obra. Desde que Teresa de Laurentis usara por primera vez el término "Alicia" para titular uno de sus libros, han sido varias las obras críticas y cinematográficas que se han referido a la mujer en el cine con este nombre. El presente volumen aborda las "Alicias" más importantes que ha habido y hay en Andalucía.



INFORMATIVOS EN ANDALUCÍA

Inmaculada Gordillo
Ed. Filmoteca de Andalucía
Sevilla, 1999
198 págs.

Una obra que da a conocer de manera práctica el mundo del informativo diario en televisión de nuestra comunidad. La autora indaga en las claves narrativas de los telediarios y busca la posible relación entre la eficacia y la accesibilidad de los telediarios y la presencia de un mayor número de elementos narrativos respecto a otros discursos. Por ello, el informativo se estudiará desde una óptica abierta a la ruptura de las fronteras entre ficción y no ficción.



LA CONTINUIDAD DE LA EMPRESA FAMILIAR

Joan M. Amat
Ed. Gestión 2000
Barcelona, 1999
156 págs.

La empresa familiar afronta actualmente una serie de problemas bastante previsibles y comunes, que la hacen más vulnerable que la empresa no familiar. Para facilitar su análisis y comprensión, esta obra propone el modelo desarrollado por su autor, el de los cinco círculos, que permite un diagnóstico de las cinco áreas más críticas para asegurar la continuidad de la empresa familiar: la propia familia, la propiedad, el negocio, la gestión y la sucesión, incidiendo especialmente en los criterios más adecuados para evitar las interferencias entre la familia y la empresa.



USO EFICAZ DEL TIEMPO

José María Acosta
Ed. Gestión 2000
Barcelona, 1999
184 págs.

La gestión del tiempo es crucial para poder desarrollar positivamente nuestra actividad laboral y disfrutar así del tiempo de ocio. Esta obra de José María Acosta, doctor ingeniero industrial y conferenciante habitual sobre este tema, expone distintas claves para identificar las causas de los problemas relacionados con el uso del tiempo y evitar aquellos factores que nos hacen perderlo. Soluciones prácticas para eludir el estrés, mejorar la eficacia y ganar en calidad de vida.



GUÍA BÁSICA DE EMPLEOS DE FUTURO EN ANDALUCÍA

Emilio Carrillo
Ed. Mad
Sevilla, 1999
143 págs.

Tomando como punto de partida la realidad europea y su traslación al contexto andaluz, el autor analiza en esta obra la transformación del trabajo y las nuevas necesidades. Emilio Carrillo clasifica los puestos de trabajo en tres categorías: empleos sin futuro, empleos con futuro y empleos de futuro, que se encuentran tanto en sectores tradicionales como en nuevas actividades. Estos últimos son los que reciben la denominación "nuevos yacimientos de empleo". Una guía útil tanto para pequeños empresarios como para las administraciones y los estudiantes en proceso de formación.



EL IMPERATIVO ÉTICO

John Dalla Costa
Ed. Paidós
Barcelona, 1999
384 págs.

El autor de esta obra describe aquellos principios éticos que pueden resultar favorables tanto para los clientes como para los accionistas y empleados. Inspirándose en el campo de la gestión, el comportamiento e incluso la teología, Dalla Costa explica en este libro por qué la ética debe ser un elemento fundamental en cualquier actividad empresarial, ofreciendo un modelo práctico para que cada organización establezca su propia orientación ética. Para ilustrar el funcionamiento de este marco ético y ayudar a los directivos a adaptar el modelo a las necesidades de sus empresas, se emplean ejemplos extraídos de diversas compañías. □

LUZ CASAL
"Un mar de confianza"

Hispavox

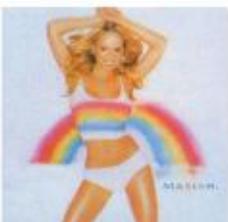
El nuevo trabajo de esta conocida cantante gallega tras cinco años de ausencia, por el que ya ha obtenido un Premio Ondas a la mejor canción, "Un mar de confianza", que da título al álbum. Luz Casal ha controlado al máximo todos los aspectos, desde la escritura a la producción de los temas. "Un mar de confianza" ofrece pop, rock y baladas románticas.



MARIAH CAREY
"Rainbow"

Columbia

La cantante que más ha vendido durante la década de los noventa presenta trece nuevos temas compuestos por ella misma en su álbum "Rainbow", en el que están presentes diversos estilos musicales. Este nuevo trabajo incluye la versión que la cantante neoyorkina realizó del tema "Against all odds" de Phil Collins.



CHER
"The greatest hits"

Universal

Recopilatorio de diecinueve canciones, números uno de las listas de éxitos en las últimas décadas, que condensan 35 años de la carrera de Cher. Entre ellos, "I got you babe", "Believe", "Bang bang", "Gypsies, tramps and thieves" o "Love can build bridge", grabado junto a Chrissie Hynde y Neneh Cherry.



CELINE DION
"All the way...a decade of song"

Sony

Celine Dion resume en este trabajo nueve de las mejores canciones de su carrera y siete temas nuevos, entre ellos la balada "The first time ever I saw your face", que Roberta Flack interpretó en 1972 y el clásico de Frank Sinatra "All the way", cantado a dúo con Sinatra. El álbum culmina diez años de carrera en los que esta artista llegó a vender más de 100 millones de discos.



LAS ALAS DE LA PALOMA

Lauren Films

Dirigida por Iain Softley y protagonizada por Helena Bonham Carter, Linus Roache, Alison Elliott y Elizabeth McGovern



Kate Croy se mueve en el círculo más elitista de Londres, en el que espera encontrar a un hombre rico que le de seguridad económica. Sin embargo, se enamora de un periodista, Merton, que no se adapta a su estatus social. Al tiempo que elige entre el amor o asumir su lugar en la sociedad que le ha tocado vivir, conoce a una heredera americana, Millie. Convertidas en amigas íntimas, deciden viajar a Venecia en compañía de Merton. Durante el carnaval de la ciudad, saldrán a la luz todas las pasiones ocultas.

