

mujeremprendedora

**Usted perdone,
pero soy
empresaria**

**Habilidades
sociales,
habilidades
profesionales**

Entrevista
Isabel Aguilera
directora general
de Dell Computer

Nuevas tecnologías
¡sacales provecho!



r e a l i d a d e s

SUEÑOS

Mejorar la capacidad de investigación en las áreas de competencia de CTI a través de una financiación de mercado.

Ofrecer oportunidades en el desarrollo de la labor técnica a los alumnos de UCO y otras universidades andaluzas que deseen continuar su capacitación profesional en un entorno con alto potencial de innovación.

Contribuir a la formación de un núcleo de desarrollo económico y social a través de la creación de puestos de trabajo directos e indirectos en un entorno local.



ÁMBITOS.
Teleformación., Servicios Profesionales, Herramientas autor, Producción Multimedia, Soluciones Internet. Ocio, Domótica y Tecnologías de ayuda.



SOLUCIONES

Teleformedia (Sistema de Teleformación Multimedia con una colección de cursos multimedia en CD-ROM). // Centro de Enseñanza Virtual: **CEV**. HERRAMIENTA AUTOR MULTIMEDIA. **HAM**. // **MUVIARTE** museo virtual // **CIMCA**. Cueva Inmersiva para una Marioneta con Control Automático // **TABLERO DE CONCEPTO, RATÓN ADAPTADO** . Periféricos adaptados de acceso al ordenador // Sistema Integral de control de edificios inteligentes

no sueñes, **hazlo.**

Los nuevas tecnologías ofrecen increíbles posibilidades. Este mes, **Mujeremprendedora** se hace eco de ellas para que les saques el mejor provecho: Internet, las tiendas virtuales, la tecnología wap, el teletrabajo... y como siempre, mucho más.



Sumario

Los nuevas tecnologías ofrecen increíbles posibilidades. Este mes, **mujeremprendedora** se hace eco de ellas para que les saques el mejor provecho: Internet, las tiendas virtuales, la tecnología wap, el teletrabajo... y como siempre, mucho más.

En Portada

- 06 Editorial
- 08 Nombres Propios
- 10 Navegar por Internet, cada vez más fácil

Primer Plano

- 14 Opinión. Carmen Espinosa
Bolsas sin control
- 16 Wap: La información útil
- 18 Entrevista a Isabel Aguilera
- 22 El teletrabajo: una fórmula emprendedora
- 24 ¿Qué significan las nuevas tecnologías

Emprender

- 26 Opinión. M^a Ángeles Tejada
Usted perdona, pero soy empresaria
- 28 Comprar y vender a través de Internet
- 32 Una mujer en el mundo del automóvil

Emprendedoras

- 34 Opinión. Inmaculada Leyva
La radio que viene
- 36 Arca Gestión Global:
Desde una óptica innovadora
- 37 Inversiones en Arte y Naturaleza:
Un valor seguro
- 38 El Patio Pio: Una segunda casa

Gestionar

- 40 Opinión. Susana López
Igualdad de oportunidades en el medio rural
- 42 Habilidades sociales, habilidades profesionales
- 46 Panorama

Comunicación

- 48 Opinión. Victoria Cabrera
*Nuevas formas de teletrabajar:
El teletrabajo*
- 50 Tecnología
- 51 Viajar
- 52 Motor

Agenda

- 54 Opinión. Inmaculada Diaz
El acoso sexual en el trabajo
- 56 Citas Culturales
- 57 Para Leer
- 58 Para Ver
- 60 Tendencias
- 62 Salud
- 63 Estética
- 64 Psicología
- 65 Gastronomía
- 66 Pincelada. Carmen Ramirez
Magdalena Haurie opina sobre la mujer y el arte



EDITORA

M^a José Bonilla García

DIRECTORA

Isabel Valle Díaz

REDACCIÓN Y COLABORADORES

Marianela Nieto, M^a Ángeles Tejada, Carmen Espinosa Sierra, Inmaculada Leiva, Inmaculada Díaz, Victoria Cabrera, Antonio Gómez, Carmen Ramírez, Carmen Jiménez

DIRECTORA DE ARTE

Clara Alonso Campillo

DIAGRAMACIÓN Y DISEÑO

Iana Andrea Pérez

FOTOGRAFÍA

Foto portada: Inma Puchal
Manny Rocca
Julio Figueroa
Archivo A.E.
Agencias

JEFA DE PUBLICIDAD

M^a del Mar Serrano

EJECUTIVO DE CUENTAS

Francisco Vizcaino

ADMINISTRACIÓN

Ana García

DIRECTORA DE COMUNICACIÓN

Sonia Viera

DPTO. DE INVESTIGACIÓN

Juan Gómez

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
Filma & Diseño

ISSN
1575-9377

Dépósito 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.

Escribenos

Tu opinión es muy importante para nosotras. Cuéntanos tus experiencias, tus ideas y sugerencias: ésta es también tu página. Puedes enviar una carta con tu mensaje a *Mujeremprendedora*, c/ Recaredo, 20, 2^o, 4, 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.

Estimada Isabel:

Escribo esta carta para felicitarle a usted y a todo el grupo humano de *Mujeremprendedora* por la estupenda iniciativa que están llevando a cabo. He de ser sincero y confesar que no soy comprador de la revista, sino casual lector, ya que es mi mujer, empresaria, quien la compra. Creo que con medios como el suyo se da a conocer una realidad que está ahí y que muy pocos recogen: la presencia femenina, cada vez mayor, en el mundo de la empresa y su renovadora aportación a esta esfera de la economía. En un ámbito tradicionalmente masculino, la presencia de mujeres en este sector y su éxito, supone una punta de lanza en ese objetivo final que debe ser la igualdad en la sociedad para el beneficio de todos. Sigamos así. Sin más, uno de sus muchos lectores masculinos se despide.

Antonio Sánchez
Osuna (Sevilla)

Estimada directora:

Leo en su revista del mes de abril un reportaje titulado "Mujeres en el 2000" sobre un estudio del Instituto Andaluz de la Mujer que analiza nuestra situación. En él se afirma que el peso de las tareas domésticas recae todavía mayoritariamente sobre las mujeres, aunque las menores de 45 años estamos intentando que el hombre también se haga responsable de ellas. Las tareas domésticas ocupan gran parte del tiempo libre del que disponemos las mujeres que trabajamos fuera de casa. A nadie le agrada tener "doble jornada", es decir, seguir trabajando en casa tras haber terminado nuestra jornada laboral, pero como no hay más remedio, lo justo es que sean compartidas por igual. Aún nos queda mucho por hacer en este sentido, pero al menos me agrada saber que estamos avanzando.

Silvia Ruiz
Córdoba

Estimada directora:

He podido conocer su revista gracias a una amiga. *Mujeremprendedora* me ha gustado mucho y por eso yo también decidí ir a comprarla al quiosco. Sin embargo, me sorprendió no encontrarla. Busqué en otros quioscos de la zona donde vivo, Sevilla Este, pero fue imposible dar con ella. Me gustaría que me indicaran donde puedo

adquirirla. No se trata de la típica revista femenina, y me interesaron mucho sus contenidos. Gracias.

Raquel Rodríguez
Sevilla

Estimada directora:

Soy una fiel lectora de su revista desde el pasado mes de marzo. En este segundo número que leo, el del mes de abril, veo que han dedicado algunas páginas al papel de la mujer en los medios de comunicación. Aunque la sociedad ha cambiado muchísimo y la mujer está empezando a ser considerada verdaderamente como un igual, no dejo de ver, sobre todo en televisión, programas en los que la mujer sigue siendo un adorno. Supongo que esto es el reflejo de las actitudes que todavía hoy marcan nuestra sociedad y de las propias mujeres que aceptan este rol. Por otra parte, veo con mucha esperanza la incorporación de un número cada vez mayor de mujeres a los medios de comunicación. Espero que esto se traduzca en que hombres y mujeres puedan al fin compartir sus opiniones y concepciones en igualdad, y en que esto, a través del poder de los medios de comunicación, se convierta en una realidad social.

Ana Román
Málaga

00

Homepage

01

La Feria

02

Calendario

03

Feria 21

04

Guía

05

Enlaces

06

Correo

¿notas que algo se te altera...?

...llega la primavera de La Feria del Diseño

www.laferiadeldiseno.com



El ritmo del futuro



Isabel Valle
Directora

El tiempo nos va pisando los talones. Al menos, eso parece si tenemos en cuenta los vertiginosos avances tecnológicos que no sólo condicionan el ámbito empresarial, sino prácticamente todas y cada una de las facetas de nuestra vida. La red de redes y el teléfono móvil, la videoconferencia y el comercio electrónico...etc, etc. La tecnología, definitivamente, marca y marcará el ritmo del futuro y nos obliga a estar constantemente pendientes, sin bajar la guardia. Pero en contrapartida, y aunque resulte paradójico, todos estos nuevos dispositivos nos procuran un poco más de ese bien tan preciado y escaso en nuestros días, el tiempo. Si a eso le añadimos que el entorno empresarial está caracterizado por el constante cambio, no cabe ninguna duda sobre la necesidad de caminar de la mano de las nuevas tecnologías y en consecuencia, del afán innovador y de la constante superación profesional.

Los recursos tecnológicos allanan el camino de acceso a todo tipo de prestaciones y operaciones. Por eso, nuestro trabajo, si queremos aumentar nuestra competitividad en el mercado, se centrará en el análisis y

tratamiento de todo ese caudal informativo. A través de ellos tenemos además la posibilidad de realizar innumerables contactos, mejorando así nuestras relaciones profesionales y ampliando cada vez más nuestro campo de actividad.

El número de las y los que hacemos uso, aunque sea incipiente, de las nuevas tecnologías crece sin parar, aunque todavía nos encontremos en el camino si nos comparamos a otras regiones o países: las mujeres sólo representan apenas un tercio de los usuarios de Internet en España. Para alcanzar el ritmo, es necesario invertir en formación y también divulgar sus utilidades como instrumentos que nos permiten abordar nuestros asuntos desde una perspectiva mucho más amplia y enriquecedora.

Desde **Mujeremprendedora** tampoco queremos quedarnos atrás. Por eso, ya en nuestro quinto mes de existencia os damos cuenta de las nuevas tecnologías y predicando con el ejemplo, renovamos un poco nuestro aspecto. Esperamos que os guste. □



ARCA

Gestión Global

Arca Gestión Global es una empresa especializada en la gestión integral de proyectos innovadores a favor del empleo, el desarrollo económico y la modernización empresarial e institucional, desde una filosofía de compromiso con la construcción de procesos de cambios sociales y económicos.

Puntos focales

- ✓ Desarrollo local en clave global.
- ✓ Tecnologías de la Información: comercio electrónico, teleformación, teleservicios, teletrabajo.
- ✓ Gestión de la formación.
- ✓ Diseño y organización de eventos de Interés profesional.
- ✓ Planes de competitividad territorial.
- ✓ Desarrollo de redes, joint ventures y acciones de cooperación horizontal.



ARCA

Gestión Global

Conde de Cárdenas, 16 2º 2 - 14002 Córdoba

Tlf.: 957 498 706

correo-e: arcaglobal@inicia.es

MARÍA RODRIGUEZ



Delegada de Políticas Activas de la Mujer de la Diputación de Sevilla

María Rodríguez, responsable de las Políticas Activas de la Mujer en la Diputación de Sevilla se reunió con casi un centenar de responsables municipales de la provincia para intercambiar experiencias sobre las actividades que se desarrollan en las localidades sevillanas en esta materia. María Rodríguez insistió en la necesidad de aplicar políticas activas de la mujer para lograr una mayor formación, un mejor acceso al mercado de trabajo y una mayor participación de la mujer en la sociedad.

TERESA DUCLÓS



Pintora

La obra de esta artista sevillana, treinta lienzos concretamente, forman ya parte de la colección particular de la Caja San Fernando. A partir de esta iniciativa, la entidad pretende recopilar diferentes muestras de la explosión pictórica que Andalucía ha protagonizado en los últimos cuarenta años. Las obras aportadas por la pintora sevillana Teresa Duclós serán expuestas en una muestra que se celebrará el próximo mes de octubre en la capital hispalense.

ROSARIO VALPUESTA



Rectora de la Universidad Pablo de Olavide

Rosario Valpuesta, rectora de la Universidad Pablo de Olavide, inauguró junto al presidente de la Fundación El Monte, Manuel del Valle, un simposio internacional sobre patrimonio histórico denominado "Reflexiones al inicio de un nuevo milenio". Estas jornadas, celebradas el pasado mes de abril, reunieron a distintos especialistas que analizaron la evolución del estudio y la difusión e intervención sobre nuestro patrimonio cultural a lo largo de las últimas décadas.

SUSANA LÓPEZ



Directora de Recursos Humanos de Su&Ma Consultores

Susana López, colaboradora habitual de nuestra revista desde el pasado mes de marzo y directora de Recursos Humanos de Su&Ma Consultores, es la nueva presidenta de la Asociación de Empresarias y Profesionales de Sevilla (AES). El objetivo principal de esta organización, que comenzó su actividad hace ahora nueve años, es coordinar, representar, gestionar, fomentar y defender los intereses generales y comunes del empresariado femenino de la provincia sevillana. Desde aquí, muchas felicidades.

IRIS, SU SOCIO TECNOLÓGICO EN INTERNET.

En IRIS estamos preparados. Preparados para que su empresa sea diferente y su imagen llegue a todo el mundo. Preparados para ofrecerle las más altas tecnologías y competencias en el mundo de hoy.

Y LO QUE NO EXISTE...

Lo creamos para usted! Disponemos de todas las recursos para crear y personalizar sus páginas y programas, analizar sus datos estadísticos, utilizar aplicaciones desarrolladas en JAVA, CGI++, Perl y PHP, sustrato de audio y vídeo en vivo, acciones a bases de datos, acciones de comunicación, animación, CGI de comunicación, animación, CGI y todo lo necesario para cubrir sus necesidades, sean cuales sean.

SIN LÍMITES!

La red Internet nos abre al mundo hacia un mundo sin fronteras. Hacer de servicios y posibilidades. IRIS aporta soluciones únicas en aplicaciones de comercio electrónico, que crean un canal de marketing de negocios.

... LA TORRE DE BABEL.

Los lenguajes y sistemas ya no son problema. Sus equipos Windows hablan con sus equipos Unix, con sus máquinas Mac, con AS o cualquier otra plataforma. Su red quedará integrada en un entorno cliente-servidor independiente de la plataforma usada. Trabajamos en entorno de aplicaciones y datos, intranet-Internet.

TRABAJANDO MANO A MANO

Contar con todos nuestros recursos humanos y tecnológicos le da todo día a día. Formando un equipo perfecto con sus comerciales, técnicos y diseñadores.

INTEREC es la única empresa que ofrece un servicio **TOTAL**, muy próximo a la especialidad de su negocio: servicios en sus instalaciones por una fracción del costo de este.

INTEREC aporta las Certificaciones para Servidores Seguros y puede implementar su Certificación en servidores privados.

INTEREC aporta HTTP, RealMedia, Microsoft, FTP y FTP anónimo, y una lista inter de servicios.

INTEREC no incluye patentes ni nombres de marcas en los direcciones creadas por sus clientes.

INTEREC puede crear todos los servicios bajo su dominio, por ejemplo: [fu.suempresa.com.navegacion.com](http://suempresa.com.navegacion.com)

INTEREC dispone de un equipo dispuesto a ayudarle en cualquier proyecto Internet, por pequeño o grande que sea.

INTEREC es una empresa líder en comercio electrónico y puede personalizar desde sus bases de artículos hasta automatizar los propios pedidos a sus clientes con tarjetas de crédito.

INTEREC le ofrece a su compañía en Internet el mismo nivel que las más grandes compañías del mundo en comunicaciones muy económicas.

INTEREC tiene un gran sistema de medida de sus necesidades, incluso podrá influir su presencia en todos los servidores, hasta con el protocolo de y la GSI de disco duro.



Navegar por Internet,

La posibilidad de conectarse gratuitamente y la aparición de numerosos portales para centralizar y guiar la búsqueda allanan cada vez más el camino para introducirse en el laberinto de la red de redes



La oferta gratuita de acceso a Internet y la transformación de los ya antiguos buscadores en portales son dos de los principales fenómenos que han marcado hasta ahora el desarrollo de la Red, ese entramado que nos permite buscar y encontrar todo tipo de información. En poco tiempo, su uso se ha extendido vertiginosamente. Los últimos resultados que refleja la Encuesta General de Medios sitúan por encima de los cuatro millones el número de personas que utiliza Internet en nuestro país. De todas ellas, 700.000 son nuevos usuarios y usuarias que se han unido al tráfico de Internet en los últimos cuatro meses.

Existen muchas razones que explican la expansión del uso de Internet, entre ellas, que los usuarios/as utilizan cada vez más la red de redes para comunicarse (el volumen de e-mail, según datos del nuevo portal eres.Mas, del grupo Retevisión, es diez veces superior al de las cartas convencionales), para comprar artículos (comercio electrónico) o para realizar operaciones bancarias. El interés empresarial está más que justificado: la Red es un nuevo canal para relacionarse con el consumidor

cada vez más fácil

y con otras empresas. La calidad de los servicios y productos que se ofrecen sigue aumentando, lo que anima la incorporación de nuevos internautas.

El acceso gratuito

A la espera de que por fin se ofrezca una tarifa plana, algunos operadores de telefonía han ofertado el acceso gratuito a Internet. La oferta de Teleline comenzó a finales de 1998. Además del acceso gratuito a través de Infovia Plus y RSDI, la filial de Telefónica ofrece una instalación fácil e inmediata, una elevada velocidad y asistencia técnica las veinticuatro horas del día, prestación ésta última que comparte con Uni2 y Airtelnet. Uni2 acaba de lanzar dos nuevos bonos de conexión a Internet, @bono 15 y @bono 60, dos abonos mensuales de 15 y 60

bites de espacio web. Los abonos sólo contabilizan el tiempo real de conexión, sin tener en cuenta las llamadas fallidas ni los costes de establecimiento.

Jazzfree, la división internauta del operador de telefonía Jazztel, basa su oferta en páginas web de 15 megabites y un abanico ilimitado de cuentas de correo. La última en llegar ha sido Ola Internet, a través de su oferta Ola Surf.

En cualquier caso, el usuario o usuaria de Internet tiene nuevas necesidades que aún no están completamente cubiertas por la oferta actual:



La posibilidad de acceder a la red desde distintos dispositivos: Aunque en la actualidad el acceso a Internet se realiza mayoritariamente a través de ordenadores, están apareciendo nuevas fórmulas y dispositivos para introducirse en la red, como la tecnología WAP, la televisión o el cable. Los usuarios y usuarias necesitarán, independientemente del dispositivo de acceso, una experiencia y unos servicios comunes.

Contenido adaptado y funcionalidad: La comodidad y la adaptación a las necesidades de los internautas son demandas inexcusables. Una oferta confeccionada a medida permitirá al usuario o usuaria dirigirse rápidamente a los lugares de su interés, utilizando herramientas sencillas que le faciliten la navegación.

Seguridad: Una necesidad cada vez más acuciante, ante la generalización de las transacciones en la red. La seguridad debe garantizarse mediante una tecnología apropiada y en constante mejora. □

El interés empresarial en Internet está más que justificado: la Red es un nuevo canal para relacionarse con el consumidor

horas respectivamente, que incluyen la conexión y las llamadas de teléfono a cualquier hora del día. Ambos ofrecen un número único de acceso en toda España, cinco cuentas de correo electrónico y 15 mega-

La mayor ventaja de la conexión gratuita es evidentemente el coste nulo, pero también, y aunque parezca extraño, la calidad de los proveedores que operan en nuestro país, que según los últimos informes técnicos, es aceptable.



Los portales

Cada uno de ellos tiende a captar un sector determinado de internautas. Podríamos dividirlos en generalistas y temáticos, aunque la principal baza de los primeros es la especialización de los contenidos. De hecho, algunos de ellos, cuya oferta os resumimos a continuación, incorporan canales o secciones dirigidos a la mujer.