BAILAR HASTA MORIR

Dirigida por Yolande Zauberman y protagonizada por Elodie Bouchez, Roschdy Zem y Béatrice Dalle



Es verano. Lola tiene veinte años. Un día se queda dormida en el autobús y aparece en un mundo extraño, un mundo de salas de fiesta, bullicio y gente que viene y va. Lola conocerá a Emir, a su hermano Ismaél y a la bailarina Saïda, enamorada del primero. Una historia de soledades vinculada al baile y a la música.

MI ESTACIÓN PREFERIDA

Lauren Films

Dirigida por André Téchiné,

producida por

Alain Sarde y

protagonizada por

Catherine Deneuve,

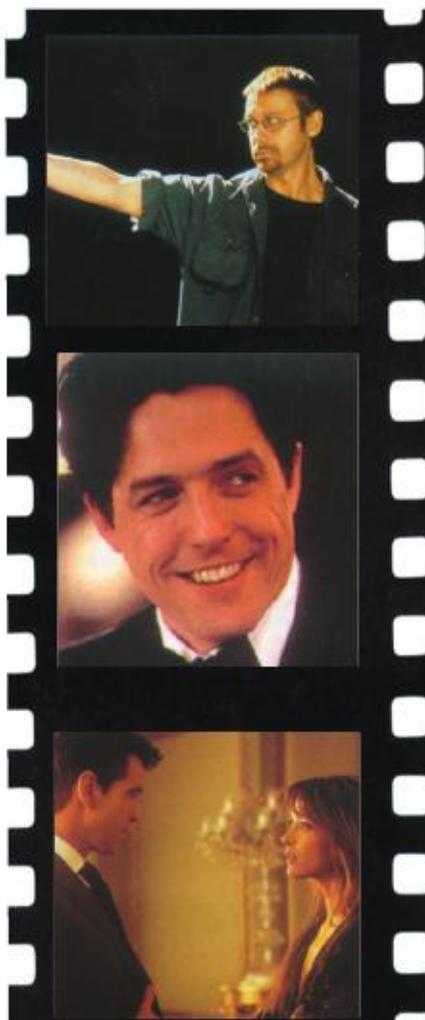
Daniel Auteuil, J. P.

Bouvier y Chiara

Mastronianni.



Dos hermanos, Emilie y Antoine vuelven a reunirse en el momento en que su madre pierde la razón y la vida. Ellos han de enfrentar entonces aquello en lo que se han convertido. Entre el vértigo de reencontrarse y el dolor de separarse, los hermanos hallarán finalmente su justo lugar en el mundo.



NADIE CONOCE A NADIE

Dirigida por Mateo Gil e interpretada por Eduardo Noriega, Jordi Mollá, Natalia Verbeke y Paz Vega

Mateo Gil se estrena como director de largometrajes. Un joven aspirante a actor se encuentra envuelto en una serie de atentados que tienen lugar en la capital hispalense en vísperas de la última Semana Santa del milenio. Sus esfuerzos por descubrir quién maneja los hilos le hacen pasar por todo tipo de vicisitudes y peligros. Nada ni nadie es lo que parecía ser.

MICKEY OJOS AZULES

Dirigida por Kelly Makin e interpretada por Hugh Grant, Jeanne Tripplehorn y James Caan

Tras el éxito de "Notting Hill", Hugh Grant ataca de nuevo con esta comedia, en esta ocasión ambientada en el mundo de los gánsters. La vida de un director de una sala de subastas se complica cuando decide casarse con la hija de un "capo" mafioso.

EL MUNDO NUNCA ES SUFICIENTE

Dirigida por Michael Apted e interpretada por Pierce Brosnan, Robert Carlyle, Sophie Marceau y Denise Richards

El agente internacional 007 debe resolver un conflicto que hace peligrar la reserva mundial de petróleo. La hija de un magnate asesinado, una doctora experta en armas nucleares y un malvado insensible al dolor completan el reparto.

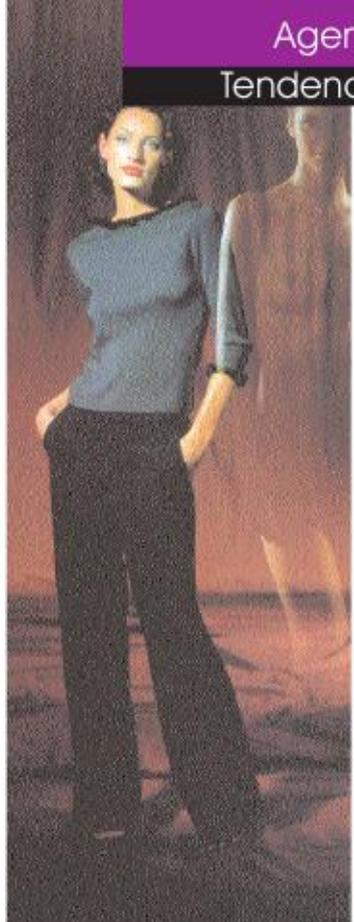
Escorpion: Una nueva experiencia

Movimiento y comodidad son las credenciales de la firma Escorpion en su colección para este otoño - invierno. Presente en el mundo que rodea a la mujer de hoy, Escorpion ha creado cuatro colecciones para los distintos momentos de actividad, ocio o fiesta: Casual, City, Elegant Day y Colection Night.

La línea

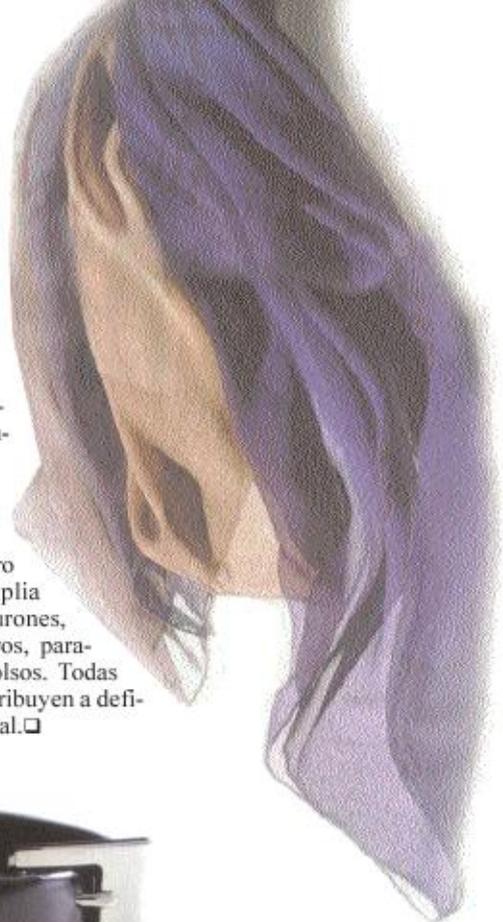
Casual e s t á integrada por prendas de abrigo, echarpes, capas, suéters o cárdigans reversibles, realizados con los colores de este invierno. La línea City, de máxima actualidad, se caracteriza por los trazos sensuales y minimalistas que buscan la armonía en los vestidos de punto y sobrecamisas.

La colección Elegant Day se ajusta a los compromisos que conlleva el vivir el día a día de la ciudad: trajes chaquetas, vestidos, tops,... Y por último, para vestir de fiesta, Escorpion ha diseñado Colection Night, en la que el visón, los epilees de chini-lla y los lamés son los elementos dominantes. □



Burberry: Al detalle detalle

La gama de complementos y accesorios diseñada por Burberry se caracteriza por su singularidad y minuciosidad. Para satisfacer a los clientes más exigentes, Burberry utiliza materiales nobles como la piel, la seda, el cashmere y el cuero para confeccionar su amplia gama de propuestas: cinturones, monederos, llaveros, tarjeteros, paraguas, guantes, foulards o bolsos. Todas esas pequeñas cosas que contribuyen a definir un exquisito estilo personal. □



Pielnoble Bolsos prácticos

La gama de productos Pielnoble se ha visto incrementada con la incorporación de una colección de bolsos de piel para esta tempora-

da otoño - invierno, destinados a la mujer práctica. Siguiendo una línea clásica y tradicional, esta colección presenta piezas en piel de vacuno con diferentes acabados, destacando su tacto de seda en un brillo mate, la consistencia del grano, un crispado

Potens: nuevo impulso

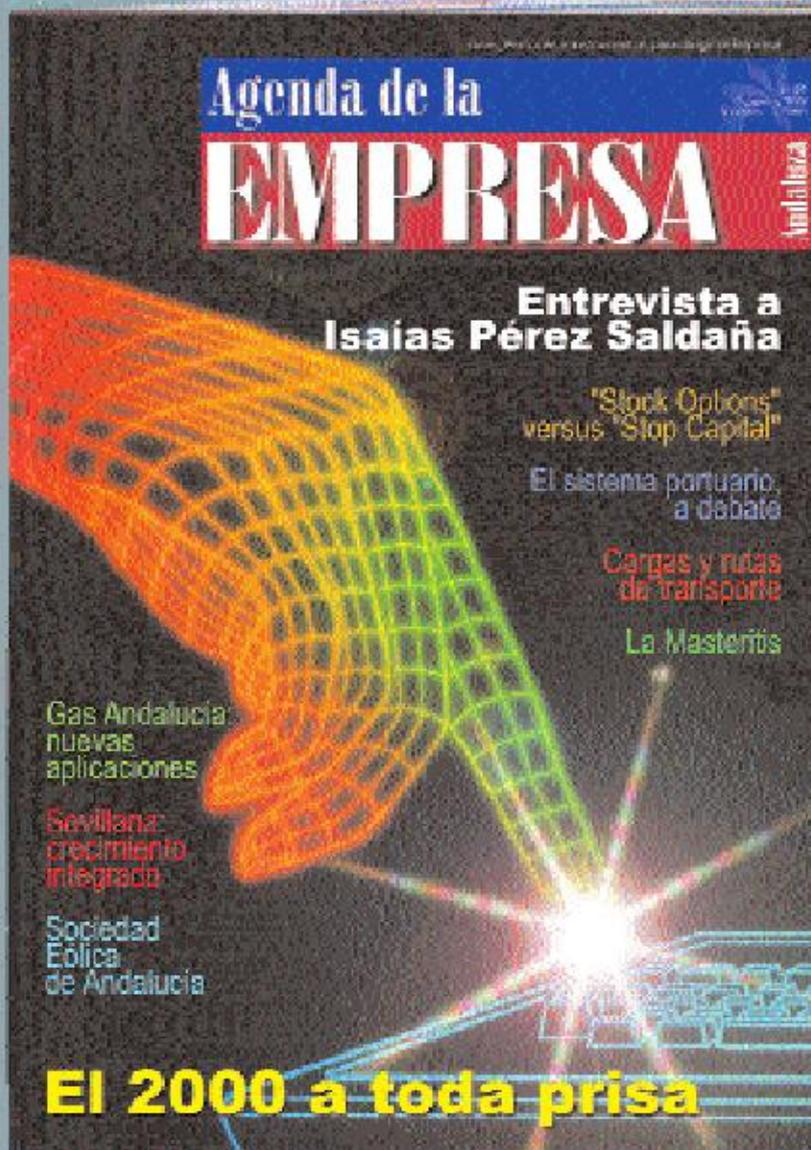
La marca Potens quiere adaptarse al ritmo de los tiempos, tras su presencia en nuestro país desde hace 53 años y su adquisición por parte del Grupo Industrial Martí. Su filosofía es ofrecer un reloj diferente para cada persona, de calidad, con dos años de garantía, clásico o de moda, resistente, con tecnología avanzada,

da, elegante y sobre todo, a un precio razonable.