Wanadoo

El portal de Internet de Uni2, Wanadoo (www.wanadoo.es), ha comenzado una nueva etapa en la que se apuesta por una atención más próxima al usuario y el desarrollo del comercio electrónico y de los contenidos especializados. Entre ellos se encuentra Wanadoo

Mujer, una página dedicada a usuarias con profesiones y ocupaciones sociales diferentes, que incluye propuestas sobre el mundo laboral y profesional, ocupándose también del tiempo libre. Otra nueva sección es "De tiendas", en la que pueden adquirirse libros, productos informáticos o perfumes. En este sentido, el portal de Uni2 ha incorporado recientemente la oferta de Supertienda Viaplus. Wanadoo ofrece además la posibilidad de enviar mensajes de alertas informativas al teléfono móvil, crear una página personal, conocer los cursos sobre los más actuales entornos informáticos dirigidos tanto a principiantes como a profesionales y suscribirse gratuitamente a la revista Wanadoo, un semanario electrónico que se remite al correo electrónico de cada usuario o usuaria. A pesar del cambio visual que se ha introducido en la página principal de Wanadoo, la estructura del portal y la navegación se han mantenido intactas.

eres.Mas

Es el nuevo portal del Grupo Retevisión, que cuenta con la experiencia acumulada en la gestión del anterior portal, Alehop. eres.Mas nace con vocación de portal multiacceso que permita personalizar totalmente la navegación por Internet. Este portal ha incorporado ya catorce canales temáticos -entre los que se

encuentra uno dedicado a la mujer-, que se actualizan constantemente y a los que se sumarán otros nuevos, tanto temáticos como para comunidades. Entre las novedades figura

un canal financiero que facilita cotizaciones en bolsa en tiempo real, un canal dedicado a la televisión que reúne la programación de todas las cadenas y el denominado "canal rosa". eres.Mas cuenta también con un canal solidario, que además de ser un foro gratuito para las ONG's, permite realizar donaciones sin que supongan ningún gasto, ya que su coste es asumido por las empresas anunciantes. El nuevo portal de Retevisión incorpora herramientas innovadoras, como la barra de navegación que, basada en el concepto de portal móvil, permitirá navegar por la red ofreciendo los servicios de eres.Mas y el omnibuscador.

Navegalia

El portal de Internet de la compañía de telecomunicaciones Airtel estructura su oferta en torno a tres pilares básicos, denominados como las tres "C": contenidos, comunidad y comercio electrónico. Los contenidos abarcan una amplia gama de temas específicos, entre los que se encuentra un canal dedicado a la mujer, en el que se incluyen enlaces a otras

páginas e información para que las usuarias más inexpertas o recelosas de las nuevas tecnologías conozcan definitivamente el funcionamiento de la red y sus infinitas posibilidades. Navegalia pretende además conseguir la interactividad total, es decir, la congregación de comunidades de internautas por afinidad temática e intereses, para que establezcan así sus propios formatos y pautas de actuación. De esta forma, el proceso interactivo es continuo, contribuyendo a la renovación y personalización permanente de contenidos y servicios, que en última instancia pueden solicitar en el propio portal. El servicio de comercio electrónico de Navegalia se ha desarrollado, entre otras iniciativas, mediante acuerdos con las principales tiendas virtuales de la red, como El Submarino o El Corte Inglés/El Sitio de tus Compras. Este portal también permite acceder a las publicaciones editadas por el grupo editorial Hachette Filipacchi.





eficacia

resultados

comunicación

IBERPRESS
Ediciones Corporativas

● **Revistas**

● **News Letter**

● **Memorias**



IBERSPONSOR

Consultores de Comunicación

902 120 389



Bolsas sin control



Carmen Espinosa Sierra
Licenciada en Derecho

En este artículo me voy a referir a las bolsas de trabajo, aquellas que existen dispersas en todos los organismos públicos, ya sean corporaciones locales, diputaciones, sindicatos o la propia Junta de Andalucía, y que a mi entender tienen un efecto nocivo entre los parados/as.

Para empezar, funcionan sin conexión alguna unas con otras. La información sobre sus periodos de vigencia e inscripción es poco transparente y vulnera por varios caminos las mínimas normas de igualdad de oportunidades. Esta y otras consideraciones convierten a esta modalidad de búsqueda de empleo para trabajadores cualificados en verdaderas "bolsas sin control", contra las que no prospera recurso alguno, salvo la vía judicial.

Como he comentado en artículos anteriores, el peso que el INEM tiene en la colocación de trabajadores es exiguo o inexistente. Es natural, por tanto, que los parados/as recurran antes o simultáneamente a bolsas de trabajo específicas que al registro de parados oficial. Pero si aquellas tampoco funcionan con la transparencia que debieran, ¿cuál es la solución?

La Junta de Andalucía, como organización administrativa autonómica, aspira desde hace algunos años a recibir las competencias en materia de empleo, que

detenta actualmente el INEM, siguiendo el ejemplo de comunidades autónomas como Galicia y Cataluña. Pero ese momento aún no ha llegado. Cuando ocurra, será la Consejería de Trabajo la que deba poner en marcha un Servicio Andaluz de Colocación que haga las funciones de registro de parados y de agencia de colocación para todo el ámbito de la comunidad autónoma de Andalucía.

Ese será el momento en que dichas bolsas, sin orden ni concierto, pequeñas y grandes, permanentes o temporales, deban estar bajo un organismo responsable que unifique los criterios de su gestión. Organismo con capacidad para dar la suficiente publicidad a la oferta de empleo público, con credibilidad para velar por la transparencia de cada convocatoria y también con capacidad para dar una respuesta rápida a las reclamaciones que se plantean sobre las personas seleccionadas.

Pero hasta que ese necesario traspaso de competencias no se produzca, la Junta de Andalucía debe velar por la transparencia de estas bolsas y por la legalidad de las contrataciones que se producen con motivo de ellas, sin necesidad de recurrir a largos procesos en los tribunales de Justicia como única salida para los trabajadores afectados. Eso es predicar con el ejemplo. □



CREANDO AZAFATAS

SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS, ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y CONGRESOS

LA AZAFATA ES UNA PROFESIONAL INDISPENSABLE EN CUALQUIER ACTIVIDAD RELACIONADA CON EL TURISMO (FERIAS, CONGRESOS, CONVENCIONES, ...) Y LAS RELACIONES PÚBLICAS. ESTE SERVICIO LE AYUDA EN LA RECEPCIÓN Y ATENCIÓN DEL CLIENTE, Y SOBRE TODO, MEJORA LA IMAGEN DE SU EMPRESA.

AZAFATAS CON UNA ALTA PREPARACIÓN TÉCNICA Y CULTURAL, ELEGANTEMENTE UNIFORMADAS Y MUY BUENA PRESENCIA.

AZAFATAS

PROFESIONALES CUALIFICADAS, CON TITULACIÓN Y EXPERIENCIA PARA CONGRESOS, CONVENCIONES, ACTOS SOCIALES, ENTREGAS DE PREMIOS, PROTOCOLO, ... ETC.

AZAFATAS INTERPRETES

BILINGÜES O CON UN ALTO CONOCIMIENTO DE IDIOMAS.

TRADUCTORES E INTERPRETES

IDIOMAS COMUNITARIOS Y NO COMUNITARIOS.

AZAFATAS-MODELO (DE IMAGEN)

PARA AQUELLOS TRABAJOS DONDE EL REQUERIMIENTO DE UNA BUENA PRESENCIA SEA IMPRESCINDIBLE, PROGRAMAS DE TV, PRESENTACIONES DE AUTOMÓVILES, RALLYES, ACTOS DEPORTIVOS, PROMOCIONES PUBLICITARIAS, ... ETC.

SERVICIOS DE RELACIONES

PÚBLICAS Y GABINETE DE PRENSA
CONVOCATORIA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y VIPS.

MONITORING: SEGUIMIENTO POSTERIOR DEL EVENTO EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN.





La tecnología WAP es el futuro. Gracias a ella, se puede acceder a Internet desde cualquier lugar y en cualquier momento a través del teléfono móvil



Wap:

la información móvil

La sociedad de la información móvil está cada vez más cerca gracias a la tecnología WAP (Wireless Application Protocol). Impulsada inicialmente por Nokia, Ericsson, Motorola y Unwired Planet, es el primer estándar desarrollado por la industria para acceder a los contenidos de Internet y otros servicios telefónicos avanzados desde un teléfono

fonía fija, ya que permite ofrecer productos compatibles y servicios seguros en todas las redes de comunicación accesibles a través de terminales digitales. Una de las tendencias claves en el desarrollo de esta tercera generación es que la navegación por Internet dejará de ser estática a través del ordenador y se hará móvil al poder navegar a través del teléfono. Esto facilitará nuevas oportunidades de negocio, ya que en las comunicaciones personales, además de mensajes de voz, también será posible, entre otras opciones, la videotelefonía. Se podrá acceder así a la publicidad, la compra electrónica,

La tecnología WAP será la clave del éxito de muchas empresas en el marco de la economía digital

móvil y otros dispositivos inalámbricos. La tecnología WAP ya dibuja el futuro de la tercera generación de teléfonos móviles, cuyo número superará próximamente al de líneas básicas de tele-

las operaciones financieras, todos los contenidos de la red y un gran mercado de ocio, lo que también provocará importantes cambios con el progresivo aumento de portales y de proveedores

de contenidos y aplicaciones. Indiscutiblemente, la tecnología WAP es la clave del éxito de muchas empresas en el marco de la economía digital. El principal objetivo de las principales marcas de teléfonos móviles es que cualquiera sea capaz de acceder a los contenidos de la red para consultar desde los valores bursátiles hasta la previsión del tiempo en unas condiciones mínimas de calidad y rapidez. Para lograrlo, los fabricantes de telefonía y los portales de Internet están llegando a una serie de acuerdos.

Según los últimos pronósticos, el 85% de los usuarios y usuarias europeos del teléfono móvil accederán a Internet a través de este aparato en el 2003. A través de ellos, gracias a la tecnología WAP, se realizarán muchas y diversas operaciones cotidianas.

Uno de los objetivos de la Unión Europea para extender el uso de

PortalWAP.com

Es el nombre del primer portal en español pensado exclusivamente para teléfonos móviles. A través de él los usuarios y usuarias de esta revolucionaria tecnología podrán acceder de forma gratuita a una amplia oferta de servicios, desde resúmenes de noticias, hasta información meteorológica, pasando por la programación de televisión o las cotizaciones bursátiles. Este portal sólo estará disponible en el lenguaje WML (y no en HTML), ya que el objetivo de sus creadores, la empresa de contenidos Global.com, que se encargará de su permanente actualización, es potenciar al máximo el protocolo WAP y sus utilidades en la telefonía móvil.

Internet es provocar una mayor competencia entre las compañías telefónicas de llamadas locales y conseguir una reducción de este tipo de tarifa. Entre las prioridades se encuentran el acercamiento de los procesos digitales a los jóvenes, el abaratamiento de los costes de Internet, la mejora de las condiciones del comercio electrónico, el acceso a las redes de alta capacidad para investigadores y la promo-

ción de las tarjetas inteligentes de pago.

Como botón de muestra, Telefónica Móviles ya ha comenzado la comercialización de los servicios de acceso a Internet de MoviStar. Los clientes actuales podrán adquirir los nuevos terminales con tecnología WAP para tener acceso automático a los nuevos servicios sin necesidad de darse de alta ni realizar trámite alguno. □

La tercera generación

La tercera generación de teléfonos móviles, con tecnología WAP, hace posible el acceso a Internet y otros servicios telefónicos avanzados. Éstos son algunos de ellos:

Nokia 7110

Permite acceder a la información, en forma de texto, en Internet

Función de texto predicativo

Acceso rápido a todas las funciones gracias al Nokia Navi Roller, que permite navegar por el menú, seleccionar e introducir textos

Enorme capacidad de memoria: puede almacenar hasta 1.000 números de teléfono y hasta quinientos mensajes cortos

Servicio de línea alternativa

Incorpora 35 tonos de llamada



Siemens C35i

Permite enviar imágenes, además de acceder a Internet

Alarma silenciosa

Memoria de las últimas diez llamadas

Incorpora hasta 20 tonos distintos de llamada y melodías personalizadas

La autonomía de batería en conversación alcanza los 300 minutos.

En espera, hasta 180 horas

Dispone de varios juegos y se presenta en seis colores diferentes



Alcatel One Touch Pocket "Internet Ready"

Acceso directo a Internet y los diferentes servicios interactivos de los operadores actuales

Amplia pantalla de 150 caracteres

Sistema de manejo simplificado a base de iconos

Vibrador integrado





La directora general de Dell Computer afirma que el mercado del hardware será cada vez más competitivo. Sin embargo, para esta sevillana, los vertiginosos avances tecnológicos no modificarán las habilidades básicas para dirigir y gestionar una empresa: lo que realmente marcará la diferencia serán los equipos humanos.

Entrevista de Isabel Valle

Isabel Aguilera

“Ninguno de los nuevos dispositivos es tan completo como el PC”

me ¿Cuál ha sido su trayectoria profesional hasta llegar a su puesto actual como directora general de Dell Computer?

Isabel Aguilera: He tenido mucha suerte; siempre he estado en el sector de la informática y las telecomunicaciones, en empresas destaca-

mente no existen estudios rigurosos al respecto.

acepté la excelente oportunidad de venirme a Dell Computer Corporation donde empecé los primeros 6 meses como directora de Ventas, y luego fui promovida a mi actual cargo. Es una empresa dinámica, agresiva, muy poco complaciente y además, está en un excelente momento. Tenemos afortunada-

damente no existen estudios rigurosos al respecto.

Nuestros objetivos son seguir alcanzando y manteniendo el liderazgo en cuanto a la satisfacción de nuestros clientes; seguir creciendo de una manera rentable, es decir, según las medidas fijadas por la corporación a



“Gestionar una empresa actualmente y de cara al futuro inmediato es apasionadamente divertido”

das y con excelentes profesionales. Empecé en una pequeña empresa de software, y después pasé aproximadamente tres años en Compaq, casi al inicio de su actividad en España, como responsable de los departamentos de Marketing de Canal y Comunicación. Posteriormente, permanecí casi 6 años en Hewlett-Packard, donde fui directora de Marketing de Canal. De ese periodo guardo un recuerdo y un cariño muy especial. Pasé a continuación 7 vertiginosos meses en Airtel como directora de Trade Marketing, preparando y realizando su presentación en sociedad. Desde allí me fui, para un proyecto muy concreto y con una persona que ha sido fundamental en mi vida profesional, a Olivetti Personal Computers, donde trabajé como directora de Marketing y Ventas aproximadamente unos 15 meses, reestructurando la compañía y alineándola a los requisitos del mercado actual. Una vez cumplido mi compromiso personal y profesional,

damente un equipo estupendo formado por grandes personas y grandes profesionales. Además de trabajar muchísimo, nos lo pasamos muy bien.

me ¿Cuál es la posición de Dell Computer en el sector informático en nuestro país y cuáles son sus objetivos a corto plazo?

I.A.: Actualmente, Dell es líder en nuestro país en cuanto a informática personal y empresarial en el mercado corporativo, según IDC y Dataquest. También es líder en nuestro país y en nuestro sector en venta directa y en ventas a través de Internet. Es la compañía que experimenta un mayor crecimiento en el sector y la que obtiene mayores beneficios. De forma global, en España, algunos trimestres hemos llegado a ser número dos. Yo diría que somos un número cuatro muy sólido y que si se analizaran a fondo los datos, incluso podríamos ser un sólido número tres, pero desgracia-

nivel mundial y hacer de Dell la compañía preferente para trabajar y disfrutar en ella, sin olvidar el más difícil todavía, que es seguir aumentando la productividad a base de optimizar los procesos y utilizar intensivamente la tecnología.

me ¿Cuáles son las tendencias a seguir en la venta de PCs? ¿Qué papel juega Internet en todo este proceso y cuál es la estrategia de la empresa que dirige al respecto? ¿Qué otras posibilidades ofrece la red de redes?

I.A.: El mercado del hardware va a ser cada vez más duro para los fabricantes que no sean capaces de ofrecer la mejor de las experiencias a sus clientes. Por eso creo que se va a dar una mayor concentración de proveedores: quedaremos sólo los más sólidos y los que lo hagamos mejor, según los clientes.

En cuanto a los productos, veo claramente una polarización: por un

lado, dispositivos de almacenamiento de información y por otro, dispositivos de acceso a ella en todas las facetas de nuestra vida.

En cuanto a Internet, realizar ya el 40% de las ventas de nuestra empresa a través de la Red, no es más que el principio.

Ante todo, Internet es una experiencia global muy positiva. Evidentemente, todo lo nuevo, al principio, sufre algunos problemas de aceptación. Pero indudablemente, si estos avances representan una ventaja tan sustancial, todos acabamos por sucumbir ante la evidencia. Es una cuestión de tiempo, de hábitos.

Además, gracias a Internet, el usuario sabe lo que quiere, es cada vez más exigente y dispone de mucha más información sobre un ítem determinado en un momento preciso: por lo tanto, es más difícil de satisfacer. Por otra parte, la competencia es más numerosa, global, más eficiente y más especializada. El usuario deja de tener el contacto humano, personal o incluso telefónico, que le hace a veces ser indulgente con los fallos, por lo que nos deja menos espacio a las ineficiencias y al error: es más difícil.

Además, todo sucede mucho más rápido, no hay segundas oportunidades....

me Las mujeres todavía representan apenas un tercio del número de usuarios de Internet en España. ¿Qué valoración hace de este hecho?

I.A.: Simplemente refleja la desigualdad de la mujer en otros ámbitos. Sin embargo, creo y apuesto fuertemente por Internet como destructor de discriminaciones. Creo que, gracias a Internet, los colectivos discriminados tanto por sexo, edad, raza, religión..., tienen una nueva oportunidad. Internet recono-

ce sólo el talento, la creatividad, la velocidad, la eficiencia, y no barreras artificiales creadas mezquinamente a lo largo de la historia. La sociedad, la empresa, no puede permitirse el tremendo coste que supone la discriminación de la mujer, máxime en un momento en el que la competitividad y la velocidad fuerzan a una optimización constante de los recursos a tu alcance.

me Ante la constante evolución y la irrupción de nuevos dispositivos y aparatos que permiten acceder a la información, ¿qué papel ocupará el PC en las empresas?

I.A.: Hay quien predice la desaparición del PC... Sin embargo, yo soy optimista por naturaleza. Creo que la proliferación de dispositivos para acceder a la información no hacen sino garantizar la continuidad del PC. Ninguno de los nuevos dispositivos es tan completo como el PC. Algunos, por ejemplo, tienen muy buena movilidad, muy buen precio, o buena conectividad, pero ninguno aglutina todas estas características como el PC. Seguiremos utilizando y necesitando cada vez más PC's para elaborar, integrar, manipular y comunicar toda la información y los ficheros que obtengamos por otros dispositivos.

No olvidemos que la información por la información no sirve para mucho en las empresas: queremos datos para tomar decisiones, para efectuar planes, para realizar cambios; en resumen, como punto de partida. No obstante, es cierto que los PC's evolucionarán; de hecho, ya lo están haciendo. Por otra parte, si consideramos el mundo de los servidores y de las estaciones de trabajo, su futuro es más que positivo.

De todas maneras, mi particular opinión al respecto es que a pesar del alto grado de sofisticación de la tec-

nología y de los dispositivos, cuando esta tecnología y estos dispositivos estén al alcance de todos y por lo tanto, no sean diferenciales, lo que realmente marcará la diferencia entre las empresas ganadoras o perdedoras serán los equipos humanos que las compongan.

me ¿Cómo está transformando y transformará la evolución tecnológica la actividad empresarial en un futuro próximo?

I.A.: Creo que la actividad empresarial de los albores del nuevo siglo se caracterizará por una mayor integración de productos y servicios, por ser mucho más global e internacional, por un perfeccionismo fuera de toda duda, una ejecución magistral, limpia, sobriedad, estímulos múltiples..., en definitiva, una gran experiencia para el consumidor.

Sin embargo, no nos olvidemos de que el tipo de habilidades básicas para realizar comercio electrónico o simplemente gestionar una empresa son las mismas que para cualquier otro tipo de comercio: conocimiento exhaustivo del cliente al que te diriges, de tus propias capacidades y del entorno competitivo en el que operas. Lo que ocurre es que ahora todo se acelera, se especializa, se personaliza... y sí, efectivamente, ayuda, como siempre ha ayudado, una buena imagen de marca, una buena labor de comunicación y una excelente reputación de servicio al cliente.

En general, el marketing en Internet es más sofisticado, especializado y personalizado; si a eso le añades las características que Internet confiere al negocio, a la competencia y fundamentalmente al usuario, como ya hemos comentado, podemos concluir que gestionar una empresa actualmente y de cara al futuro inmediato se vislumbra apasionadamente divertido. □

El teletrabajo:

Trabajar a distancia. Esta es una de las propuestas profesionales que está cobrando más fuerza a partir del vertiginoso desarrollo de las comunicaciones y la mayor flexibilidad empresarial. El teletrabajo puede ser una solución a las exigencias de un mercado cada vez más amplio

El teletrabajo es una nueva forma de trabajar. El desarrollo de las nuevas tecnologías de la comunicación y los cambios estructurales y organizativos

de las empresas han dado el espaldarazo definitivo a este nuevo perfil profesional, que requiere en gran medida de espíritu emprendedor, además de iniciativa, autocontrol y capacidad para tomar decisiones y asumir riesgos.

A pesar de que el teletrabajo aún no ha sido definido de manera exacta e inequívoca, la mayoría de los expertos coinciden en señalar que el teletrabajo significa trabajo a distancia, ya sea desde el domicilio del trabajador o trabajadora, las oficinas satélites (pertenecen a la misma empresa, pero independientes de la sede corporativa) o los telecentros (lugares compartidos por varias empresas).

En España, según las últimas estimaciones, actualmente sólo 351.000 personas practican el teletrabajo, lo que supone el 2,81% de la población activa, frente a la media europea, cifrada en un 6%. Las perspectivas de crecimiento



Una fórmula emprendedora

de esta nueva forma de trabajo son espectaculares, aunque hoy por hoy, dado su grado de implantación en nuestro país, todavía se encuentra en una fase experimental.

Evidentemente, el teletrabajo tiene sus ventajas e inconvenientes para los/as profesionales:



Como ventajas se apuntan la reducción del estrés, el aumento de la flexibilidad en los horarios y la mayor disponibilidad de tiempo. Ésto hace posible combinar el trabajo con otras actividades.

En contrapartida, la ausencia de contacto social y la toma de decisiones pueden hacer más difícil la actividad laboral. El teletrabajo también acarrea costes de acondicionamiento y problemas a la hora de deslindar la actividad profesional y la vida privada.

También para la empresa el teletrabajo tiene sus beneficios (reducción de costes tanto fijos como variables, principalmente) y sus inconvenientes (adaptación de las estructuras internas, formas de dirección y aplicación de nuevas técnicas y herramientas). Sin embargo, en el marco económico actual, el teletrabajo puede ser una solución para hacer frente a las exigencias del nuevo mercado.

En un primer momento, se creyó que el teletrabajo sería una vía de acceso para la plena inserción de la mujer en el mercado laboral. Sin embargo, con el paso del tiempo se ha planteado que esta fórmula puede recluir aún más a la mujer en el hogar, afrontando la denominada "doble jornada". A pesar de ello, es evidente que el teletrabajo potencia también la posibilidad del autoempleo, ya que el trabajador o trabajadora, si no está adscrito a una determinada compañía, puede ofrecer sus servicios a un mercado cada vez más amplio.

No obstante, el teletrabajo no se adapta por igual a todas las tareas. Cristina Civit y Montserrat March afirman en su estudio "Implantación del teletrabajo en la empresa" que las tareas que mejor se ajustan al teletrabajo son aquellas "de resultados fácilmente identificables, cuantificables y que necesiten concentración" y ofrecen una lista orientativa sobre aquellas actividades en las que aplicable el teletrabajo. Estas actividades, según Cristina Civit y Motserrat March, se encuadrarían en distintas áreas empresariales, como la administración, los recursos humanos o el departamento comer-

Asetra, la Asociación Española de Empleo, Autoempleo y Teletrabajo

"Ser teletrabajador no se enseña ni se aprende: se intenta". Esto es lo que afirma Asetra, la Asociación Española de Empleo, Autoempleo y Teletrabajo, que viene impartiendo desde hace dos años un curso polivalente sobre esta materia a desempleados y a interesados en general, denominado "Creadores de riqueza en sí y otros". En él se informa sobre aquellas acciones necesarias para encontrar empleo y para crear el propio (autoempleo) y sobre los nuevos e interesantes caminos que abre el teletrabajo, tanto para encontrar más fácilmente empleo como para fortalecer el autoempleo creado. Además, se hace especial énfasis en el enorme auxilio tecnológico que supone Internet, mostrando también una serie de negocios y profesiones ligadas a la red de redes. En su web <www.arrakis.es/grinco/index.html>, se facilita un cuestionario de preinscripción. Las fechas y el lugar del curso se determinan en función del área geográfica a la que pertenezcan los interesados/as y el número previsto de asistentes, a los que se comunica posteriormente el programa, fechas y precio del curso.

cial. El nexo común a todas ellas es que sean trabajos que puedan realizarse a distancia y que impliquen el procesamiento de la información. El sector que más porvenir ofrece a esta nueva fórmula laboral es, según la Unión Europea, el sector servicios.

En cualquier caso, debe comprobarse si el teletrabajo responde a los objetivos

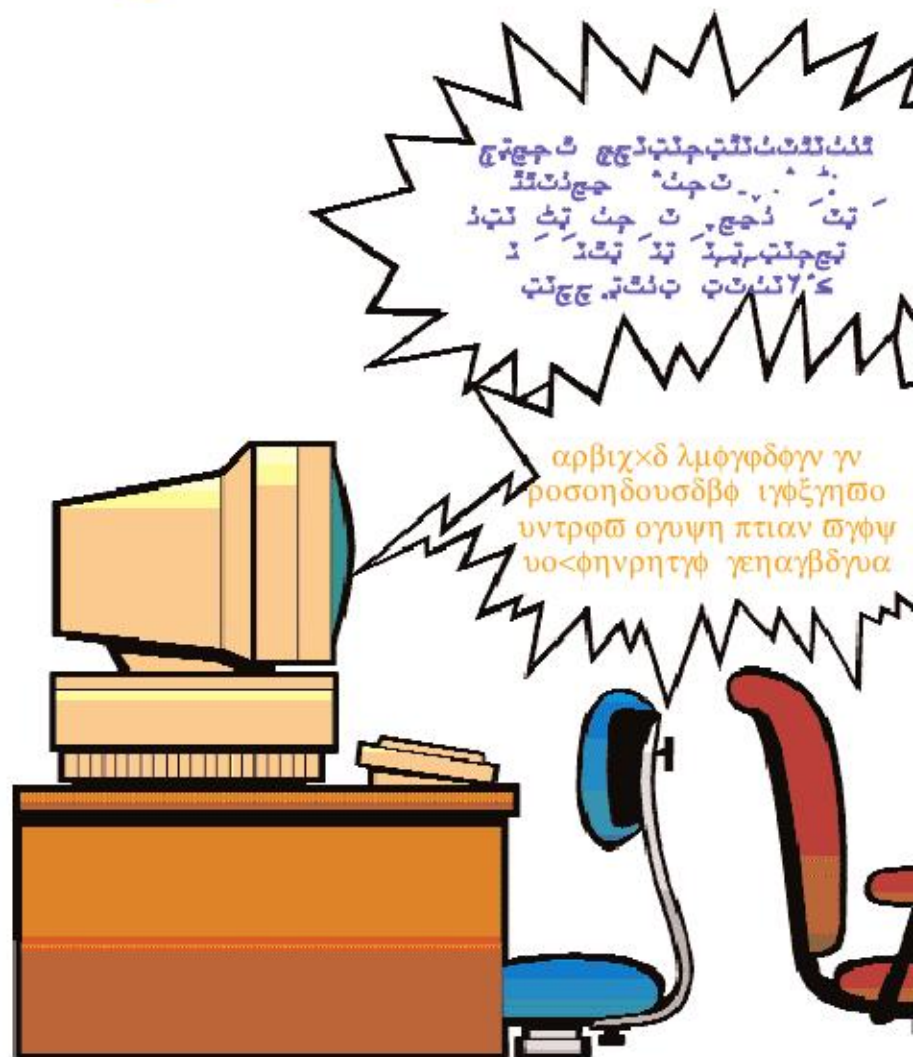
de la empresa y si realmente puede reportarle beneficios, además de contar con el personal adecuado. Por ello, antes de implantarlo definitivamente, es conveniente desarrollar una experiencia previa para comprobar su funcionamiento y resultados. □

El teletrabajo potencia el autoempleo. Gracias a esta nueva fórmula laboral, el trabajador o trabajadora puede ofrecer sus servicios a un mercado cada vez más amplio

¿Qué significan las

No existe periódico que se precie que no haya incorporado a su discurso diario el término *nuevas tecnologías*, pero, ¿qué significa?. En la mayoría de los contextos se sobreentiende que se está hablando de Internet. Las cifras cantan por sí solas: cada vez son más las mujeres que se animan a utilizar las nuevas tecnologías, así que, adelante, tenemos que ponernos las pilas una vez más y no quedarnos atrás.

Utilizar Internet será imprescindible dentro de un par de años para desempeñar nuestras tareas profesionales, sea cual sea nuestro puesto laboral, tanto si es por cuenta ajena como propia. Lo primero que necesitamos es perder el miedo a la máquina, al ordenador; no debemos seguir utilizándolo como una máquina de escribir o un procesador de textos. Debemos sacarle más partido. En primer lugar, podemos buscar información en las páginas web: para comenzar, intentaremos localizar otras empresas que ofrezcan los

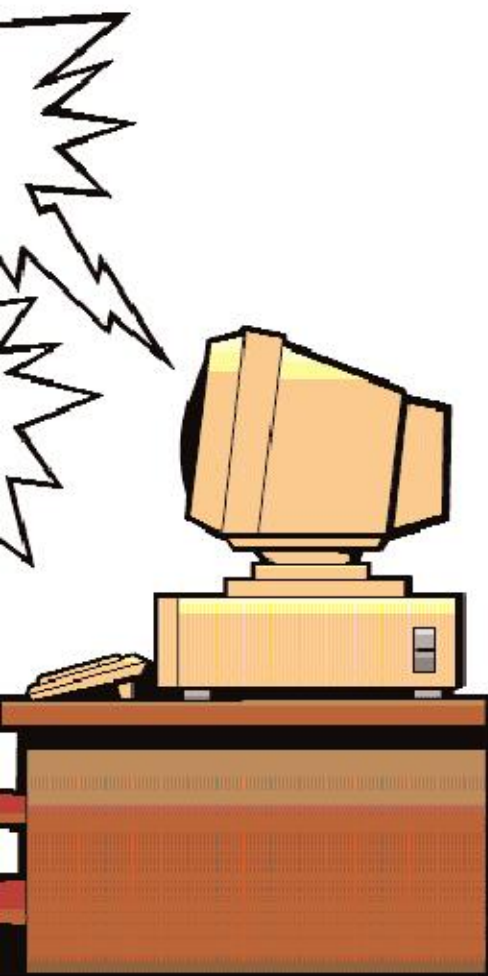


ds inai, s.l.
distribuciones

SUMINISTROS INFORMÁTICOS - PAPELERÍA - OBJETOS DE ESCRITORIO - IMPRENTA

Polg. Ind. Los Montecillos - Nave 35 D
41700 Dos Hermanas (SEVILLA)
Tfno.: 955 66 58 24
Fax: 955 66 58 65

nuevas tecnologías?



mismos servicios o productos que nosotras. ¿Cómo? Nos introducimos en un buscador, por ejemplo www.alltheweb.com, y tecleamos la actividad a la que nos dedicamos, pongamos por caso la artesanía, pulsamos sobre buscar o ok, y en segundos se nos muestra una relación de direcciones de otras páginas web en las que encontraremos más información. Es fácil, es rápido, es barato y es flexible, ya que puedes conectarte a cualquier hora del día o de la noche. Una dirección interesante para las emprendedoras y empresarias es www.winred.com.

Otro recurso imprescindible es el correo electrónico o e-mail. Si buscar información en las páginas web es cómodo y barato, imaginad comunicaros con cualquier cliente, contacto profesional, amiga/o, en cuestión de minutos: en primer lugar, escribir la carta, en segundo lugar, nada de sellos, ni meter en un sobre...sólo hay que pulsar sobre el botón, enviar y ya está, carta enviada, perdón, e-mail enviado. Funciona como un buzón de correo tradicional, pero es mucho más rápido y barato. Sólo tienes que escribir un mensaje y enviarlo. La persona destinataria podrá leerlo

cuando baje su correo.

El chat es un lugar de encuentro en el que puedes hablar con personas sin utilizar la voz. Sólo tecleando en tu ordenador, mantendrás una conversación escrita en tiempo real. Puedes encontrar uno en todos los portales, por ejemplo, www.navegalia.es.

La lista de distribución aglutina a un conjunto de personas que se suscriben a un tema, ya sea personal o profesional, de forma que todas reciben en su buzón de correo la información editada periódicamente y al mismo tiempo. Este recurso es comparable a la suscripción a una revista profesional de tu sector. Como ejemplo, las páginas www.rediris.es o bien www.rediris.es/list/buscon.es. Recordad, Internet nos brinda una serie de utilidades que no sólo nos permiten ahorrar dinero, sino algo más escaso e importante para la mujer de hoy: tiempo. El mundo de las nuevas tecnologías nos ayuda además a aumentar nuestra competitividad en el mercado. Hagamos uso de ellas. □

Lider@red Asociación de Emprendedoras y Empresarias. e-mail: liderared@teleline.es web: <http://members.es.tripod.de/multimedia3/liderare.htm>

de tu lado

((((fenicia))))

comunicación en compañía

En Cádiz, C/ Hibiscos, 8 B

- ✓ Asesores de telefonía: fija y móvil
- ✓ Instaladores de centralitas
- ✓ Servicio técnico propio
- ✓ Gestores telefonía monedas
- ✓ Para PYMES y particulares

E-mail: fenicia@wanadoo.es

Tf: 956 253 201 Fax: 956 250 990

Usted perdone, pero soy empresaria



Mª Ángeles Tejada
Directora General de SELECT RRHH ETT, S.A.
Miembro del Consejo Asesor de FIDEM

Me gustaría ofender a nadie, ni tampoco me mueve ánimo de crítica al sistema del que inevitablemente formo parte, pero tal como van las cosas, a menudo los empresarios y empresarias de este país deberíamos ir pidiendo perdón a la sociedad por permitirnos trabajar y emprender nuestro proyecto, a menudo nacido de un sueño, al que ponemos alas y nos subimos en él casi siempre sin red, ni otra protección más que el entusiasmo.

Pediremos perdón por lanzarnos a una aventura empresarial de la que desconocemos sus consecuencias, pero en la que empeñaremos nuestra vida personal y nuestra salud, renunciando a otros papeles más cómodos y contando con una extraña vocación por el riesgo que no nos atrevemos a explicar para no perderla.

Por ponernos en manos de los banqueros, que tienen la rara habilidad de prestarnos el dinero de otros, imponiéndonos largas cadenas de créditos a los que bautizan como activos propios, pero cuya devolución significa para nosotros/as una pesadilla por capítulos bajo formas tenebrosas a las que llaman rentings o leasings, aunque finalmente sólo nos permiten usar nuestro propio dinero a costa de avalarlo con nuestro patrimonio y el de los ingenuos que confían en nuestra apurada visión.

Por contratar a otros/as trabajadores/as como nosotros que unen sus destinos y parte de sus propias vidas a las nuestras, en este viaje de incertidumbre que se despeja a final de mes cuando podemos pagar sus nóminas. Con ellos y ellas podremos compartir la enorme complejidad del negocio, pero naturalmente solos asumiremos la soledad del riesgo.

Por perdernos en las ventanillas de una administración pública hinchada de publicidad y buenas intenciones políticas, pero a menudo ineficaz cuando se busca la resolución de problemas

obvios de resolver, pero que convierten en complejos, sucumbiendo a formularios indescifrables y debiendo soportar los caminos misteriosos de una burocracia que normalmente nos lleva a soluciones técnicamente posibles, pero que no podemos abordar, ya que nadie nos indica donde hallar los medios y recursos para hacerlo.

Por entender pocas cosas de las muchas que nos pasan, obligándonos a vivir siempre empequeñecidos con nuestra propia tecnología, ya que cuando estamos a punto de entender un nuevo método de trabajo nos descubren otro más innovador sin que acabemos de consolidar nunca nuestras inversiones.

Por vivir en la inseguridad permanente y con la más absoluta inestabilidad, siendo víctimas de la a menudo excesiva demagogia de la calle, blanco de movilizaciones según el sector de actividad que hayamos elegido, y sufriendo las consecuencias de la macroeconomía que no controlamos, que convierte el trabajo de empresario en un combate permanente por la supervivencia.

Por tener plaza reservada en la lista de candidatos/as a infarto, sin que podamos hacer gran cosa por evitarlo, pues los cambios bruscos a que nos obligan los competidores nos convierten en ingenieros de la improvisación y subliman la emergencia como sistema normal de producción.

Por creer en los valores que poseemos, por ponerlos a disposición de todos, por entender la formación como único medio para comprender nuestro entorno y por comprometernos todos los días a una plaza del éxito que deseamos sólo para nuestro equipo.

Sin embargo, no pediremos perdón por estar con las personas, por apoyar su actitud, ya que sin ellas tampoco podríamos construir nuestros sueños. □

su línea directa con renfe

902 24 02 02

INFORMACIÓN
Y RESERVA
DE BILLETES



LÍNEA RENFE 902 24 02 02

Comprar y vender a través de internet

El comercio a través de Internet es ya una realidad que abre un amplísimo abanico de posibilidades para cualquier negocio. A continuación te ofrecemos algunas pautas que conviene tener en cuenta para poner en marcha tu tienda virtual. **R.M.E.**



El comercio electrónico (e-commerce) no es sólo una novedad tecnológica, sino una realidad que transformará el funcionamiento de las empresas. El concepto de tienda virtual intenta trasladar el funcionamiento de un comercio tradicional a Internet. Por eso debemos hablar de negocios electrónicos (e-business). Es necesario distinguir la tienda virtual del negocio que hay detrás. Un error que se puede cometer con facilidad, sobre todo en nuevos proyectos, es confundir la construcción y explotación de la tienda virtual con el negocio. La tienda virtual no es más

que el medio para hacer negocios en Internet y no un fin en sí mismo.

El Proyecto

El equivalente del local físico es actualmente un conjunto de páginas web mostradas al visitante desde nuestro servidor. Éste será el encargado de mostrar esas páginas que representan nuestro comercio a los clientes. Por eso la elección de una buena plataforma tecnológica para desarrollar nuestra tienda virtual y su capacidad de adaptación a los cambios son dos aspectos básicos para llevar a buen puerto el proyecto de comercio virtual.

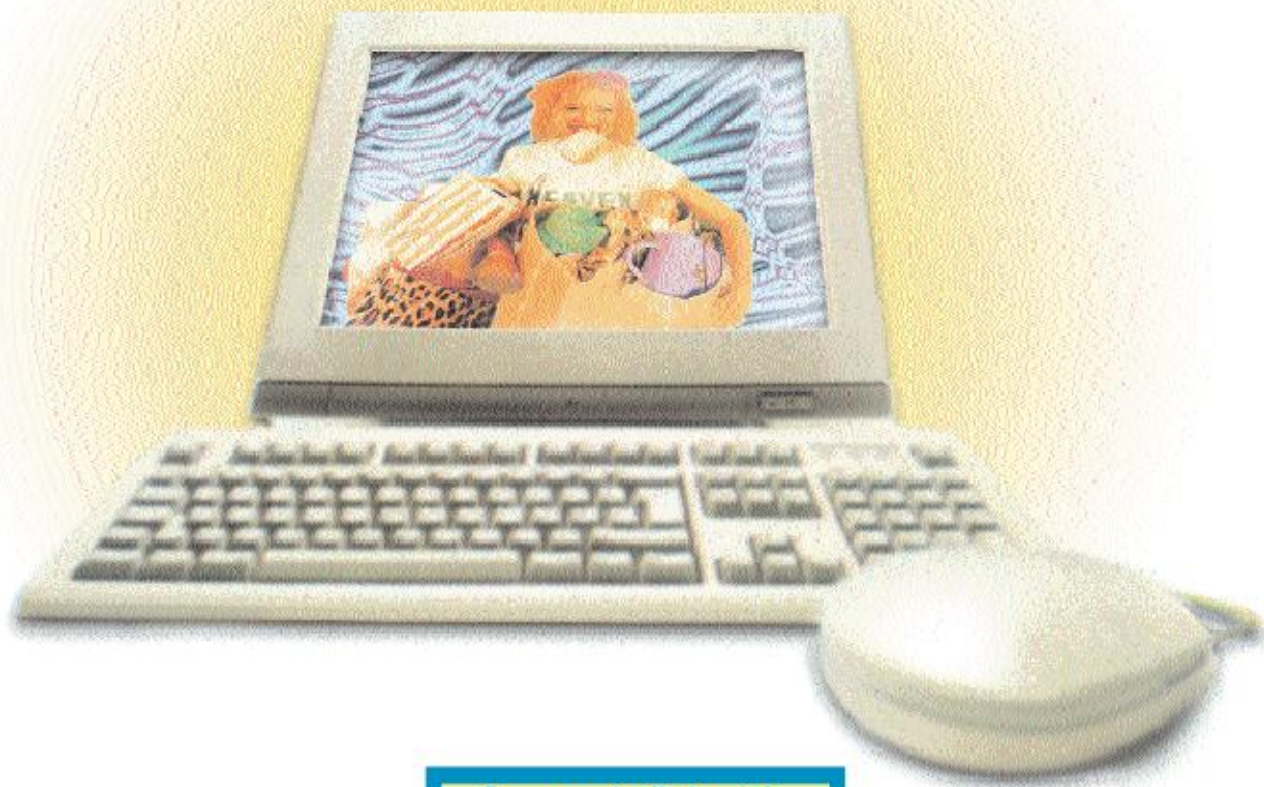
Como en cualquier tienda, la ubicación es determinante para el éxito. La tienda virtual puede situarse en un local propio, es decir, poseer un dominio propio en Internet, o ubicarse dentro de alguna galería o centro

comercial compartiendo una misma plataforma. Cada día están surgiendo nuevas iniciativas e ideas a este respecto, e incluso existen proveedores que ofrecen herramientas que permiten construir la tienda virtual desde el ordenador del cliente.