Las colecciones Soul y Cocktail pretenden responder a estas máximas. La colección Soul presenta una nueva línea de relojes asimétricos y la colección Cocktail relojes de acero inoxidable. □



liso y el forro de lona, cien por cien algodón. Unos acabados perfectos y un especial cuidado en los detalles, como las fortinuras en níquel mate y la marca serigrafiada en negro, caracterizan a estos bolsos, que se presentan en colores beige, marrones y negros. □



Para recibir
todo el año



Suscríbete
hoy mismo
y aprovecha
las ventajas
de esta oferta

me suscribo a
Agenda de la Empresa por
11 números: 3.500 ptas.

me suscribo a
Agenda de la Empresa por
22 números: 7.000 ptas.

Nombre y apellidos _____

Dirección _____

Población _____

Provincia _____

C.P. _____ Teléfono _____

Forma de pago:

Domiciliación bancaria

Entidad _____ Oficina _____ D.C. _____ Cuenta _____ Firma _____

Mediante cheque bancario a nombre de Allivesver de Servicios S.L.

Visa (No Electron) Mastercard Número _____

Envíe este cupón a
Agenda de la Empresa.
Recaredo, 20 - 2º - 41003 Sevilla

También se puede suscribir
enviando el cupón por fax
al 954 53 31 43



Grupo Allivesver

La depresión, una enfermedad que se puede curar

La depresión es un trastorno generalizado que, sin embargo, puede llegar a ser difícil diagnosticar. No obstante, más de la mitad de las depresiones pueden curarse si se cumplen ciertas condiciones

La depresión es una enfermedad en continuo aumento en las sociedades occidentales. Padecida mayoritariamente por mujeres, ancianos y adolescentes, afecta en nuestro país a entre cuatro y seis millones de personas, aunque más de la mitad no están diagnosticadas ni reciben tratamiento. La razón: el tabú social que todavía rodea a estos enfermos, que suelen desconocer la causa de su malestar, además de la dificultad para establecer un buen nivel comunicativo entre médico y paciente, la falta de tiempo para abordar el trastorno en profundidad, la impaciencia del paciente, los efectos secundarios de determinados fármacos antidepressivos o el consumo de drogas y alcohol.

Sin embargo, los especialistas afirman que el 60 por ciento de las depresiones pueden curarse con el apoyo de los medicamentos y la aceptación de la enfermedad como cualquier otra patología susceptible de solución, dependiendo naturalmente de la naturaleza y

los síntomas que afecten al paciente. Las mujeres constituyen uno de los colectivos más castigados por la depresión, especialmente si es madre, pertenece a una sociedad occidental, y está suficientemente preparada profesionalmente. Los especialistas argumentan que las mujeres son más sensibles a las pérdidas y tienen mayores probabilidades de fracaso, por ejemplo, al elegir dar prioridad a su trabajo o a la familia.

Los expertos advierten que se convertirá, dentro de dos décadas, en la segunda causa de discapacidad en todo el mundo, debido a su incidencia en las bajas laborales (el coste anual en España alcanza los 124.000 millones de pesetas) y al elevado volumen de recursos humanos y farmacológicos que tendrán que soportar los sistemas sanitarios.

Para luchar contra ella, un diagnóstico rápido y acertado por parte del personal sanitario, la búsqueda de medicamentos más

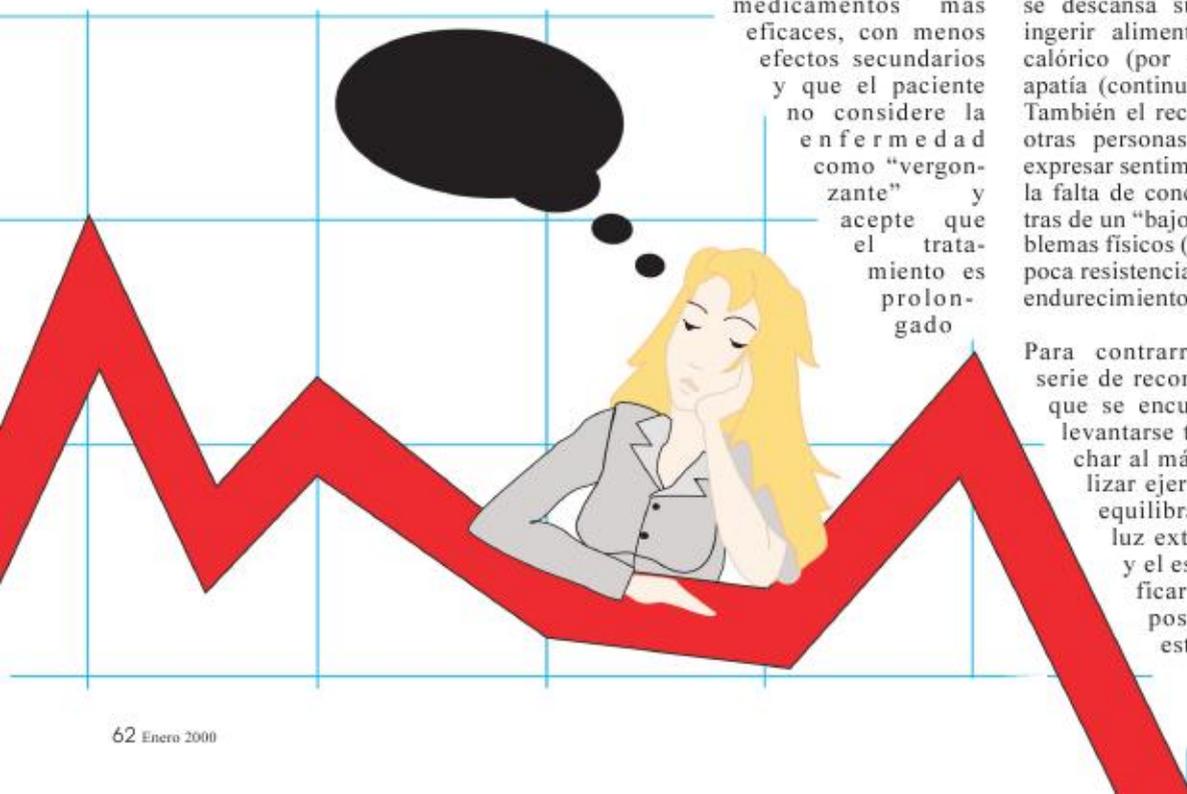
eficaces, con menos efectos secundarios y que el paciente no considere la enfermedad como "vergonzante" y acepte que el tratamiento es prolongado