La promoción de nuestra tienda y las técnicas para atraer visitantes constituyen dos factores fundamentales, aunque lo verdaderamente importante es la coherencia de los distintos aspectos del proyecto. Si el proyecto es realmente ambicioso, es lógico registrar un dominio propio para explotar la tienda virtual y disponer de nuestros propios servidores. Si en realidad sólo queremos ofrecer a nuestros clientes un servicio más, puede usarse una plataforma compartida. También se puede comenzar desde una plataforma compartida y posteriormente adquirir una propia.

Las páginas web que se ofrecen a los

No todos los negocios se adaptan al comercio electrónico. Y aún así,



Es necesario distinguir la tienda virtual del negocio que hay detrás. La tienda virtual es el medio para hacer negocios en Internet y no un fin en sí mismo

visitantes son el escaparate de nuestros productos, por lo que deben ser acordes con la imagen de la empresa y guardar un equilibrio entre su diseño y presentación y la facilidad y velocidad de manejo y navegación. Los productos que aparecerán en las páginas web de nuestra tienda virtual se pueden presentar y gestionar de distintas formas. La más sencilla es usando páginas web estáticas que se modifiquen cada vez que se altere alguna información sobre el producto. Este enfoque es simple y válido para las tiendas con un catálogo reducido de productos que varíen poco en sus características y precios. Otra opción es confiar la gestión del catálogo de productos a algún paquete de software especializado. Aunque la inversión inicial en la adquisición, puesta en marcha y formación de estas soluciones puede ser elevada, a medio plazo es la mejor fórmula para cualquier tienda virtual que pre-

tenda responder con agilidad a los cambios en las condiciones del mercado y las características de los productos. También existe la posibilidad de desarrollar internamente en nuestra empresa el software de gestión de la tienda virtual. Sin embargo, este proceso es complejo y costoso.

La Venta

El estudio del proceso de venta en la tienda, el recorrido libre o guiado, el merchandising o la presencia y actitud de los vendedores, son cuestiones fundamentales en cualquier

comercio que atienda a un cliente potencial. El visitante que accede a nuestra tienda virtual pasa por un proceso de compra que debemos conocer y dominar a la perfección. Uno de los conceptos surgidos en el ámbito de las tiendas virtuales es el del "carrito de compra". Simplemente se trata de un software -puede ser parte de la solución completa o un módulo adicional- que asiste al cliente en su recorrido virtual por la tienda, anotando los productos que él va indicando, calculando su importe final, permitiéndole devolver productos, etc. Un buen "carrito de compra" puede ser decisivo a la hora de facilitar la venta en nuestra tienda virtual. La perfecta integración de los módulos de software encargados de presentar los productos y de llevar el carrito de la compra es fundamental para conseguir una buena experiencia de compra por parte del cliente. Mientras mayor

poner en marcha una tienda virtual va más allá del aspecto tecnológico

sea la flexibilidad con la que el cliente pueda interactuar con estos módulos y la facilidad de uso de estas prestaciones, mayor será también la satisfacción de los compradores y el beneficio de los vendedores.

Una vez que el cliente ha seleccionado todos los productos que adquirirá, debemos hacer que pase por caja. Los medios de pago en Internet han suscitado y suscitan interesadas discusiones acerca de su fiabilidad y su seguridad. Por eso conviene estudiar con detalle cómo se cobrará al cliente, garantizándole en todo momento la seguridad del proceso. Además, las políticas de seguridad y de confidencialidad de los datos y transacciones deben estar claras tanto para los clientes como para los vendedores. El comercio electrónico, como el tradicional, se basa en la confianza entre cliente y vendedor.



vo a la hora de mejorar y adaptar nuestra tienda a las necesidades de nuestros clientes.

Otro de los problemas actuales al que se enfrentan las tiendas virtuales es el de la entrega del material. Si el negocio virtual ofrece información, puede ser relativamente fácil entregarla de forma inmediata, pero en otro tipo de negocios, un pequeño retraso en la entrega de los productos puede convertirse en un gran problema.

Las entregas de pequeñas mercancías pueden suponer un coste de transporte superior al importe de la misma compra, lo que provoca que muchos clientes desistan en su pedido. Además, el servicio de entrega estará normalmente en manos de terceras empresas, con el consiguiente riesgo para nuestra reputación en caso de problemas. La facilidad de compra por parte de clientes desde el

La promoción de nuestra tienda y las técnicas para atraer visitantes son dos aspectos fundamentales

El cobro por tarjeta de crédito parece que será el medio principal de transacción en la mayoría de las tiendas virtuales. El ofrecimiento de diversas posibilidades de pago a los clientes para que decidan cual prefieren es una buena idea, aunque habrá que estar preparada para atender todas esas formas de pago.

Lo Primero es el Cliente

Por muy completa que sea nuestra tienda virtual, es probable que en algún momento el cliente tenga alguna duda que resolver o desee plantear alguna cuestión. A medida que se intensifique el acceso y uso del comercio electrónico, la prestación de ayuda al instante será fundamental para asistir al cliente en su proceso de compra. De hecho, ya empiezan a existir tiendas virtuales en las que es

posible obtener la asistencia de un vendedor por voz o incluso por video. También es importante comprender que no todos los clientes acceden a la tienda virtual para comprar. Muchos entrarán simplemente a ver que hay, a comparar precios, a buscar información previa antes de tomar una decisión de compra e incluso a buscar información post-venta. La comprensión de las distintas necesidades de nuestros clientes es esencial. En este sentido, los sistemas de software que implementen nuestra tienda juegan un importante papel: es técnicamente posible conocer el recorrido de los clientes por nuestra tienda, saber qué productos suscitan su interés, en qué orden, por cuánto tiempo, qué información parecen buscar o después de hacer "qué" abandonan la tienda. El análisis detallado de toda esta información constituye un elemento decisi-

extranjero puede quedar anulada por la dificultad de entrega del material, ya sea por motivos de costes o de aduanas o por la complejidad que en determinados casos puede suponer el cálculo de los impuestos indirectos sobre las ventas.

Está claro que no todos los negocios se adaptan por igual al comercio electrónico. Y aún así, poner en marcha una tienda virtual va mucho más allá del aspecto tecnológico.

Como en toda tienda, en nuestra tienda virtual será necesario desenvolverse con facilidad por la trastienda. Normalmente, será el software de la tienda virtual el que proporcione capacidades de gestión de mercancías, almacenes, proceso de pedidos, facturación, etc. También es

www.dondecomprar.com

En Internet hay tantas tiendas virtuales, que se hace necesario un buscador. DondeComprar.com es uno de ellos. Su base de datos alcanza los 22.000 establecimientos registrados, que han sido seleccionados y valorados previamente por su calidad. Este buscador mundial de comercio electrónico, dirigido principalmente al público de habla hispana, ha elaborado recientemente un informe sobre el comercio electrónico en España, en el que se afirma que los sectores que cuentan con el mayor número de tiendas virtuales son el informático, seguido del de las librerías.



muy importante la integración de los módulos de la tienda virtual con el resto del sistema de información de la empresa. El paso de datos a contabilidad, control de almacén, facturación y cuentas a cobrar debería estar automatizado en la medida de lo posible. También puede ser competitivamente ventajoso estar conectados con nuestros proveedores de mercancías y los servicios de logística para poder proporcionar información puntual y exacta a los clientes que pregunten acerca de sus pedidos pasados, presentes o incluso futuros.

Una buena base de datos generada a partir de una tienda virtual puede proporcionarnos verdaderos patrones de comportamiento (y de compra) de individuos o de grupos. El potencial de esa información desde el punto de vista del marketing está aún por explotar. La posibilidad de ofrecer productos o servicios adicionales, ya sean propios (venta cruzada) o de terceros (productos complementarios o financiación, por ejem-

Las ventas a través de Internet alcanzaron en nuestra comunidad los 1.250 millones de pesetas durante el pasado año, según la Confederación Empresarial de Comercio de Andalucía (CECA). Esta entidad ha puesto en marcha el programa "Andalucía Comercio Electrónico", con el que pretende poner en contacto a 10.000 empresas. El objetivo: que nuestra comunidad se ponga al día en esta nueva forma de comercio.

plo), aumenta el potencial de negocio, pero también la complejidad de la tienda virtual. Los mailings personalizados, las ofertas puntuales dirigidas a clientes perfectamente califi-

cados, etc. son algunas de las posibilidades que proporciona una buena gestión de la información generada por la tienda virtual.

Desarrollar internamente una tienda virtual tiene sus ventajas, pero también sus inconvenientes y, como es norma habitual en cualquier sector, tal vez no sea una buena idea dedicar recursos a una tarea que no es el núcleo de nuestro negocio. Para eso están las compañías especializadas. Independientemente del camino elegido para poner en marcha la tienda virtual, su mantenimiento y gestión va a requerir, además de personal especializado en las nuevas tecnologías, el compromiso de la dirección del negocio. En definitiva, se hace evidente que embarcarse en el desarrollo y mantenimiento de una tienda virtual no es un proceso simple. Sin embargo, los beneficios potenciales que alberga una tienda virtual para cualquier negocio, ya sea nuevo o proveniente del comercio tradicional, son realmente inimaginables. □

LE AYUDAMOS A MEJORAR SU IMAGEN Y SENTIRSE MÁS FELIZ

ÚLTIMAS TÉCNICAS EN REMODELACIÓN CORPORAL Y FACIAL

- Liposucción
- Aumento-Reducción de Senos
- Depilación Definitiva Láser (100% satisfecho o le devolvemos su dinero)
- Odontología Estética

DIRIGIDO POR EL DR. CONTRERAS (CIRUGÍA CARDIOVASCULAR) Y DR. REDONDO (CIRUGÍA PLÁSTICA).

NUEVAS TECNOLOGÍAS EN VARICES SIN CIRUGÍA

- VARILÁSER® -ESPUVAR®
Más de 500 tratamientos nos avalan
- Sin anestesia
- Sin reposo
- Sin hospitalizar
- Indoloro - Vida Normal

¡HOY POR HOY LA MEJOR RELACIÓN CALIDAD-PRECIO! CONSÚLTENOS

CMI
CENTRO MEDICO INTEGRAL
AVDA. POETA MANUEL BENTEZ CARRASCO, BL. 4 BAJO.
TEL.: 954 62 99 44

Delia Fernández Ahumada es la responsable actual de comunicación y relaciones públicas de Tenneco Automotive, una empresa que fabrica componentes automovilísticos y directora de su propio gabinete de prensa. La vida profesional de esta mujer está ligada indiscutiblemente al mundo del automóvil

Una mujer

parte de este de Pasa-Cibie. Actualmente, Delia es responsable de comunicación y relaciones públicas de Tenneco Automotive - empresa fabricante de componentes de automóviles- y dirige, desde hace ya trece años, su propio gabinete de prensa y relaciones públicas, fa.comunicación, en el que cuenta con otros clientes que no pertenecen a este sector.

Respecto a la seguridad en la conducción, esta profesional, nacida en la ciudad marroquí de Casablanca, afirma que "de nada sirve adquirir un vehículo equipado con las últimas innovaciones si éstas no funcionan debidamente, todo ello por no pasar las periódicas revisiones. Además, el segundo coche de la familia, que a menudo se utiliza para llevar a los niños al colegio o para circular en la ciudad, con el pretexto de que hace pocos kilómetros, es un vehículo que no

suele estar debidamente revisado. Sin embargo, habría que pensar más seriamente en poner a

punto este vehículo, conducido la mayor parte de las veces por mujeres, ya que la diferencia entre tener un accidente o evitarlo sólo es cuestión de unos metros". □

No es habitual encontrar a una mujer en el mundo del automóvil. Sin embargo, la trayectoria profesional de Delia Fernández transcurre dentro de él: "Como casi siempre ocurre, el estar ligada a un sector es fruto de la casualidad. Sin embargo, se podría decir que llevo prácticamente toda mi vida laboral en el sector de la automoción".

Delia Fernández Ahumada comenzó como jefe de prensa en la empresa Pasa-Cibie, fabricante de proyectores y pilotos, cargo que siguió desarrollando en el grupo Valeo tras la absorción por

"No podemos ignorar que el sector del automóvil es uno de los más importantes del espectro económico. Además, me cautiva su constante innovación tecnológica"



en el mundo del automóvil



Suscríbete a **mujeremprendedora**
 por 1 año y recibirás este
 fantástico regalo

me suscribo a
SÍ **mujeremprendedora** por
 11 números: 3.500 ptas.

me suscribo a
SÍ **mujeremprendedora** 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

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

Firma

Envíe este cupón a **mujeremprendedora** Recaredo, 20 - 2º - 41003 Sevilla.
 También se puede suscribir enviando el cupón por fax al 954 53 31 43

La radio que viene



Inmaculada Leiva Ramos
Directora de Onda Jerez Radio

Resulta arriesgado aventurar cómo será la radio en los próximos 25 años. La revolución tecnológica nos plantea el gran reto de la incorporación al sistema digital (DAB). No es otra cosa que un nuevo soporte y un nuevo tratamiento del sonido, cuyas ventajas se cifran en una mayor calidad de recepción, en la implantación de redes de frecuencia única con grandes áreas de cobertura, en la reducción de los costes de explotación y en la oferta al usuario de nuevos servicios complementarios como imágenes fijas junto a la noticia hablada, mapas de situación, transmisión de datos, etc.

No obstante, ante tanto afán innovador, algunos expertos comunicólogos advierten sobre la esencia de los rasgos que hasta ahora han caracterizado el medio.

La radio de ayer nada tiene que ver con esta radio de hoy. Los planteamientos de programación, las audiencias, el tratamiento y las nuevas tentativas que estamos experimentando en nuestro quehacer diario, ricas, sin duda, sobre todo en el ámbito de la comunicación local, se alejan mucho de aquellos escenarios característicos de los cuarenta. Ha de ser así.

A pesar de ello, la radio sigue siendo única al ofrecer la posibilidad de simultaneizar su consumo con otras actividades paralelas y al aportar una gran capacidad de innovación y novedad en sus productos.

Ante las nuevas posibilidades multimedia sugeridas más arriba, cabe preguntarse si con ellas tendemos a alterar la naturaleza del medio y su eficacia, algo que no conviene ignorar. El profesor Díaz Nosty apunta al respecto: "Hace más de medio siglo, la

televisión construyó la radio con imágenes. La técnica de la radio se integró en la estructura bisensorial de la recepción, pero no anuló las zonas de exclusividad de la radio. El ejemplo puede servir para enunciar los riesgos de la migración digital de la radio, esto es, de una extensión tecnológica que desvirtúa la esencia de su naturaleza."

El profesor Díaz Nosty hace otra consideración muy interesante sobre algo frecuentemente olvidado, el tratamiento de los contenidos. En este sentido sugiere: "El ágora universal de la radio tiene otros alcances en su proyección digital, como es el desarrollo de líneas temáticas, la extensión de la voz al conjunto de áreas definidas por una misma lengua, la ruptura de los consumos sincrónicos y la auto-programación inteligente, mediante la formación automatizada de menús multifuentes".

Además, añade que las nuevas extensiones tecnológicas deberán servir para crear condiciones de igualdad en el acceso a las infraestructuras de distribución, favoreciendo así que el valor del mercado lo decidan los contenidos.

El futuro nos anima sugerentes experiencias, a pesar de las limitaciones que parecen vislumbrarse y el trato preferente a determinados operadores.

El debate abre varios frentes. Vale la apuesta por unificar y englobar, sí eso nos hace crecer, pero nunca sobre la base de intereses económicos, sino sobre intereses culturales afines, donde puedan a su vez progresar con garantía la pluralidad y la libertad de expresión.

Ya saben, el medio es el mensaje. □



¡COLECCIONALES!

1 Con acento andaluz
 Andalucía, desde las raíces.
 La mirada de un escritor
 en diez trazos.
 Autor: Juan Félix Bellido
 Encuadernación Rústica
 12x16 cm - 86 págs.
 P.V.P.: 500 ptas.
 El escritor y periodista jerezano
 Juan Félix Bellido ha cosechado
 un notable éxito con sus artículos
 "desde el tabanco", que han ido
 apareciendo a lo largo de casi
 dos años en *La última página*
 de la revista Agenda de la Empresa

2 Páginas de Internet
 El camino más corto
 para encontrar
 las mejores páginas Web
 Autor: AA.VV.
 Encuadernación Rústica
 12x16 cm. - 78 págs.
 P.V.P.: 500 ptas.
 Directorio fundamental para
 la búsqueda de páginas Web
 Desde la A a la Z más de mil
 páginas Web de mucha utilidad
 para el empresario andaluz

3 El Traductor gastronómico
 Para saber seleccionar el mejor menú en
 cualquier restaurante del Mundo
 Autor: AA.VV.
 Encuadernación Rústica
 12x16 cm. - 128 págs.
 P.V.P.: 500 ptas.
 Un pasaporte para la buena mesa.
 Un instrumento cómodo y útil que
 le ayudará en sus viajes a disfrutar
 del arte de la gastronomía



Los libros de Agenda

Envíelo en sobre cerrado a:

CUPÓN DE PEDIDO

Les agradezco que, a la mayor brevedad posible, me envíen a
 la dirección que a continuación les indico _____ ejemplares de

Con acento andaluz

Páginas de Internet

El Traductor gastronómico

Forma de pago: Contra Reembolso _____
 Talón Bancario nº _____
 Giro postal nº _____

Nombre _____ Apellidos _____
 Domicilio _____
 Población _____ Provincia _____
 C.P. _____
 Fecha _____ Tfno. _____
 Firma _____

Grupo Allivesver - C/ Recaredo, 20 - 41003 Sevilla
 Tfno.: 954 53 98 47 - Fax: 954 53 31 43

Arca Gestión Global:

La globalidad y la especialización no son dos conceptos reñidos para esta empresa cordobesa que acaba de nacer. Dedicada a la gestión de proyectos innovadores, Arca cree en la colaboración y en el compromiso como forma de trabajo.
R.M.E

Desde una óptica innovadora

Arca Gestión Global acaba de abrir sus puertas. Especializada en la gestión de proyectos innovadores, sus servicios y productos están orientados al ámbito comunicativo, las nuevas tecnologías, la gestión de la formación y el desarrollo

socioeconómico. Por ello diseña y organiza eventos de interés profesional, además de planes de competitividad territorial, joint ventures y acciones de cooperación horizontal.

Anabel Carrillo, gerente de Arca Gestión Global junto a su socia, Asunción Ariza, explica que este nuevo proyecto "se gesta tras un proceso de reflexión sobre una trayectoria en el ámbito empresarial de más de once años. Nuestra idea ha sido aprovechar el momento de madurez personal y profesional en que nos encontramos para trazar nuevos objetivos y diseñar un modelo organizativo". La filosofía de trabajo de Arca Gestión Global, compuesta por cuatro profesionales fijos y ocho personas asociadas, se sustenta, según Anabel Carrillo, "en una óptica innovadora en los servicios, los productos y la estructura." Una de las características que identifican a Arca Gestión Global es el trabajo en red con los clientes, entidades e instituciones:



Anabel Carrillo, a la izqda, acompañada de su socia, Asunción Ariza

"En estos momentos estamos redactando protocolos de colaboración con tres entidades importantes en el sector de las tecnologías de la información, un acuerdo de colaboración con la Universidad de Córdoba en materia de comunicación y gestionando la creación de un consorcio para el desarrollo andaluz. Asimismo, nuestro objetivo en el plazo de un año es constituirnos en una cooperativa europea por alianzas con una entidad italiana y otra belga". Para esta empresa, la globalidad y la especialización no son dos conceptos reñidos.

A la hora de poner en marcha un proyecto empresarial, Anabel Carrillo reconoce que "es difícil aconsejar. En general, creo que la osadía y la perseverancia son buenas aliadas para la actividad empresarial. Es vital también fomentar la inquietud, la curiosidad... en definitiva, adquirir conocimiento y gestionarlo eficazmente". □

Fecha de constitución:

2000

Gerentes:

Anabel Carrillo y Asunción Ariza

Sector:

Consultoría

Dirección:

Conde de Cárdenas, 16, 2º,
2- 14002, Córdoba

Teléfono:

957 498 706

E-mail:

arcaglobal@inicia.es

Inversiones en Arte y Naturaleza: Un valor seguro

La promoción, edición y venta de obras de arte constituye la apuesta de Inversiones en Arte y Naturaleza, una empresa que ha inaugurado recientemente su nueva sede en Sevilla. R.M.E

“Inversiones en Arte y Naturaleza desea suscitar en las personas el amor por la pintura moderna, que desgraciadamente es tan incomprendida, pero que creemos que, como

cualquier otro lenguaje, hay que conocer para poder ser interpretado”. Así resume Carmen Carmona, delegada de la nueva oficina de Inversiones en Arte y Naturaleza la filosofía que rige esta empresa, dedicada a la promoción y venta de obras de arte, concretamente, obras gráficas originales. En la colección de Arte y Naturaleza figuran serigrafías y grabados de artistas consagrados, aunque Carmen Carmona afirma que también se apuesta “por las jóvenes promesas”. Inversiones en Arte y Naturaleza, que comenzó su andadura en 1994, cuenta en la actualidad con nueve delegaciones repartidas por todo el ámbito nacional, entre ellas la recientemente abierta en Sevilla. La responsable de la delegación hispalense afirma que nuestra comunidad le “hace concebir grandes expectativas, pues hay que

tener en cuenta que Andalucía ha sido y es cuna de grandes artistas”. Esta empresa desarrolla su actividad conforme a dos líneas de acción: “sabemos que dentro del mercado artístico existen dos tipos de compradores: el coleccionista que adquiere obras para

deleitarse con su contemplación y el puramente inversor”. Por eso, esta empresa asesora a sus clientes ofreciéndoles distintas posibilidades. Según Carmen “no hace falta ser un experto en arte ni hacer grandes desembolsos para adquirir las obras de los grandes pintores contemporáneos”. El principal objetivo es “acercar las obras de los artistas a la gente; el arte es un medio universal de comunicación que no conoce fronteras”.

Carmen Carmona, que alberga una gran experiencia, ya que ha ocupado puestos directivos desde hace más de quince años, cree que “la sociedad española, en este como en otros muchos campos, ha avanzado con pasos de gigante, pero creo que todavía hoy es esencial seguir trabajando para cambiar muchas cosas. A lo largo de toda mi trayectoria he aprendido que la experiencia es un valor indiscutible, y junto al trabajo, la mejor arma. Y ambas cosas son, sin duda, mi mejor aportación a esta nueva delegación de Arte y Naturaleza, un proyecto en el que he depositado mucha ilusión y en el que tengo gran confianza”. □

Fecha de constitución:

2000

Gerente:

Carmen Carmona

Sector:

Mercado del Arte

Dirección:

Avda. de la Constitución,
27, 4ºE - 41004, Sevilla

Teléfono:

954 214 843

Fax:

954 213 753



El Patio Pío: Una segunda casa

Teresa Perianes y María José Pineda son las socias y responsables de "El Patio Pío", una escuela infantil constituida como cooperativa de trabajo asociado en la que el cien por cien de la plantilla está constituida por mujeres.

"El Patio Pío" comenzó su andadura en 1993 de la mano de Teresa Perianes. Su compañera explica que "ella partía del cariño que sentía hacia los niños. Partiendo de cero, dejó su trabajo como agente de seguros y comenzó a poner en marcha su particular utopía: poner en marcha una escuela infantil en el centro de Sevilla completamente adaptada a la Logse, en el que el niño fuera el auténtico protagonista del centro".

Esta escuela infantil ofrece como una de sus principales credenciales un horario flexible, un comedor - restaurante y también un servicio médico, que "cubre cualquier urgencia que suceda en el centro, una visita cada quince días y una revisión anual completa". Sin embargo, Teresa Perianes y

María José Pineda creen que su mejor servicio consiste en "ofrecer a los padres un personal bien preparado y completamente cualificado con grandes características profesionales y humanas, cuya tónica de trabajo está marcada por el amor a los niños. El centro es su segunda casa y nosotras somos su segunda familia". Ambas explican que sus proyectos de futuro "están orientados en la misma dirección. Nuestro proyecto más ambicioso es abrir "El Patio Pío 2", es decir, otra escuela infantil en otra zona de la ciudad, donde podamos atender a más padres y niños de la misma manera". Ambas afirman que los obstáculos salvados a la hora de crear su empresa derivan de la no obligatoriedad de la educación infantil: "Además, apenas existen subvenciones para el segundo ciclo de la educación infantil y mucho menos para el primer ciclo, cosa que sería muy beneficiosa para tres sectores muy importantes de la sociedad: las mujeres trabajadoras, las empresas para las que éstas trabajan y las propias escuelas infantiles, que oferta-

Esta escuela infantil situada en Sevilla ofrece distintos servicios, todos ellos orientados a satisfacer las necesidades que impone el ritmo de vida actual, en especial, a la mujer trabajadora. La tónica de trabajo está guiada por el amor a la infancia

rían matriculas a niños más necesitados y a su vez, crearían más empleos". Respecto a sus experiencias personales como empresarias, afirman que "es bastante duro llevar hacia adelante una casa y una empresa a la vez. Pero también es verdad que el trabajo compartido se sobrelleva mejor. Por eso es fundamental que exista un buen ambiente de trabajo entre todos los miembros de la empresa, pues se solventan muchas más cosas y al dividir las responsabilidades todo el mundo ejecuta la parcela de trabajo que le ha tocado desarrollar". □

Fecha de constitución:

1993

Gerentes:

Teresa Perianes y
María José Pineda

Sector:

Escuelas Infantiles

Dirección:

Escuelas Pías, 3
41003, Sevilla

Teléfono:

954 561 480

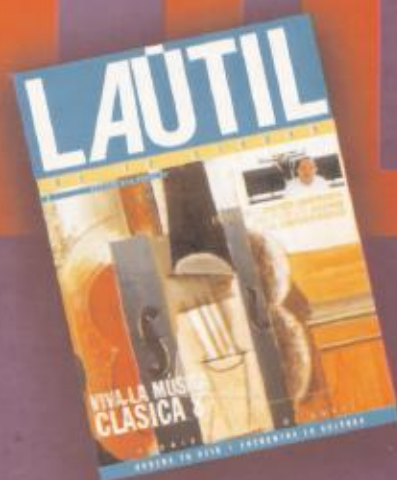
LA REVISTA GIANTOTA DE OCIO Y CULTURA DE LA NUEVA ERA

TODO



SE ENCUENTRA EN

LA ÚTIL



INFÓRMATE EN EL TELÉFONO 95 450 20 89

ARTÍCULOS NOTICIAS CINE GUÍA JOVEN CULTURA LITERATURA RESTAURANTES MODA
MEDIO AMBIENTE DEPORTE PINTURA LIBROS MOTOR EMPRESAS EXPOSICIONES
NOCHE CURSOS
CONGRESOS BARES SALUD DECORACIÓN BELLEZA VIAJES
ENTREVISTAS MÚSICA TEATRO
CONCIERTOS TENDENCIAS UNIVERSIDAD GASTRONOMIA...SEVILLA

Igualdad de oportunidades en el medio rural



Susana López
Directora de RR.HH.
de Suma & Consultores
Presidenta de la AES

Aunque las estadísticas publicadas nos muestran como las mujeres ocupan el 63,3% de los nuevos puestos creados en el sector público, esto no debe dejar de preocuparnos, ni tampoco deben dejar de tomarse medidas que favorezcan su incorporación a las empresas privadas, principalmente aquellas ubicadas en el medio rural.

Igualar las oportunidades laborales, mejorar el acceso a los recursos que ofrecen los municipios y hacer más partícipes a las mujeres en las actuaciones políticas y sociales del medio rural, son objetivos prioritarios en los que incidir para la consecución de una más cercana y esperada igualdad entre mujeres y hombres.

Es cierto que los problemas laborales con los que se encuentran ambos sexos para conseguir un trabajo se agravan en el medio rural. Pero la experiencia y las investigaciones denotan que algunos de esos problemas compartidos se agudizan aún más en las mujeres, pues se siguen evidenciando hechos que provocan desigualdad.

Sobre el comportamiento de los directivos y el personal laboral que trabaja en estas empresas, y hablamos en

masculino pues las empresas ubicadas en estos sectores son dirigidas en su mayoría, por no decir en su totalidad, por hombres, hay que decir que las actuaciones políticas y sociales seguidas en cada municipio inciden de manera decisiva; de ahí que sea necesario sensibilizar y concienciar para que sean los partidos políticos actuales de cada localidad los que tomen como propias las distintas iniciativas que se definen a continuación:

- ◆ Hacer más partícipes a las mujeres en la toma de decisiones de la localidad.
- ◆ Mejorar las condiciones educativas y laborales para facilitar la conciliación entre vida familiar y profesional.
- ◆ Velar por un acceso igualitario a los recursos que nos pueda ofrecer el municipio.

Se trata, en definitiva, de desarrollar los recursos endógeno del medio rural y favorecer el mantenimiento y el crecimiento de la población en la localidad a través de la consecución de la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en el municipio. □

JUAN FÉLIX BELLIDO

Cartas a Nazhûm

Viaje a las entrañas de Al-Andalus



Una ventana abierta a un tiempo aletargado en la memoria histórica de los andaluces, una época marginada en los manuales de Historia de España y rescatada timidamente en los últimos años. Esta es la esencia de *Cartas a Nazhûm*, la obra más reciente del escritor jerezano Juan Félix Bellido. El polifacético editor y periodista, autor de más de quince títulos de narrativa y ensayo, presenta un cuaderno de viajes para recorrer una tierra mágica, crisol de culturas, que "era faro luminoso para los reinos españoles del Norte y para toda Europa", según explica en estas páginas.

Al-Andalus luce sus encantos en este singular ensayo, una oportunidad especial para disfrutar de un paseo por la Historia, de la mano de un buen conocedor de la cultura andalusí, amante de una época que ya había recreado anteriormente en algunos de sus libros (*¿Acaso está espiando el viento?*, *La fuente de los quebrantos y otras leyendas falsas*, *¿Por qué lloraron los judíos al abandonar Jerez?* -Premio de Ensayo Caja de Ahorros de Jerez- y *Las complicadas tareas del amor*).

Cartas a Nazhûm. Viaje a las entrañas de Al-Andalus
Juan Félix Bellido

ISBN: 84 - 923817 - 5 - 2 176 páginas P.V.P.: 1.850 ptas.

eje
DISEÑO
GRÁFICO

Los libros de Agenda

de Andalucía
Colección

C U P Ó N D E P E D I - D O

Les agradezco que, a la mayor brevedad posible, me envíen a la dirección que a continuación les indico _____ ejemplares de

Cartas a Nazhûm

Forma de pago: Contra Reembolso _____
 Talón Bancario nº _____
 Giro postal nº _____

Nombre _____ Apellidos _____

Domicilio _____

Población _____ Provincia _____

C.P. _____

Fecha _____ Tfno. _____

Firma

Envíe este cupón a
Grupo Allivesver
Recaredo, 20 - 2º
41003 Sevilla

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

Cartas a Nazhûm Viaje a las entrañas de Al-Andalus

Habilidades sociales, Habilidades profesionales

Las relaciones sociales constituyen un pilar fundamental sobre el que asentar nuestra actividad laboral.

Las palabras, los gestos, o el tono de voz pueden determinar el éxito o el fracaso de negociaciones o encuentros profesionales. **R.M.E**

La comunicación no es una ecuación matemática. En ella intervienen múltiples factores, que condicionan, en muchas ocasiones a nuestro pesar, el desarrollo de una conversación. En el terreno laboral, la calidad comunicativa puede determinar el éxito o el fracaso de negociaciones o encuentros profesionales, un ascenso o la posibilidad de entrar a formar parte de la plantilla.

Según las investigaciones neurolingüísticas, las palabras condicio-

nan en un porcentaje del 7% la capacidad de influir en los demás, el tono de voz supone el 38% del poder de comunicación y la postura corporal el 55%.

La conversación

La cortesía necesaria para lograr un acuerdo profesional no debe estar reñida en ningún momento con la sinceridad y franqueza de nuestras propuestas e intereses. Aunque la capacidad empática - saber ponerse en el lugar del otro - es una condición "sine qua non" para lograr comunicarnos bien, no debemos por ello dejar de ser nosotras mismas o intentar continua y exageradamente lograr el apoyo a lo que decimos. Eso demostrará torpeza, inseguridad y falsedad.



En una conversación, lo más importante es que hayamos desarrollado convenientemente la capacidad de escuchar. Por eso debemos medir nuestra intervención, no convirtiéndola en un monólogo y no respondiendo a una pregunta que podría haberse contestado en pocas palabras, con toda una demostración de sabiduría.

Tampoco debemos caer en el extremo contrario, es decir, contestar con monosílabos o pocas palabras, dejando todo el peso de la conversación en la otra persona.

La interrupción es una considerable falta de respeto. Aunque consideremos que el mensaje que nos están transmitiendo necesita una rápida

**La cortesía
necesaria para lograr
un acuerdo profesional
no debe estar reñida en
ningún momento con la
sinceridad y franqueza
de nuestras propuestas
e intereses**

aclaración, debemos esperar a que nuestro interlocutor o interlocutora haya terminado.

Nuestro lenguaje y nuestro tono

de voz deben adecuarse a cada contexto concreto si queremos facilitar la comprensión del mensaje que queremos transmitir. Por eso es necesario no subir ni bajar en exceso el tono de voz y no repetirse, aburrir o confundir a nuestro interlocutor/a.

Algunas técnicas para asegurar a nuestro interlocutor o interlocutora que lo estamos escuchando son resumir con nuestras propias palabras lo que se ha dicho y realizar preguntas o comentarios relacionados. El equilibrio entre hablar y escuchar asegurará una comunicación efectiva.

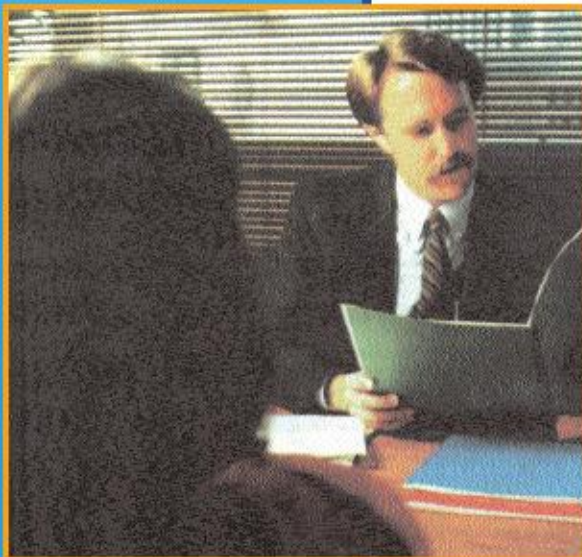
El lenguaje corporal

La regla de oro en una entrevista o

Para entrar a formar parte de la plantilla

La entrevista de trabajo suele ser el último paso del proceso de selección. Por eso es fundamental que se prepare minuciosamente. Esto no quiere decir que no nos mostremos tal como somos. Sólo se trata de valorar y potenciar lo mejor de nosotras mismas. Para que todo salga bien, es necesario cuidar algunos detalles:

- ◆ Debemos mostrar interés por la empresa en la que queremos trabajar. Por eso, antes de que se celebre la entrevista, deberemos informarnos mínimamente sobre ella.
- ◆ No es aconsejable llegar tarde, pero tampoco con mucha antelación. Ser puntual es sumamente importante, por lo que si se prevé cierta tardanza, es conveniente avisar, aunque tampoco es conveniente llegar demasiado pronto, porque eso también puede ser motivo de descalificación.
- ◆ Por supuesto, mentir o exagerar los propios méritos queda totalmente prohibido, ya que destroza nuestra credibilidad, al igual que criticar la empresa en la que trabajábamos.
- ◆ Acaparar la entrevista hablando demasiado no es en absoluto conveniente. Puede interpretarse como un exceso de autoconfianza. Tampoco hay que caer en el extremo contrario, es decir, contestar con monosílabos o coincidir en todo con el entrevistador o entrevistadora. El criterio y la iniciativa propia son necesarios.
- ◆ El vestuario debe adecuarse al contexto, no excediéndose en ningún sentido. Simplemente, debe ser adecuado para el puesto al que optamos.
- ◆ No debemos mostrarnos indecisas, pero tampoco arrogantes. Lo que se espera de nosotras es claridad de ideas, optimismo, espontaneidad y sobre todo, profesionalidad.



en una negociación con un cliente es demostrar interés por lo que nos comunican. En este sentido, el lenguaje corporal juega un

importante papel. En primer lugar, es conveniente mirar a los ojos de nuestro interlocutor/a cuando nos dirijamos a él o a ella. Así demuestras, además de interés por lo que se dice, sinceridad y franqueza, aunque no es conveniente hacerlo fijamente, porque

así sólo lograrás intimidarlo/a.

Cuando estés sentada, además de hacerlo en una postura correcta, también es aconsejable inclinar el cuerpo ligeramente hacia delante: este gesto denota interés. No es conveniente cruzar las piernas, pero si no puedes evitarlo, procura hacerlo en dirección a la persona que tienes delante. Si el cruce de piernas se realiza en dirección contraria al sentido de la conversación, mostrarás rechazo o ciertas reservas.

Las manos también son primordiales: hablan por sí solas. Por ejemplo, dejar las palmas de las manos hacia arriba y mantener los dedos estirados indica que no se tiene nada que esconder. No obstante, este gesto también puede entenderse como una solicitud de aprobación, lo que por algunas personas puede ser interpretado como un signo de vulnerabilidad. Quienes agitan las manos al hablar demuestran sinceridad y quienes

Seis pasos para poder vender y además, ganar amigos

El arte de la venta exige convencer, demostrar, persuadir, regatear, negociar y decidir. Para alcanzar el objetivo final, es necesario seguir algunos pasos:

- ◆ **Conocer las necesidades del cliente:** En este punto radica la verdadera clave del marketing. Es necesario saber cuáles son las características de cada cliente, sus motivaciones y sus necesidades para lograr satisfacerlas.
- ◆ **Establecer contacto:** Para ello pueden utilizarse distintos medios, en función de las preferencias de cada cliente.
- ◆ **Ensalzar el producto:** Una vez atraída la atención del cliente, es necesario fomentar su interés, relacionando el producto con la satisfacción de sus necesidades.
- ◆ **Fijar el precio:** El vendedor debe tener varias respuestas a las preguntas sobre cuestiones monetarias.
- ◆ **Cerrar la venta:** Tras la compra, el vendedor debe reforzar la elección del cliente asesorándolo para que quede totalmente satisfecho.
- ◆ **Mantener una actitud amistosa:** Al margen de que haya comprado o no, el cliente debe pensar que el vendedor es además un amigo. Para ello, éste último debe esforzarse en escucharlo.

entrelazan los dedos, formando un triángulo con las manos, denotan confianza en sí mismos/as mostrando a los demás su fortaleza y su posición de poder. Sin embargo, quienes cierran los puños al hablar o escuchar sienten miedo o se encuentran incómodos y los/las que mueven las manos con los brazos pegados al cuerpo se están autoprotegiendo.

En cuanto al saludo, si la mano se tiende sin fuerza o de manera desganada, esos son precisamente los valores que transmitirás sobre tí. No obstante, tampoco es necesario apretar con demasiada fuerza la mano de la otra persona, ya que así transmitirás agresividad.

La regla de oro en una entrevista o en una negociación con un cliente es demostrar interés por lo que nos comunican. En este proceso, el lenguaje corporal juega un importante papel

En el término medio está la virtud. Imitar la postura de tu interlocu-

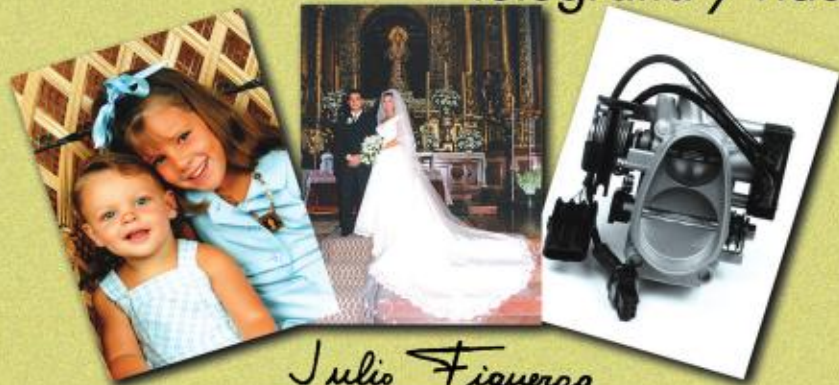
tor/a y sonreír son dos técnicas casi infalibles para lograr una comunicación realmente efectiva.