son las claves para vencer esta extendida enfermedad.

El término "depresión" también se aplica a trastornos pasajeros: es el caso de la denominada "depresión de invierno". Aunque no se conocen con exactitud las causas que la provocan, existen varios factores relacionados con su origen y aparición. En primer lugar, la falta de luz provoca que nuestro cerebro segregue una sustancia llamada melatonina, que nos ayuda a dormir.

El aumento de la luz al amanecer hace que disminuya la secreción para que podamos despertarnos. Durante la época invernal, y sobre todo, en lugares mal iluminados, el aumento de esta glándula puede provocar el que no podamos pensar con claridad o que nos sentamos anímicamente "bajos". Los factores genéticos y el estrés también contribuyen a desencadenar la llamada "depresión de invierno". Síntomas claves de este trastorno son la necesidad de dormir más y la sensación de que no se descansa suficiente, el deseo de ingerir alimentos de alto contenido calórico (por ejemplo, dulces) o la apatía (continua sensación de fatiga). También el rechazo a la compañía de otras personas y la dificultad para expresar sentimientos, la irritabilidad y la falta de concentración como muestras de un "bajo" estado de ánimo, problemas físicos (dolor de articulaciones, poca resistencia a las infecciones) y un endurecimiento de la conducta.

Para contrarrestarla, existen una serie de recomendaciones, entre las que se encuentran las siguientes: levantarse temprano para aprovechar al máximo la luz solar, realizar ejercicio, comer de forma equilibrada, procurar que la luz exterior ilumine el hogar y el espacio laboral, o planificar el tiempo de forma positiva para evitar el estrés. □



Productos ecológicos: Una fuente de salud

La Agricultura Ecológica está experimentando un fuerte auge en Andalucía. Sin embargo, la producción no encuentra aún una respuesta masiva en el mercado. Es cuestión de tiempo: estos productos garantizan al consumidor la adquisición de alimentos naturales y de calidad R.M.E.

La Agricultura Ecológica tiene como objetivo primordial la consecución del equilibrio entre la acción productiva y el medio ambiente. Por ello, esta actividad se caracteriza por descartar el uso de cualquier procedimiento o tratamiento químico, utilizando en su lugar técnicas y métodos naturales.

La agricultura ecológica ha experimentado un notable incremento en los últimos años: En 1992, tan sólo cerca de 300 agricultores se dedicaban a este tipo de producción, abarcando una superficie aproximada de 2.000 hectáreas.

Actualmente, Andalucía cuenta con un total de 61.738 hectáreas y 2.462 productores. A pesar de todo ello, tan sólo uno de cada cien andaluces consume productos ecológicos: el 96% de la producción de nuestra comunidad se exporta al exterior, fundamentalmente a EE.UU., Canadá y el continente asiático.

Una de las razones de tan bajo consumo es el coste de estos productos, un 20% más caros que los convencionales.

Entramos así en un círculo vicioso: la demanda es escasa debido, en parte, al coste, lo que provoca que existan pocos puntos de venta.

Hasta ahora, estos productos sólo pueden encontrarse en establecimientos especializados o grandes hipermercados. La mayoría de la producción vendida

en Andalucía llega hasta el público a través de las asociaciones de consumidores. Otro problema añadido es el correcto etiquetado de los productos.

La Unión de Consumidores afirma que recibe denuncias por la venta de productos falsamente ecológicos. En este sentido, la única garantía en nuestra región es la certificación oficial del Comité Andaluz de Agricultura Ecológica (CAAE), organismo que concede a los agricultores que se someten a sus inspecciones y controles un distintivo diferenciador que asegura la

calidad. La gestión del CAAE ha traspasado fronteras, ya que organismos de control y certificación de diversos países europeos han querido conocer su sistema. □



RAZONES PARA CONSUMIR PRODUCTOS ECOLOGICOS

○ Los alimentos están libres de residuos químicos, contienen una menor cantidad de agua y cuentan con mayor materia seca. Por eso, son más sabrosos y sanos. Su inmejorable calidad se convierte en sinónimo de garantía sanitaria y nutritiva.

○ Se mejora notablemente la fertilidad de la tierra al utilizar fertilizantes orgánicos, evitando además la erosión y contaminación agrícola de suelos y aguas.

○ Se llega a un equilibrio dentro de los sistemas al promover la biodiversidad vegetal y animal, buscando asociaciones de cultivos y usando los insectos auxiliares contra las plagas.

○ Colaboramos en la conservación de la riqueza del paisaje andaluz y de los variados ecosistemas que lo forman.

C.A.A.E.