En un encuentro o conversación, si las personas implicadas están interesadas en causar buena impresión para lograr un acuerdo, cada una de ellas, inconscientemente, imitará los gestos y posturas de la otra. La razón es que cada una de ellas intentará convencer a la otra de que tienen actitudes, valores o intenciones parecidas.

En segundo lugar, la sonrisa, además de ser un excelente medio para iniciar y mantener relaciones satisfactorias, sirve además para contrarrestar las actitudes defensivas. □

*Especialistas en
Fotografía Industrial
y
Reportajes de Boda*

C/ Arroyo, 107
41008 Sevilla
Tel: 954 54 25 03



Julio Figueroa

fotografía y video

Premio a emprendedoras

La Fundación Internacional de la Mujer Emprendedora (Fidem) ha concedido los premios -denominados al igual que nuestra revista- Mujer Emprendedora 2000. Las galardonadas en esta tercera edición han sido Sita Murt, directora de la empresa de géneros de punto Esteva Aguilera (premio a la promoción de la economía), Carmen Almagro, directora general de Body Shop en España (premio a la trayectoria profesional) Mar Reventós, presidenta del Grupo Codorniu (premio a la internacionalización), Lidia Delgado, diseñadora (premio a la creatividad) y Mercé Panikker, fundadora de la Red Europea de Mujeres Empresarias y consultora de la ONU (premio honorífico), que aparece en la imagen. Para los próximos días 22 y 23 de mayo la Fundación Internacional de la Mujer Emprendedora ha organizado el Congreso Internacional de Empresarias del Siglo XXI que se celebrará en Barcelona.



El comercio virtual en femenino

En parte, por esta razón, es el que las empresas participadas han sido creadas y dirigidas por mujeres es lo que impulsa en Webdona.com. Este año forma parte de las iniciativas de apoyo que se llevan a cabo desde la Fundación

Internacional de la Mujer Emprendedora (Fidem), en Cataluña, para impulsar la igualdad de acceso del sector empresarial femenino a las nuevas tecnologías.

Webdona.com, accesible en catalán, castellano e inglés, ofrece una amplia variedad de tiendas virtuales y servicios empresariales y dispone de un buscador por palabras para localizar productos y servicios.

Contra la violencia, desde el trabajo

El proyecto Daphne, puesto en marcha por el Instituto Andaluz de la Mujer y el departamento de la Mujer del sindicato UGT en Andalucía, tiene como principal objetivo promover la erradicación de la violencia doméstica desde el centro de trabajo. El primer paso es un sondeo entre las empresas pertenecientes a los sectores con mayor presencia femenina. Tras el estudio de los datos, se pondrá en marcha, previsiblemente el próximo verano, una campaña informativa canalizada a través de organismos públicos e instituciones. Por último, se impartirán cursos de formación contra la violencia doméstica dirigidos a empresarios y trabajadores. El programa Daphne es una experiencia pionera en Europa, que se desarrolla de forma simultánea desde el Reino Unido hasta el año 2003.

Proyecto Manage

La Asociación Nuevas Formas de Trabajo promueve desde 1997 un programa de sensibilización social cuyos objetivos fundamentales son la promoción y el fomento de las condiciones que posibiliten la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres. Para conseguir el cumplimiento de esos objetivos, han puesto en marcha el proyecto Manage, que, subvencionado por el Instituto de la Mujer, se celebrará en Madrid durante los días 9, 10 y 11 de mayo. Esta iniciativa está dirigida a todas aquellas personas que quieran hacer compatible el trabajo

profesional y la dedicación a la familia y también a todos los agentes implicados en la promoción de la igualdad de oportunidades. El proyecto Manage parte de los mismos presupuestos que el management empresarial, considerando que la familia puede ser analizada como una pequeña empresa, en la que todos los miembros tienen mucho que aportar. La gestión del tiempo o el presupuesto y la contabilidad serán algunos de los temas analizados.



Nueva asociación de empresarias cordobesas



Las siglas Asemcor identifican a la nueva asociación de empresarias de Córdoba. Su presidenta, María del Carmen Castro Rodríguez, afirma que su objetivo "no es otro que el de ofrecer nuestra visión del mundo empresarial a las distintas organizaciones empresariales de la provincia de Córdoba, luchar por el desarrollo económico de la misma, y tender una mano a la mujer empresaria en el marco de dicha provin-

cia para minimizar los problemas y las peculiaridades a que nos enfrentamos". Por eso, la pretensión de esta nueva organización de empresarias se resume en "ocupar un puesto de representación que, día a día, con el mismo esfuerzo que cualquier otro empresario, nos hemos ganado por derecho propio". Desde Asemcor, se agradece a la Confederación de Empresarios de Córdoba (Ceco), su apoyo y su "postura integradora que permite la convivencia de todo tipo de empresarios sin distinción de sexos".

Ante la innovación

La innovación, como capacidad de las empresas de dotarse de nuevos recursos para competir, es la mejor estrategia para afrontar esta época de cambios. Por eso, el Ayuntamiento

de la localidad sevillana de Dos Hermanas ha organizado el primer congreso sobre Innovación y Empresa, en el que se abordarán, entre otras cuestiones, el papel que juegan las nuevas tecnologías como herramientas innovadoras. Los interesados e interesadas en participar

en este congreso, que se celebrará a finales del próximo mes de septiembre, deben dirigirse a su secretaria técnica, situada en el Centro Tecnológico Tixe, polígono industrial "La Isla", c/ Río Viejo, 97 (Dos Hermanas). Tlf.: 954 93 02 14
E-mail: congreso@doshermanas.org

LOS QUE BUSCAN

SEGURIDAD Y PROTECCIÓN

TENNECO
Automotive

SABEN ELEGIR

Los amortiguadores y sistemas de escape del automóvil son fundamentales. No corra riesgos y **ELIJA LO MEJOR.**

Monroe, Walker y Fonos. Tres líderes que ofrecen la última tecnología, las máximas garantías.

Los principales fabricantes de automóviles los eligen.



Los que buscan seguridad y protección, también.

Fonos

MONROE
amortiguadores

WALKER
SISTEMAS DE ESCAPE

Nuevas formas de trabajar: el teletrabajo



Victoria Cabrera
Periodista y Directora
de CiberSur Comunicaciones

Si olvidamos de Internet y de las nuevas tecnologías, vamos a centrarnos en un concepto que cada vez va a gozar de un mayor protagonismo en los próximos años: el teletrabajo.

Teletrabajar se está convirtiendo en una práctica muy corriente en las empresas, gracias a las enormes ventajas que ofrece tanto para los empleados, como para las propias empresas e incluso para la sociedad. Y probablemente, una de las ramas más beneficiadas por este nuevo fenómeno sea la comunicación. Pongamos el ejemplo de un gabinete de comunicación. La persona encargada de llevar una cuenta o una empresa determinada, posee un contacto directo con dicha empresa, a través del teléfono o del correo electrónico. Con estas premisas, el profesional encargado de llevar la cuenta puede ejercer su labor desde la oficina o desde su propia casa teniendo las herramientas necesarias para establecer un contacto con la empresa. Por supuesto, las relaciones interpersonales no van a ser sustituidas por el teletrabajo, pero es una realidad que gracias a esta práctica mucha gente no va a tener que desplazarse a su habitual lugar de trabajo para ejercer su labor.

El teletrabajo, es decir, trabajar a distancia, es en estos momentos posible gracias a la tecnología disponible. Teletrabajar es al fin y al cabo una de las aplicaciones que se quieren impulsar para alcanzar una mayor generalización del empleo. Quizás no sea esta la solución a los problemas laborales, pero sí una alternativa. Tanto es así, que según estimaciones de expertos de la Unión Europea, el número de trabajadores a distancia en Europa será de diez millones a finales de este año 2000. Nadie ignora que la economía y las relaciones laborales están sufriendo un cam-

bio vertiginoso en sus estructuras y que el teleempleo será una pieza fundamental el próximo siglo. Pero de la misma forma, muchos serán los cambios a los que deberán adaptarse empresas y trabajadores si quieren que el teletrabajo les resulte beneficioso. Un dato importante lo tenemos en el Libro Blanco de Delors, la "biblia" de la Unión Europea, en el que se señala al teletrabajo no como un capricho, sino como una necesidad: "Hay que fomentar el trabajo en casa y en oficinas satélite de manera que no sea necesario desplazarse a grandes distancias para ir al trabajo. El objetivo es crear más empleo y nuevos trabajos enfocados hacia una sociedad móvil".

Según Eva Levy, directora de Imagen y Logística de Sema Group, "el teletrabajo tiene unas ventajas sustanciosas pero también una serie de inconvenientes". Ventajas como los recortes en transporte que benefician a la empresa, al trabajador e incluso al medioambiente, es decir, menos atascos, menos contaminación y mayor ahorro energético. Además de esto, el empleado puede fijar su puesto de trabajo donde prefiera, lo que trae consigo una mayor calidad de vida. A la empresa, el teleempleado le ofrece mayor productividad ya que rinde más y por supuesto, un menor coste inmobiliario. Como inconvenientes, podemos señalar el aislamiento del trabajador, ya que su mayor contacto con la empresa es a través del correo electrónico, creando así una mayor dependencia del ordenador.

Por último, un dato esclarecedor. Según un estudio elaborado por la agencia alemana Teldet, en 1994 había en Europa 1'1 millón de individuos teletrabajadores. Este mismo informe señala que a finales del año 2000 existirán en la Unión Europea 10 millones de teleempleados. Casi nada. □

DETÉNGASE
Y MIRE
A DERECHA E
IZQUIERDA
ANTES DE
CONTINUAR

OTROS PERIÓDICOS

STOP

NOSOTROS

NUEVO
DE APTURILLO
el Correo

... información, ni más ni menos.

Ahora te contamos de la forma más clara
todo lo que ocurre en Sevilla y su provincia.

Los domingos con la revista La Mirada.



PRECIO
PERIÓDICO
100 Ptas.



A gusto del consumidor

Así es la nueva página web de Coca - Cola www.cocacola.es, en la que el internauta es el verdadero protagonista, ya que tiene la posibilidad de personalizarla a su medida, tanto en su aspecto como en su contenido. Este nuevo sitio, dirigido fundamentalmente al público juvenil, incluye gran cantidad de efectos, elementos interactivos y animaciones que consiguen que la realidad se mezcle con la ficción. Toda la información sobre cine, música, deportes y actividades

de ocio podrá encontrarse en esta web, en la que los usuarios acceden a una comunidad virtual que simula una calle, desde la que pueden registrarse como inquilinos de un piso habitado por siete jóvenes más. La web se convertirá además en un paraguas fundamental para todas las acciones de la marca dirigidas al público juvenil.

De compras por el centro de Sevilla



Sierpes.com es una nueva plataforma virtual a través de la que se puede pasear y comprar en los pequeños comercios del centro de Sevilla. Con esta iniciativa, la capital hispalense se convierte en la primera ciudad representada virtualmente en tres dimensiones en Internet. Este nuevo espacio web constituye además un documento informativo, en el que se integran servicios destinados al visitante, entre ellos, actividades lúdicas, transportes o teléfonos y direcciones de interés. La empresa Nuevas Perspectivas, encargada de la realización de este proyecto, cuenta ya con veinticinco comercios para su inclusión en Sierpes.com. Posteriormente, este paseo virtual podría ser ampliado a todo el casco antiguo de la ciudad.

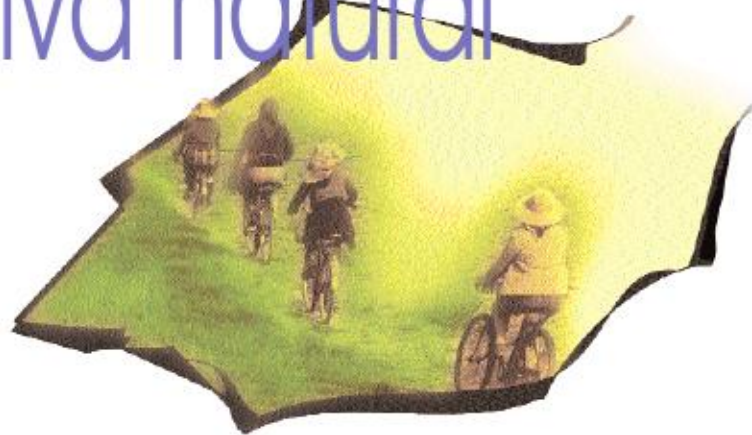
Vendornet

Así se denomina la nueva aplicación de comercio electrónico on-line desarrollada por Arrakis, que ofrece la posibilidad de adquirir una tienda virtual adaptada al perfil de cada tipo de negocio. Arrakis, el centro de desarrollo multimedia de BT, pone a disposición de los usuarios y usuarias tres tipos de tienda electrónica: la versión estándar (concebida para comercializar hasta un máximo de cincuenta productos), la solución profesional (con la que el cliente puede conocer los costes de mensajería y comprobar la validez de las transacciones) y la solución empresarial (que aporta los servicios de las dos modalidades anteriores y los complementos necesarios para competir en el comercio electrónico internacional). Con Vendornet, cualquier empresa afincada en Andalucía puede desarrollar una tienda de comercio electrónico en Internet y ofrecer sus productos y servicios dentro y fuera de España a cualquier cliente.

Según un estudio reciente, la mayoría de las empresas andaluzas (un 60%) realizan sus negocios en el mercado provincial y en menor medida en el regional (20%) y el nacional (15%), siendo tan sólo de un 5% la presencia en el mercado exterior.

Las vías verdes: Una alternativa natural

Las vías ferroviarias en desuso están siendo reconvertidas en interesantes itinerarios turísticos. A pie, a caballo o en bicicleta, las denominadas vías verdes constituyen una forma diferente de viajar, fácil y accesible. R.M.E



En España existen más de 7.000 kilómetros de infraestructuras ferroviarias en desuso que están siendo reconvertidas en itinerarios turísticos en el marco del Programa Vías Verdes, puesto en marcha en 1993 por el Ministerio de Obras Públicas, Transportes y Medio Ambiente.

En este programa, coordinado por la Fundación de los Ferrocarriles Españoles, colaboran Renfe y Feve y

participan numerosos colectivos. Es una manera diferente y ecológica de viajar: a pie, a caballo o en bicicleta. La página web www.viasverdes.com reseña los caminos acondicionados hasta ahora por nombre, provincia y comunidad autónoma, incluyendo además un mapa. Sobre cada una de ellas, la página proporciona información sobre su localización, su longitud, su forma de utilización (con bicicleta, a caballo o a pie), su accesibilidad a minusválidos o el patrimonio cultural que atesora. Actualmente existen en España más de 800 kilómetros de antiguos trazados ferroviarios acondicionados como vías verdes.

Estos itinerarios turísticos ofrecen una ventaja importante, ya que su acondicionamiento aprovecha los trazados

ferroviarios, por lo que el recorrido siempre está caracterizado por suaves pendientes y amplias curvas. Por ello no es preciso un esfuerzo físico importante para adentrarse en ellas, siendo accesibles a todo tipo de personas, sin limitación de edad o capacidad física. El concepto de vía verde comprende además no sólo el acondicionamiento del trazado ferroviario, sino también la instalación de servicios y equipamientos complementarios: restauración, alojamiento, alquiler de bicicletas y caballos, etc. Esta rehabilitación contribuye así al desarrollo local y a la implantación de nuevas formas de turismo activo y de calidad. Por ejemplo, la anteriormente abandonada estación de la localidad cordobesa de Luque alberga actualmente un próspero restaurante. Todo un deleite. □

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

KIOSCO DE LAS FLORES

Plaza del Altozano s/n - Teléfono 95 433 38 98 - Sevilla

CASA FUNDADA EN EL
AÑO DE 1930

De martes a domingo - de 11:00 a 16:00 y de 19:00 a 1:00
e-mail: www.andalunet.com/kiosco-flores



Líneas esenciales

Los nuevos modelos apuestan por recuperar su filosofía original: los avances en materia de confort, seguridad y diseño no deben verse reñidos con la conservación de la propia identidad. Por Antonio Gómez

MERCEDES VISION SLA

Será un roadster derivado de la clase A de Mercedes-Benz. Su diseño es, sin duda, espectacular. Intentará seducir a la gente joven deseosa de conducir un dos plazas de dimensiones compactas, que permite disfrutar de la conducción sin techo, rodando con un vehículo cuyo diseño es fascinante. Es un vehículo eminentemente joven, deportivo en extremo, con una línea que despierta suspiros, acelera el pulso, provoca entusiasmo, transfiere un elevado magnetismo y supera a los hasta ahora conocidos SL, modelo que marcó la tradición de la estrella en el segmento de los roadster.

Aletas poderosas, parabrisas con inclinación muy acentuada, puertas grandes y una saga en disminución - recordando el estilo de las legendarias Flechas de Plata de Mercedes -, son algunas de las características más relevantes de este roadster en el que dos atributos

parecen predecir el futuro en la estética: el perfil de las aletas delanteras y el capó en forma de flecha, realzado en el centro con la estrella de Mercedes, un símbolo que el Vision SLA ha tomado del futuro deportivo de altas prestaciones SLR.

decir, una concentración en lo esencial como requisito previo para una comunión espontánea y no artificial entre el hombre, la máquina y la naturaleza. El Vision toma del Clase A el motor de 1,9 litros y 125 caballos de potencia y



Bajo esta seductora estructura existe la técnica del constructor alemán. Los ingenieros han logrado conservar de forma imperturbable la filosofía original del roadster: el placer de conducir "en bruto", es

su concepto de seguridad, así como su cadena cinemática. Como novedades incluye avanzados grupos de alumbrado, tanto delante como detrás y una estructura de asientos en fibra de carbono. □



Nuevo MITSUBISHI MONTERO

Una de las claves del destacado dominio del nuevo Montero se basa en su avanzada combinación - en un vehículo 4x4 -, de una carrocería monocasco con bastidor incorporado y el sistema de suspensión independiente a las cuatro ruedas. Dos motores nuevos, el 3.5 litros V6 GDI (inyección directa

de gasolina) y el 3.2 litros 16V DI-D (inyección directa diesel), proporcionan una potencia impresionante a la vez que una extraordinaria economía de combustible y menores emisiones contaminantes, mientras que una caja de cambio y transmisión sofisticada garantizan las altas prestaciones de este vehículo, que destaca, además, por sus atractivas líneas exteriores, sin perder la inconfundible identidad Montero. Su interior es más amable con sus pasajeros y por

fuera, lo es también con el medio ambiente.

Otra de las innovaciones que contribuyen a unas mayores prestaciones en cualquier tipo de conducción es el cambio automático adaptativo de cinco velocidades. Es la primera vez que esta tecnología hace su presencia en Europa. La función deportiva permite al conductor el control directo de un cambio manual con el cómodo accionamiento sin embrague de un cambio automático, aunque también se puede disponer de una caja manual de cinco velocidades.

En este tipo de vehículos la potencia y respuesta del motor es vital. El propulsor de 3.5 litros y 24 válvulas V6 genera una potencia de 202 caballos; el 3.2 litros y 16 válvulas con turboalimentador e intercooler, primer diesel de Mitsubishi en Europa, arroja una potencia de 165 caballos. Sus niveles de seguridad son extraordinarios, como corresponde a un todo terreno como el Montero. Es, sin duda, el 4X4 del siglo XXI. □

Disco Premio para el ROVER 75

Suma y siguen los premios para el Rover 75. Ahora ha sido elegido Coche del Año del Oriente Medio, galardón otorgado por la revista "Middle East

Wheels & Gears", en asociación con la influyente revista árabe "Automobile" y con la emisora pan-árabe vía satélite "Future", lo que viene a confirmar que este Rover 75 tiene categoría internacional. En el Reino Unido, en cuanto a ventas, por ejemplo, supera a marcas como Alfa 165, Volvo S40, Mercedes Clase C, Audi A4 y Honda Accord. Las cifras de ventas se sitúan por encima de las ocho mil unidades. □



El acoso sexual en el trabajo



Inmaculada Díaz López
Abogada

a creciente incorporación de la mujer al mundo laboral ha potenciado comportamientos antisociales. La realidad de este conflicto ha obligado al legislador a elaborar y modificar textos legales con el objeto de adaptarse a las exigencias de la sociedad en relación con la protección de la libertad sexual y los derechos inherentes a la dignidad de la persona, entre ellos, el Estatuto de los Trabajadores, el Código Penal de 1.995 y la Ley Orgánica 11/99 de 30 de abril.