Comité Andaluz de Agricultura Ecológica



Esja nuestro distintivo de garantía

Cortijo de Cuarto, s/n. 41014 - Sevilla.
Apdo. 11.107 - 41080 Sevilla.

Tel.: 954 68 93 90 - (6 líneas) - Fax: 954 68 04 35

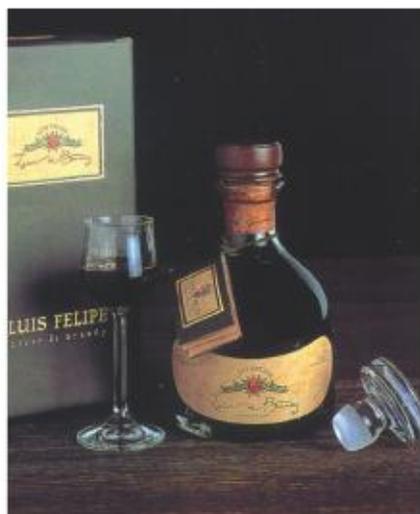
E-mail: caae@arrakis.es



El Comité Andaluz de Agricultura Ecológica (C.A.A.E.) es el único órgano de control y certificación andaluz de la producción agrícola ecológica, reconocido por la Consejería de Agricultura y pesca en el marco del reglamento CEE 2092/91.

El C.A.A.E. además de ejercer este control, promueve la agricultura ecológica en Andalucía y cuenta con un departamento de formación que realiza publicaciones y cursos para asesorar técnicamente.

Un placer exquisito



Las Bodegas Rubio custodian un tesoro único: el brandy Luis Felipe. Aterciopelado y exquisito, es fruto de un rito que cuenta con más de un siglo de antigüedad. El origen de la denominación "Luis Felipe" se remonta a 1893, cuando la familia Rubio encontró unas barricas señaladas con este nombre reservadas para Don Antonio de Orleans, Duque de Montpensier e hijo del Rey de Francia Luis Felipe I, que residía en el sevillano Palacio de San Telmo. El licor de brandy Luis Felipe, elaborado desde la base del legendario Brandy Gran Reserva Luis Felipe, encarna todas las excelencias de este último. Fruto del carácter auténtico de las Bodegas Rubio, su cuidada crianza es muestra de su nobleza. Su vejez es de 30 años y su producción anual alcanza las 3.000 botellas. Se presenta en frasco soplado a mano con un tapón de madera acompañado de otro de cristal. □

Centro pionero

La ciudad gaditana de Jerez será la sede de la unidad de asuntos económicos y jurídicos del nuevo Centro Andaluz de Investigaciones Vitivinícolas (CAIV). Este centro, pionero en España en la investigación específica del vino y el brandy, comenzará a funcionar este año. El CAIV estará formado por representantes de la Consejería de Agricultura, las diversas universidades andaluzas y los Consejos Reguladores del Vino y el Vinagre y el de Brandy de Jerez, así como la Federación de Empresas de Jerez, Fedejerez. □

SEVILLA BAHÍA: Garantía de calidad

Edif. Hotel Occidental - frente Estación AVE Stª Justa a 50 m.
C/ Consejo Francisco Ballesteros, 4
Tel: 954 58 01 19
(Aparcamiento privado cubierto con aparcacoches)

El Restaurante Sevilla Bahía ostenta como credenciales la calidad y el buen servicio. Una original carta que se renueva constantemente, en la que el diseño de los platos juega un importante y decisivo papel diferenciador,



caracteriza a este restaurante, que constituye todo un lujo del buen comer: pescados traídos diariamente de las lonjas andaluzas, hechos al horno, a la sal o fritos; mariscos finos y algunas especies de sus propios viveros; arroz con bogabante, con perdiz o con bacalao; carnes de ternera, buey cebón, cordero lechal, cerdo ibérico y caza, manjares a los que se suman postres de elaboración artesanal y las mejores marcas de vinos de las

principales denominaciones de origen recogidos en bodegas climatizadas.

Situado frente a la estación ferroviaria sevillana de Santa Justa, concretamente en el Hotel Occidental, Sevilla Bahía también se distingue por su exquisita decoración. Este restaurante cuenta con un gran salón divisible en comedores privados y personalizados, así como con un amplio servicio de barra. □



Son también
establecimientos
de:

MESON - ASADOR

ALMANSA, 15
Tel: 954 2177 96



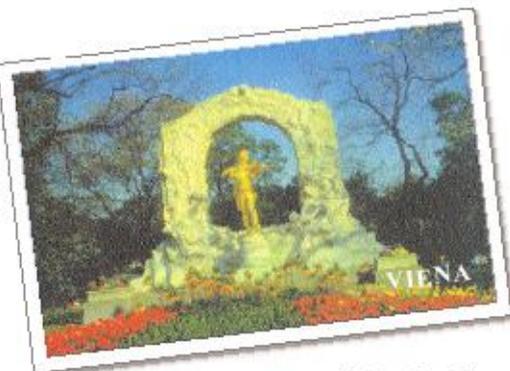
RESTAURANTE

REYES CATÓLICOS, 13
Tel: 954 21 30 89

COMPROMISO DE CALIDAD

La Europa imperial

Tras el periodo navideño, os proponemos recorrer algunas de las denominadas "ciudades imperiales" europeas, concretamente Praga, Viena y Budapest. Varias combinaciones que permiten contemplar el rico legado cultural que atesoran

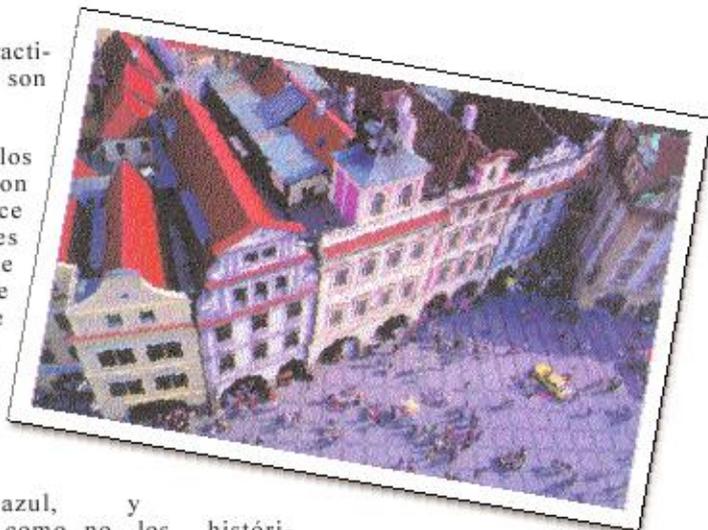


La visita de Viena, Praga o Budapest es más que obligada. Por eso, os reseñamos brevemente los atractivos más interesantes de cada una de ellas.

En la ciudad de Kafka podrá contemplar el famoso Barrio Judío en el que se encuentra la Sinagoga Staronova, la más antigua del continente europeo, el barrio barroco de Malastrana, en el que se encuentran bellos palacios, o la Plaza de la Ciudad Vieja, entre otros atractivos y lugares de interés, como el Museo Mozart o el corazón de

tuyen también un atractivo ineludible, ya que son auténticos museos.

Viena, ciudad que los romanos bautizaron "Vindobona", ofrece pintorescos rincones como la casa natal de Mozart, la Catedral de San Esteban, la torre giratoria del Danubio, los palacios imperiales, los cruceros por el Danubio, a veces



azul, y como no, los cafés vieneses, institución nacida tras la huida de los turcos. Entre los más prestigiosos se encuentra el café Sacher.

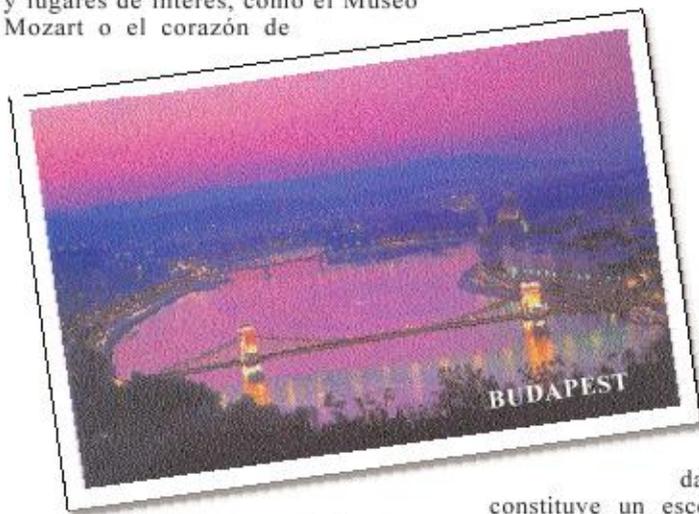
históricos y también fastuosos palacios. Podrá disfrutar además de un "Goulash Party", típica cena amenizada con la emotiva música zingara.

Existen variadas ofertas. En primer lugar, la posibilidad para visitar Praga y Viena durante ocho días. Las salidas se reparten a lo largo de todo el mes de enero, al igual que para visitar Praga y Budapest durante otros ocho días. Para visitar las tres ciudades conjuntamente también existen distintas propuestas.

La elegante ciudad de Budapest

constituye un escenario perfecto para las compras. Discos, libros o artículos típicos se ofrecen a precios realmente ventajosos. Budapest alberga interesantes museos, monumentos

Para más información: Viajes Ibermar. Club de viajes Alcampo. Ronda del Tamarguillo, s/n. (Sevilla). Tlf.: 954 63 94 23. Fax: 954 65 38 29. □



Bohemia, lleno de estrechas callejuelas impregnadas de la leyenda kafkiana. Las cervecerías checas consti-

EL TALLER DE COSTURA
Mister Miss

CONFECCIÓN A MEDIDA Y ARREGLOS
(Señoras, Caballeros y Niños)

VENTA DE: - Medias
- Corsetería
- Lencería

UNA SOLUCIÓN A SU MEDIDA EN:

C/Gólgota, 16 local (paralela Avda. El Greco) 41007 Sevilla
Tel.: 954 57 70 99

Horario: De 9.00 a 21.30 ININTERRUMPIDO

Mujeres y hombres del siglo XXI

Carmen Ramírez
Escritora, socióloga y pedagoga



A la mujer en el el siglo XX le ha correspondido un importante protagonismo en la transformación de la sociedad.

Vivimos en un vecindario global. La tecnología nos ha situado cara a cara con el universo que nuestros abuelos y abuelas ni siquiera imaginaron. Los cambios que se avecinan serán creativos o deshumanizadores sólo en la medida en que nos comprometamos en la tarea de elevar la calidad de nuestra vida y de nuestra imaginación.

La mayoría de los cambios que hasta la fecha han ocurrido en la historia han sido graduales. Pero a la mujer andaluza le ha tocado vivir en unos cuantos decenios, grandes variaciones en su entorno vital. Y los hombres se encuentran algo confusos ante situaciones para las que no fueron enseñados, lo que les produce un conflicto personal. De su capacidad de adaptarse a las nuevas condiciones de vida, dependerá su integración en el mundo actual.

Ante el reto que supone el siglo que comienza, las mujeres y los hombres de esta hora están llamados inevitablemente a hacer un pacto para ese inmediato futuro.

La mujer quiere relaciones interpersonales abiertas y profundas con el hombre, pero que no tengan nada que ver con el dominio y la tendencia como ha sido hasta ahora. Necesita un espacio de libertad propio para desarrollar su personalidad. Ha llegado el momento en el que el cambio del papel de la mujer exige un cambio grande de la sociedad. Vivimos una época de frontera en la que algo se acaba y algo empieza.