En este sentido, el artículo 4.2. del Estatuto de los Trabajadores reconoce como derecho de estos el del **"respeto de su intimidad y a la consideración debida a su dignidad, comprendida la protección frente a ofensas verbales o físicas de naturaleza sexual"**. En este artículo se han fundado numerosas sentencias para condenar al empresario al abono de una indemnización al trabajador/a acosados.

El Código Penal introdujo el novedoso delito de Acoso Sexual en su artículo 184, que ha sido modificado posteriormente por la Ley Orgánica citada.

A tenor de este artículo, para que exista acoso sexual, basta con que concurra un comportamiento de **excesiva confianza** por parte del acosador y **no deseado** por el acosado, que puede consistir en requerir o pedir favores de contenido sexual para sí mismo o para otra persona, siendo indiferente que esta solicitud se realice de forma verbal, ya sea directamente o por teléfono, por escrito o incluso mediante gestos, bastando con hacerlo **una sola vez**. Por supuesto, da igual cual sea el sexo, siendo posible todas las combinaciones (hombre-hombre, mujer-mujer, hombre-mujer, mujer-hombre).

Los favores que se demanden de la víctima pueden ser de cualquier naturaleza, como por ejemplo *voyeurismo*

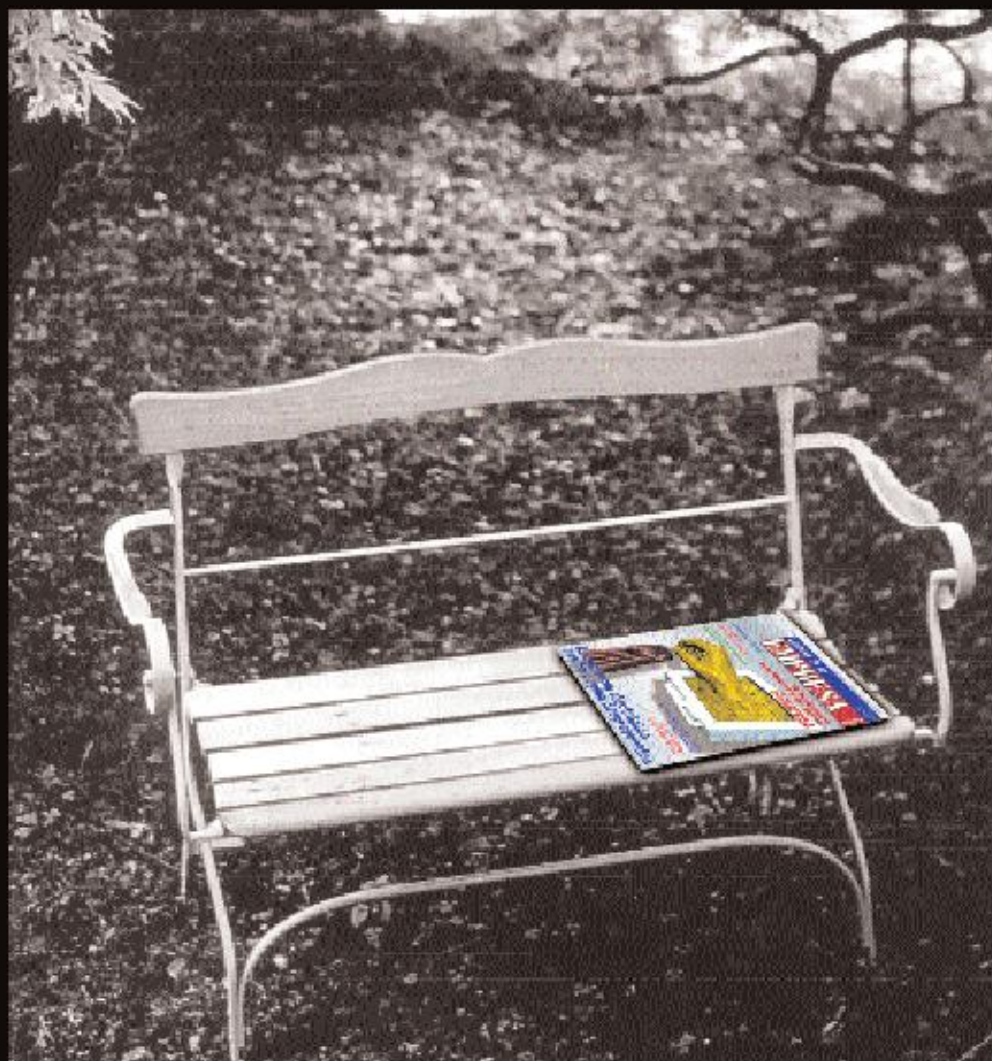
(se solicita a la víctima que se desnude y exhiba ante el acosador/a) o incluso el mero hecho de obligarla a que lo excite pronunciando palabras obscenas de contenido sexual. El acoso puede tener lugar entre compañeros o entre personas entre las que exista una relación jerárquica diferente; lo realmente importante es que la actitud del acosador/a origine al acosado/a una situación objetiva y gravemente intimidatoria, hostil o humillante que suele afectar al equilibrio psicológico de la víctima, que en numerosas ocasiones presenta cuadros de depresión y estrés.

Si somos destinatarios de las conductas anteriormente descritas, debemos ponerlo en conocimiento de las autoridades judiciales mediante una demanda laboral o una denuncia penal. En este último supuesto, la denuncia puede ser formulada por la persona agraviada, por su representante legal o mediante querrela del Ministerio Fiscal. Si se trata de menores de edad, incapacitados o personas desvalidas, bastará con la denuncia del Ministerio Fiscal.

También es conveniente solicitar la intervención judicial de la línea telefónica si el acoso se produce a través del teléfono y por supuesto acudir a un perito médico que certifique los efectos perjudiciales sobre su salud mental que le está ocasionando dicha situación a fin de aportarlo como prueba.

Y en último lugar, advertirles de que si la vía elegida para solventar el problema es la penal, una vez presentada la denuncia o querrela no podrán retirarla y solicitar que se paralicen las actuaciones judiciales contra el denunciado/a, pues en este delito el perdón del ofendido/a o de su representante legal no extingue ni la acción ni la responsabilidad penal. □

Dedíquele más tiempo a su empresa

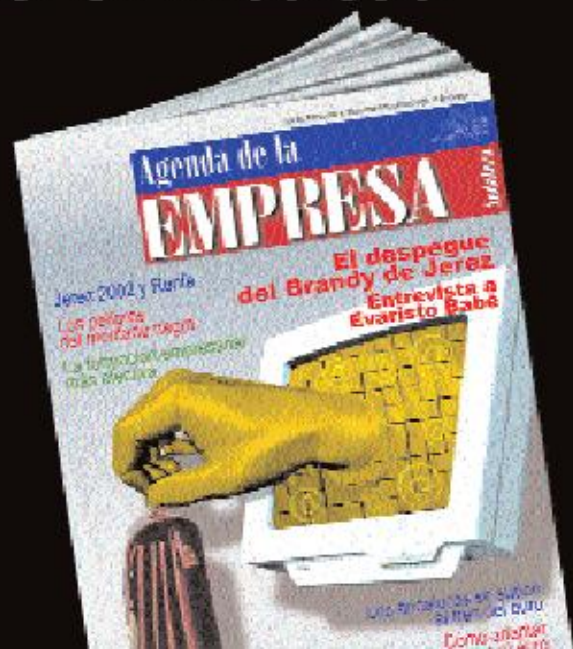


con la revista empresarial líder en Andalucía



PÍDALA EN SU KIOSCO HABITUAL

Más información en el teléfono 954 53 98 47
[http:// www.agendaempresa.com](http://www.agendaempresa.com)
e-mail: agendaempresa@agendaempresa.com



Málaga

▶ **"El toro de Osborne"**
de Larry Mangino. Muestra fotográfica. Hasta el 13 de mayo. Convento de Santa María de la Encarnación. Coín. Información: 950 002 700

▶ **I Certamen Andaluz de Pintura Contemporánea.**
Hasta el 12 de mayo. Sala de Exposiciones del Ayuntamiento de Torremolinos

Jaén

▶ XII Festival Internacional de Música y Danza de Úbeda. Del 5 al 23 de mayo. Auditorio del Hospital de Santiago. Información: 953 248 000

▶ **Obra de Natividad de Miguel y Luisa Mesa.**
Hasta el 13 de mayo. Sala de Exposiciones del Centro Cultural Miguel Castillejo. Avda. de Madrid, 15.

Granada

▶ **Granada, ciudad carolina.**
Ciclo de conciertos en homenaje al emperador Carlos V: "Música instrumental en la Europa de Carlos V" (día 7 de mayo) y Ciclo de Música Antigua "Los sitios del emperador" (hasta el 13 de mayo).

▶ **Obra de Manuel Bouzo.**
Galería Debla. Hasta el 15 de mayo. C/ Lavadero, 8. Bubián. Tif.: 958 763 333

Almería

▶ Sala de Arte Contreras:
Obras de Marguí López (del 2 al 12 de mayo) y Francisco Ruíz Domínguez (del 15 al 29 de mayo). Tif.: 950 143 746

Mujeres de Al-Andalus

La nueva Casa de la Memoria de Al-Andalus acoge, desde el pasado mes de marzo, una exposición permanente denominada "Mujeres de Al-Andalus", en la que se recoge la vida y obra de las mujeres que, durante los siglos IX al XIII ejercieron en Al-Andalus una importante influencia en el ámbito de las letras, el pensamiento científico o la vida social o política. Por ejemplo, en el campo de la creación literaria, escritoras como Hassana At-Tamimiyya o Aisa bint Ahmad destacaron por sus poemas satíricos y mordaces y el uso de nuevas formas poéticas. En este elenco de mujeres ilustres también figuran la cordobesa Wallada La Omeya, la sevillana Fátima bint Al-Mutanna y la granadina Hafsa Al-Rakuniyya. La memoria de todas ellas es restacada ahora a través de esta interesante exposición.



Para más información: Casa de la Memoria de Al-Andalus. C/ Ximénez de Enciso, 26, Sevilla. Tif.: 954 560 670.

La obra del maestro Zuloaga, en el Museo de Bellas Artes de Sevilla, hasta junio.

IV Festival de Jerez

La localidad gaditana de Jerez se convertirá, por cuarta vez, en una de las referencias más destacadas del flamenco y la danza española. La organización ha previsto, además de actuaciones, la realización de un certamen coreográfico, así como la celebración de diversos cursos formativos y conferencias que analizarán la figuras artísticas de José Granero y Vicente Escudero o la memoria artística del baile jerezano. Además del Teatro Villamarta, el Alcázar de Jerez y el Palacio de Villaviciencio serán escenarios del ciclo de guitarra y de cante respectivamente. La mayoría de los espectáculos programados son estrenos absolutos, un atractivo al que se suma el de las veladas nocturnas en las peñas flamencas de Jerez. Para no perderselo.

Sevilla

▶ **Zuloaga.** Museo de Bellas Artes. Desde el 9 de mayo hasta el mes de junio. Tif.: 954 220 790

▶ **La Cenicienta** de la compañía de Antonio Canales. Teatro Lope de Vega.

▶ **Marismas del Guadalquivir.** Exposición de fotografías de Atín Aya. Hasta el 10 de junio. Casa de la Provincia. Plaza del Triunfo, 1.

Huelva

▶ **Naturalmente** de Francisco Naranjo. Hasta el 12 de mayo. Sala de Exposiciones de la Casa de la Cultura de Moguer

▶ **Obra de Juan Carlos Castro Crespo.** Hasta el 19 de mayo. Patio del Campus de la Merced. Universidad de Huelva. Tif.: 959 226 550

Cádiz

▶ **Fotografías de Fito Carretero.** Hasta el 14 de mayo. Centro Cultural Municipal Alfonso X El Sabio. El Puerto de Santa María.

▶ **IV Festival de Jerez.** Hasta el 13 de mayo. Teatro Villamarta, Palacio de Villaviciencio y Alcázar de Jerez.

Córdoba

▶ **Pinturas de Estibaliz Caballero Monasterio.** Hasta el 15 de mayo. Sala de Exposiciones CajaSur - Reyes Católicos. C/ Reyes Católicos, 6.

▶ **Imágenes de la Virgen: Dibujos.** Desde el siglo XVIII hasta 1938. Hasta junio. Museo de Bellas Artes. Tif.: 957 473 345

1 ¿Qué queremos las mujeres? Erica Jong • Ed. Aguilar • Madrid, 1999

Una obra que pretende responder a las preguntas que los hombres y mujeres del milenio se hacen respecto a sus relaciones. El cuestionamiento de Erica Jong, la autora, está salpicado de constantes guiños de humor y de referencias a autores contemporáneos de primera magnitud en el tratamiento de las relaciones entre los sexos.

2 Ecos de suciedad Fernando Vizcaino Casas • Ed. Planeta • Barcelona, 1999

"Ecos de suciedad" supone el regreso de Vizcaino Casas a la novela. En esta ocasión, el humor crítico del autor se desparrama a lo largo de una sátira contra los excesos de la llamada "crónica rosa". Combinando personajes de ficción con otros reales y sumamente conocidos, el autor ironiza a propósito de famosos y populares.

3 Mujeres, dirección y cultura organizacional Mercedes Sánchez-Apellániz
Ed. Centro de Investigaciones Sociológicas • Madrid, 1997

¿Responden las mujeres directivas al clásico estereotipo femenino? ¿Es el perfil de los directivos mono o pluricultural? Esta obra, que pretende responder a preguntas como las anteriores, recoge los resultados de una investigación sobre la situación, evolución y problemática de la mujer directiva en las organizaciones.

4 Piensa como un millonario Mark Fisher y Marc Allen • Ed. Gedisa • Barcelona, 2000

Para cualquiera que se haya preguntado alguna vez cómo funciona la mente de un millonario, o que desee llegar a serlo, este libro le abre las puertas, ya que los autores nos muestran cómo el éxito proviene de una proyección específica: ideas enfocadas hacia un objetivo.

5 Grafología para la selección y evaluación del personal Matilde Priante • Ed. Paridós • Barcelona, 2000

La grafología es la herramienta para conocer el componente personal en el mundo laboral. El objetivo del presente volumen es divulgar esta técnica, que es útil para evaluar tanto a los candidatos a un puesto de trabajo como a las personas ya incorporadas a la empresa.

6 El hueco de tu cuerpo Paula Izquierdo • Ed. Anagrama • Barcelona, 2000

¿Cuánto tiempo tiene que transcurrir para curarnos del pasado? ¿Qué conducto nos une con la vida de antes? "El hueco de tu cuerpo" es la crónica de una durísima batalla: la lucha de una mujer contra el amor que la empuja a la renuncia de sí misma y a vivir por mediación de otra persona, marido o amante.

7 Dígalo en seis minutos Ron Hoff • Ed. Granica • Barcelona, 1999

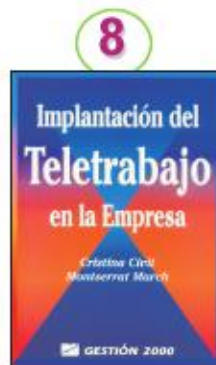
Cómo hablar poco y decir mucho. Este es el propósito que guía la obra de Ron Hoff, que aborda el problema de las interminables reuniones. "Dígame en seis minutos" ofrece valiosos consejos para conseguir que una idea suya sea aprobada en minutos, para salvar su empleo o para llevar a una "reunión abierta" a tomar una decisión rápidamente.

8 Implantación del teletrabajo en la empresa Cristina Civit y Montserrat Marché
Ed. Gestión 2000 • Barcelona, 2000

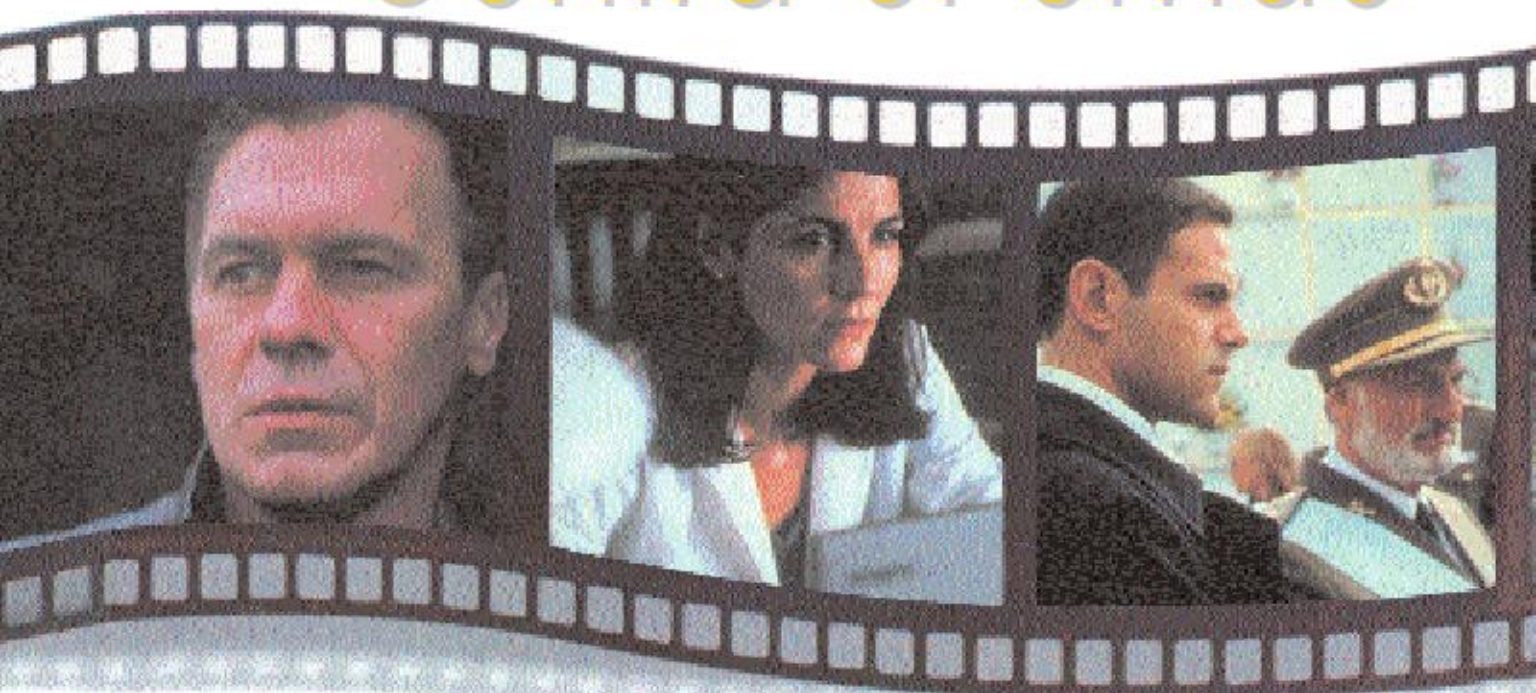
El teletrabajo es una forma de trabajo más eficaz, que en la actualidad está teniendo su impulso definitivo gracias, sobre todo, al desarrollo que ha experimentado la tecnología y a la implantación de Internet. En este libro se exponen las diversas formas de teletrabajo.

9 La literatura contada con sencillez Luis Blanco Vila • Ed. Maeva • Madrid, 1999

La mejor forma de disfrutar la literatura del siglo XX es entendiendo las corrientes que la condujeron y los pensamientos y personajes que la determinaron. El autor ordena, contextualiza y explica con amenidad y fluidez las obras y los escritores más importantes de los últimos cien años.



Se quién eres : Contra el olvido



“ Se puede ver la pérdida de la memoria individual del protagonista como una metáfora de la pérdida de la memoria colectiva”. Son palabras de Patricia Ferreira, realizadora de la película que nos ocupa, su ópera prima en el terreno del largometraje. No obstante, esta mujer exhibe un impecable curriculum en el campo audiovisual con excelentes series y documentales de televisión en su haber, así como un riguroso conocimiento del lenguaje cinematográfico, fruto de sus años de experiencia como crítica.