Se ha dicho que el hombre quiere una mujer que ya no existe, y que la mujer desea un hombre que aún no ha nacido. Los hombres inteligentes y comprensivos dispuestos a aceptar los nuevos tiempos,

serán los que pactarán con las mujeres las nuevas formas de vida.

Personalmente estoy convencida de que la problemática de la mujer actual necesita de la colaboración activa y eficaz de "nuestros queridos amigos los hombres". La mujer tiene que redefinir su identidad, en este momento histórico, para sentirse segura en el mundo contemporáneo.

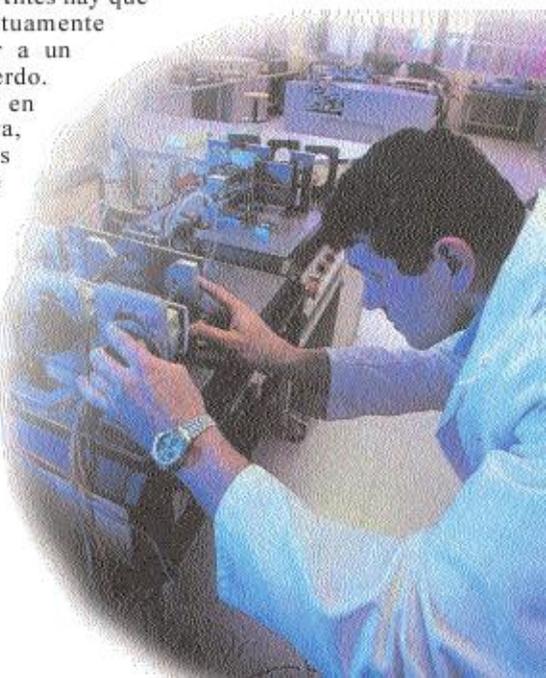
La nueva identidad de la mujer necesita: abrir caminos nuevos y recorrerlos aunque tengan tramos difíciles, con valor y audacia; ser ella misma; aportar sus diferencias; humanizar la cultura y ser consciente de que es la protagonista principal de este "renacimiento". La sociedad conformada y codirigida por la mujer y el hombre puede resolver muchos problemas, al parecer, insolubles.

La mujer que construirá junto con el hombre el siglo XXI, trabajará sin renunciar a sus propios valores, ni a su vida afectiva y familiar. La que desee triunfar no tendrá que parecerse al hombre sino ser ella misma. Pero hace falta que "ellos" asimilen la nueva situación y no la rechacen.

Ha llegado la hora de terminar la confrontación entre hombres y mujeres y sustituirla por el diálogo sereno y constructivo.

Pactar, según el diccionario, es establecer y aceptar condiciones entre dos partes, que se obligan a cumplirlas. Antes hay que escucharse mutuamente para poder llegar a un satisfactorio acuerdo. Estamos entrando en una nueva era, entre todas y todos tendremos que conformar la nueva persona humana.

Hay que adelantarse al futuro y no simplemente tropezarnos con él. MUJER EMPRENDEDORA, EL SIGLO XXI ES TUYO. □



EMPRESA DE TODOS



RÉPLICA DE UNO DE LOS CARROS QUE SE UTILIZABAN EN LOS AÑOS 20.
LIPASAM LO HA CEDIDO PARA SU EXPOSICIÓN EN EL MUSEO DE CARRUAJES DE SEVILLA.

Una empresa de todos los sevillanos: **Lipasam**, la **Empresa Municipal de Limpieza de Sevilla**, cuenta con los más avanzados medios y tecnología para la recogida y reciclado de los residuos, limpieza de las vías públicas y protección del medio ambiente urbano. Ésta es una de las razones por la que ha recibido la **Escoba**

de Oro 1998, galardón que concede Ategrús cada dos años, el Premio **Barrendero Ecológico-Bandera Verde** que concede la Federación de Usuarios-Consumidores Independientes cada dos años, el Premio **Sevillano del Año 1998** que concede el diario Sevilla Información y la confirmación de la **Bandera Verde en 1999**

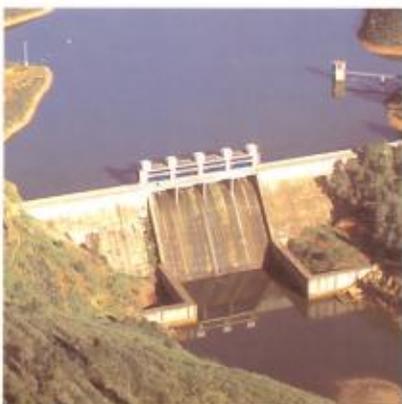
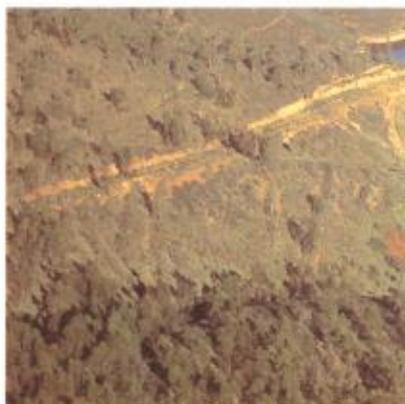


LIPASAM

El futuro está en el agua

Desde hace más de 25 años EMASESA trabaja en la gestión de las aguas de Sevilla y su entorno, abasteciendo a un total de 1.350.000 habitantes.

Nos asomamos al nuevo milenio para alcanzar un desarrollo sostenible basado en la gestión integral del agua y el ahorro.



A todos muchas gracias y miles de litros de felicidad.



Atención al cliente y
Servicio de averías:
900 76 00 76
Plan cinco:
900 755 755