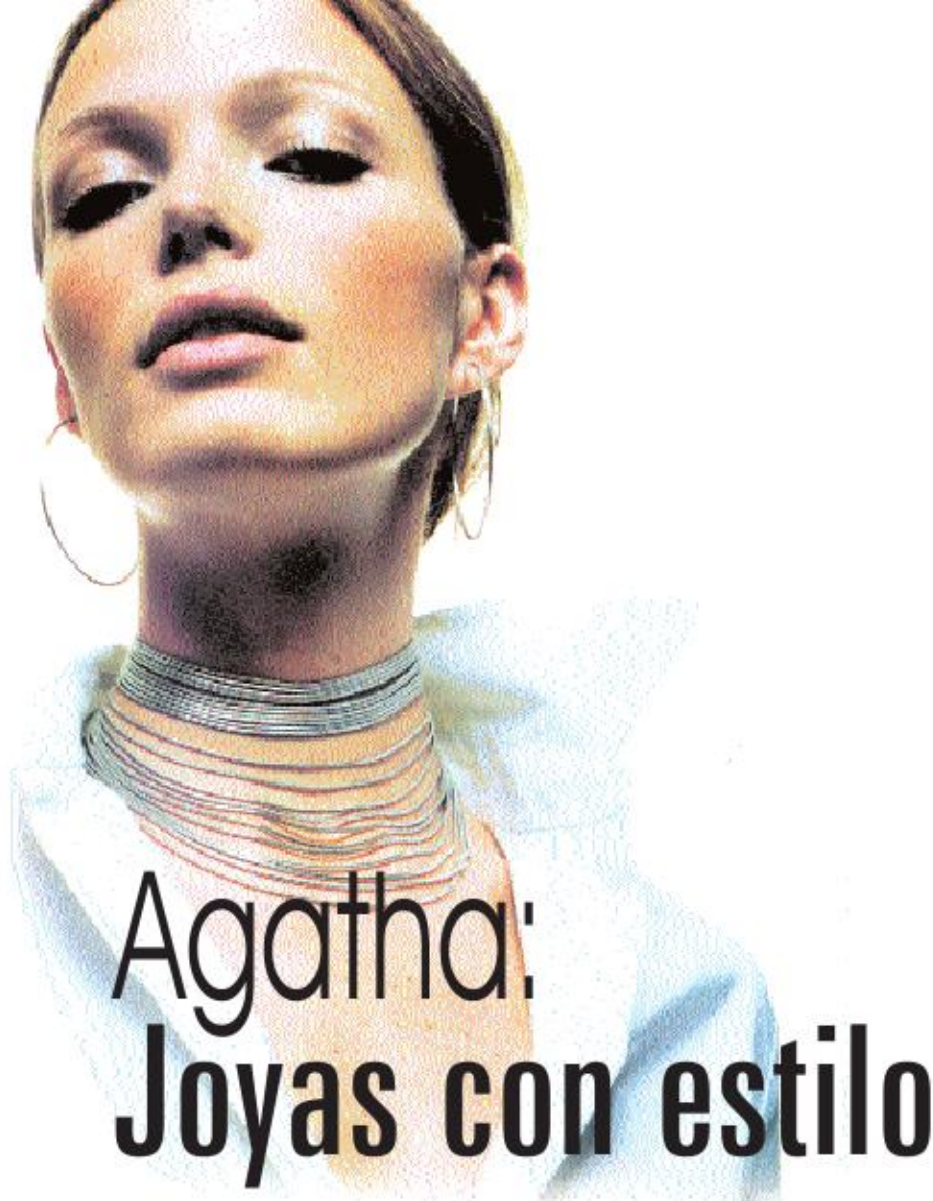
Tales créditos quedan evidenciados en una cinta que logra esa rara sintonía entre lo que se pretende contar y

el qué y cómo se cuenta en la puesta en escena de un estupendo guión firmado por otras dos mujeres, Daniela Fejerman e Inés París; en la calidad de las imágenes -a cargo de un maestro, José Luis Alcaine-, que reflejan la atmósfera inquietante y perturbadora requerida por la historia; en la ajustada síntesis de géneros tan diferentes como el thriller político, la acción, el drama y el romanticismo; en el compromiso de afrontar unos hechos -en un periodo apenas tratado por nuestros cineastas como es el de la transición-, en los que la ficción se erige en denuncia de ciertas tramas y conspiraciones que nunca salieron a la luz; en la elección de unos intérpretes en estado de gracia, desde los espléndidos Ana Fernández y Miguel Ángel Sola, hasta las siempre estimu-

lantes composiciones de Héctor Alterio, Ingrid Rubo o Mercedes Sampietro...

Por todo esto y mucho más, este relato de una psiquiatra que con valentía, dignidad, amor y lucidez se sumerge en los tenebrosos secretos de su enigmático paciente, víctima de una rara variedad de amnesia, el Síndrome de Korsakof, convirtiéndose en su memoria sin importarle los riesgos a asumir y el precio a pagar, es un manifiesto contra el olvido, para que estos hechos no vuelvan a ocurrirnos, para que tengamos muy presente quienes somos y de donde venimos, pues “aquellos pueblos que no recuerdan su historia están condenados a repetirla”. □

Por Carmen Jiménez



Agatha: Joyas con estilo

El colorido y la diversidad caracterizan las joyas de Agatha: pulseras, collares, pendientes, pasadores o anillos combinan la originalidad y el buen gusto en multitud de formas. Un estilo inconfundible preside cada una de ellas, ideales para lucirlas esta temporada.

Nike Woman: Un nuevo concepto

El corazón de la fragancia femenina de Nike Cosmetics es un rico y armonioso racimo de jazmín, rosa, violeta y miel. En su salida floral se combinan la luminosidad de la bergamota con la frescura de la piña, la grosella y la hoja de higuera. El fondo, ligeramente oriental, mezcla notas amaderadas de sándalo y vetiver con los sutiles aromas del chocolate y la vainilla. Una fragancia llena de sensualidad y carácter dirigida a una mujer moderna, urbana y activa.



Yanko:

Las líneas simples, rectas, depuradas, que siguen las tendencias marcadas por los movimientos minimalistas y racionalistas constituyen la esencia de Yanko: la eliminación de lo



Inspiración conceptual

superfluo, la pureza del concepto y la ausencia de adornos y demás motivos decorativos. Los zapatos y sandalias se nutren de las formas arquitectónicas y sus colores recuerdan la variedad y originalidad de los colores naturales.

Loewe: Pura energía





Definitivamente, el blanco. Esa es una de las propuestas de Loewe para esta primavera - verano. Blanco es sinónimo de pureza, energía y simplicidad y Loewe quiere evocar la frescura, la espontaneidad y la espiritualidad femenina. Por ello, las prendas son piezas esenciales que sellan la figura para transmitir seguridad y confort, también a través de otros colores. En cualquier caso no hay interferencias: es pura energía.

La migraña o cefalea es un trastorno muy incómodo. Si tratamos de identificar los factores que la provocan, llevamos un estilo de vida saludable y seguimos el tratamiento prescrito por el especialista, sin automedicarnos, podremos contrarrestarla. R.M.E

¿Qué podemos hacer ante la migraña?



Un fuerte dolor de cabeza, de intensidad media o alta, acompañado en ocasiones de náuseas, vómitos y sensibilidad extrema a la luz y el sonido, constituyen los síntomas característicos de las

migrañas o cefaleas, un trastorno que dura de cuatro a setenta y dos horas y que, normalmente, se concentra en un único lado de la cabeza. La migraña o cefalea, aunque no es considerada como enfermedad, afecta aproximadamente al 12% de la población (de este porcentaje, el 17% son mujeres y el 7% hombres). No obstante, las terapias disponibles actualmente permiten reducir la intensidad, la frecuencia y la duración de los ataques de jaqueca. Para ello tienen que cumplirse dos condiciones: en primer lugar, motivación e información suficiente por parte del paciente, que no debe resignarse a sufrir el dolor y no automedicarse. Con la ayuda de un especialista, el paciente tiene que tratar de identificar aquellos factores que contribuyen a sus dolores de cabeza. En segundo lugar, debe seguir un tratamiento farmacológico correcto y un estilo de vida saludable. Los factores que causan la migraña no están claros. Algunos expertos apuntan que la migraña se

debe a la vulnerabilidad del sistema nervioso ante cambios repentinos en el cuerpo o en el entorno de una persona. Otros especialistas creen que la causa puede encontrarse en determinados factores genéticos hereditarios, de forma que algunas personas podrían ser propensas a sufrir dolores periódicos de cabeza. □

A evitar

- ◆ Situaciones de estrés y tensión
- ◆ Ambientes cerrados
- ◆ Olores fuertes
- ◆ En el trabajo, una exposición excesiva ante la pantalla del ordenador
- ◆ No comer nada durante horas o comer tarde
- ◆ El tabaco

A seguir

- ◆ Dormir todos los días las mismas horas
- ◆ Ajustar las actividades diarias a un horario estricto
- ◆ Seguir una dieta sana
- ◆ Realizar ejercicio físico con regularidad
- ◆ Si te ayuda, practicar la relajación o la meditación

De la cabeza... a los pies



El uso de un calzado inadecuado o el ritmo de vida diario puede ocasionar problemas a nuestros pies. Sin embargo, si seguimos algunas sencillas técnicas y utilizamos algunos productos cosméticos, aseguraremos su cuidado. **R.M.E**

La fuerza de los pies se encuentra localizada en gran medida en los primeros dedos (los conocidos como dedos gordos), que se unen a un músculo de la zona de las espinillas. Cada pie cuenta con veintiséis pequeños huesos, cifra que representa la concentración más densa del organismo. Los pies poseen además el doble o triple de músculos y ligamentos que otras zonas del cuerpo. Son los encargados de mantener los huesos en su sitio y conferir elasticidad y agilidad.

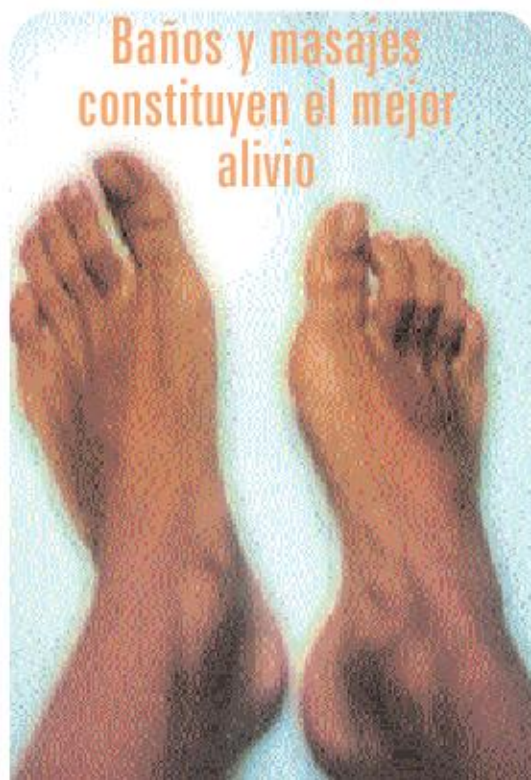
La estructura de los pies es muy parecida a la de las manos, aunque sus dedos tienen menor movilidad. Uno de los principales problemas que aquejan a los pies es la falta de actividad: si permanecen muchas horas inactivos, pueden aparecer problemas derivados de una deficiente circulación. Además, cuando los pies se mueven poco, sus músculos se aflojan, lo que provoca la pérdida de la fuerza necesaria para unir y sujetar los huesos adecuadamente o soportar el peso del cuerpo. Como consecuencia, los huesos pierden su alineación, se roza la piel, se forman juanetes y aparecen callos y durezas.

No obstante, y aunque la falta de ejercicio es muy perjudicial, el 90% de los problemas que afectan a los pies provienen del uso de calzado inadecuado, es decir, demasiado estrechos, pequeños, puntiagudos o muy altos. Un remedio sencillo y eficaz para paliar este último aspecto consiste en variar la altura de los zapatos en el transcurso del día e incluso de un día para otro. La explicación es que los cambios de altura permiten que se ejerciten diferentes grupos musculares.

Otro trastorno que los aqueja es el exceso de sudoración, que provoca la maceración de la piel, con el consiguiente riesgo de la aparición de problemas dermatológicos. Para corregirlo, existen sprays, lociones y cremas antitranspirantes. Ante las hinchazones ocasionadas tras una larga jornada laboral o una caminata, los baños de agua combinada con cosméticos calmantes y relajantes constituyen el mejor remedio.

En definitiva, la utilización de algunos productos cosméticos y el seguimiento de técnicas sencillas alivian considerablemente los pies cansados y doloridos.

Por ejemplo, para ablandar las durezas, nada mejor que un baño templado, suavizándolas luego con piedra pómez. También es recomendable relagarnos un masaje, pasando el producto elegido entre los dedos e insistiendo en los talones. Para aliviar los pies cansados, es recomendable un baño caliente con sales o aceites, posteriormente una ducha fría y un masaje con crema o gel refrescante. □





Trampas mentales

Una preocupación intensa, constante y repetitiva puede constituir una obsesión. Es tan sólo una trampa mental que podemos combatir. Si la examinamos objetivamente, caerá por su propio peso.
R.M.E

El trastorno obsesivo compulsivo afecta a más del 2,5% de la población mundial. Las personas que padecen esta enfermedad se encuentran atrapadas en un esquema de pensamientos y conductas repetitivas que, carentes de sentido, les provocan temor y ansiedad.

La obsesión puede definirse como una preocupación intensa, más o menos constante, que se manifiesta mediante ideas e imágenes mentales repetitivas que en la mayoría de los casos el afectado o afectada no puede controlar. La compulsión, que suele suceder a la obsesión, es un ritual que responde a la necesidad de disminuir la ansiedad y el sentimiento de aflicción. Por ejemplo, las personas preocupa-

das excesivamente por la suciedad limpiarán de forma repetitiva y exagerada. En otras ocasiones, repasan una y otra vez sus comportamientos o las distintas situaciones que asocian con un peligro, error o la exposición a la crítica de los demás. En este caso, sus preocupaciones más habituales suelen tener que ver con la verificación de los aparatos eléctricos y las puertas o ventanas para evitar posibles peligros, exhibiendo siempre una cuidada imagen ante los demás. No obstante, nunca estarán seguros de su inspección, lo que les provocará un estado de ansiedad que sólo se mitigará volviendo a realizar una nueva inspección de control.

Otro de los rituales compulsivos más habituales tiene que ver con la dependencia excesiva del orden riguroso, las normas estrictas y la perfección. Todo

a su alrededor está dispuesto de un modo exageradamente correcto y un insignificante descuido puede provocarles un gran disgusto. La recopilación de objetos, aunque en la mayoría de los casos sean innecesarios o insignificantes es otra manifestación de este tipo de trastorno. El futuro es impensable sin ellos, puesto que tienen un valor incalculable. □

Técnicas de Autoayuda:

Es necesario que la persona afectada admita su problema. La determinación es el primer paso para superarlo. Cuando esta persona sea capaz de considerar objetivamente su obsesión, se dará cuenta de que sólo se trata de una trampa mental que nada tiene que ver con la realidad.

La conducta compulsiva no es el único medio para reducir la ansiedad. Los pensamientos racionales positivos disminuyen el temor y la angustia en mayor medida que el rito compulsivo.

La aceptación de los pensamientos obsesivos hará que caigan por su propio peso. No obstante, cuando aparecen es preciso prestarles atención y pensar sobre ellos, intentando posponerlos para otro momento. Podemos pensar o vocalizar, con convicción, automensajes positivos que nos recuerden que no es necesario ser perfectos para encontrarnos bien, que es normal cometer errores o que nos merecemos un descanso.

Las técnicas de relajación, de respiración y el ejercicio físico en general pueden ayudarnos a mitigar las tensiones y la ansiedad.

El pan, un alimento insustituible



Que el pan es un alimento básico e insustituible es un hecho constatado. Sin embargo, sobre él pesan todavía algunos prejuicios, como por ejemplo, que engorda. Un informe difundido por la Organización Mundial de la Salud el pasado año señala que los hidratos de carbono tienen menos de la mitad de calorías que las grasas (cincuenta gramos de pan sólo tienen 130 calorías) y que las personas que siguen dietas con alto porcentaje de hidratos de carbono complejos, especialmente los ricos en fibra, tienen menor riesgo de obesidad, padecen menos diabetes, enfermedades cardiovasculares y cáncer que aquellas que incluyen pocos hidratos de carbono en su alimentación. Además, la base de la pirámide de la alimentación -establecida por los expertos y por las autoridades sanitarias como modelo dietético-, está constituida por los hidratos de carbono complejos: pan, pasta, cereales, arroz y legumbres.

El 100% de los españoles está convencido de que el pan fresco es un alimento natural, sano, necesario, y que además gusta y el 90% cree que es un elemento fundamental en la dieta mediterránea. Sin embargo, su consumo ha descendido, entre otras razones, por la creencia de que el pan engorda, aunque en nuestra comunidad el consumo de pan fresco ha aumentado casi un 18%. Andalucía es la única región en la que el consumo de pan se extiende en más del 50% de los casos al desayuno, y no sólo a comidas y cenas. Un hábito que no puede perderse. □

La librería gastronómica

Montagud Editores acaba de publicar su tercer catálogo "Selección Profesional", en el que reúne los mejores libros de gastronomía publicados en el mundo. Seleccionados rigurosamente para los profesionales o grandes gourmets, este nuevo catálogo recoge los libros de mayor éxito y actualidad, entre ellos grandes clásicos de la gastronomía e incorpora las últimas novedades sobre técnicas culinarias, postres o complementos como la decoración final. Este catálogo puede solicitarse gratuitamente a Montagud Editores, c/ Ausiàs March, 25. C.P.: 08010, Barcelona. Tif.: 93 318 20 82.

e-mail: libreria gastronomicam@montagud.com

web: www.libreria gastronomicam.com □



Alimentos de Andalucía

Esta asociación empresarial, que agrupa a 85 empresas del sector agroalimentario de nuestra comunidad desarrollará un año más la campaña de promoción de sus productos en los centros comerciales Pryca (Grupo Carrefour) hasta el 13 de mayo. Esta promoción recorrerá los hipermercados de la Alameda, el Aljarafe, Almería, Bahía, El Paseo, Gran Sur, Jaén, Jerez, La Sierra, Los Arcos, Los Patios y Zahira. Una oportunidad más para degustar y disfrutar la calidad de nuestros productos.



Magdalena Haurie opina sobre la mujer y el arte



Carmen Ramirez
Escritora, socióloga y pedagoga

Magdalena Haurie, directora de la galería de arte Haurie es una sevillana del barrio de Santa Cruz que domina cuatro idiomas y tiene un espíritu abierto al mundo: Mujer, culta, elegante, con grandes dotes de organización y un merecido prestigio a nivel nacional e internacional por su trabajo constante en pro del arte.

En febrero del 2001 hará 25 años que abrió su galería y está preparando un programa especial de exposiciones para celebrarlo.

Desde la apertura, Magdalena comparte con Luis Guerrero ilusiones y trabajo.

Me cuenta que en sus comienzos, cuando alguien quería hablar de algo importante, preguntaba por el director y se sorprendía, no siempre gratamente, al saber que era ella.

Dice que a través de la historia son muchas las artistas que han existido, pero siempre infravaloradas por su condición femenina, por lo que sólo brilló con luz propia una minoría.

Magdalena ve un futuro esperanzador en el arte para la mujer, aunque sin olvidar que si a un hombre le cuesta diez llegar, a una mujer se le exige un esfuerzo de veinticinco.

Desde hace pocos años, las pintoras, grabadoras o escultoras, por sus propios méritos, exponen en los museos de Arte Moderno del mundo y están incluidas en las grandes colecciones de arte. Hay más pintoras que escultoras, por ser más difícil el manejo de la obra, del material, etc. A veces, las esculturas realizadas por mujeres tienen más fuerza y expresividad que otras hechas por hombres.

La mujer es más reflexiva, intuitiva y delicada en la forma de tratar la materia, pero hoy no se puede hablar de una "pintura de mujeres"; la belleza y

perfección de los lienzos depende de la creatividad: el arte no tiene sexo.

A mi pregunta sobre si exponen igual número de mujeres que de hombres, me responde que no, ya que a la mujer le falta tiempo para preparar el número de cuadros que hace falta para una exposición individual. Ella siempre tiene cargas adicionales en el hogar que limitan su actividad creadora, aunque ya dispone de su propio espacio, su estudio, unas veces en la casa donde vive con la familia y otras independiente de la residencia habitual...

En Andalucía hay muchas mujeres pintoras y Magdalena hace todo lo posible por ayudarlas. Desde el principio de la galería, ha conseguido que algunas alcancen un gran prestigio y estén muy cotizadas.

Suele hacer unas siete exposiciones al año y una colectiva de pequeño formato en Navidad, a la que suelen concurrir unos ochenta artistas de ambos sexos.

A las mujeres y hombres que confían en su experiencia, les ha llevado a exposiciones como Arte Santander, que

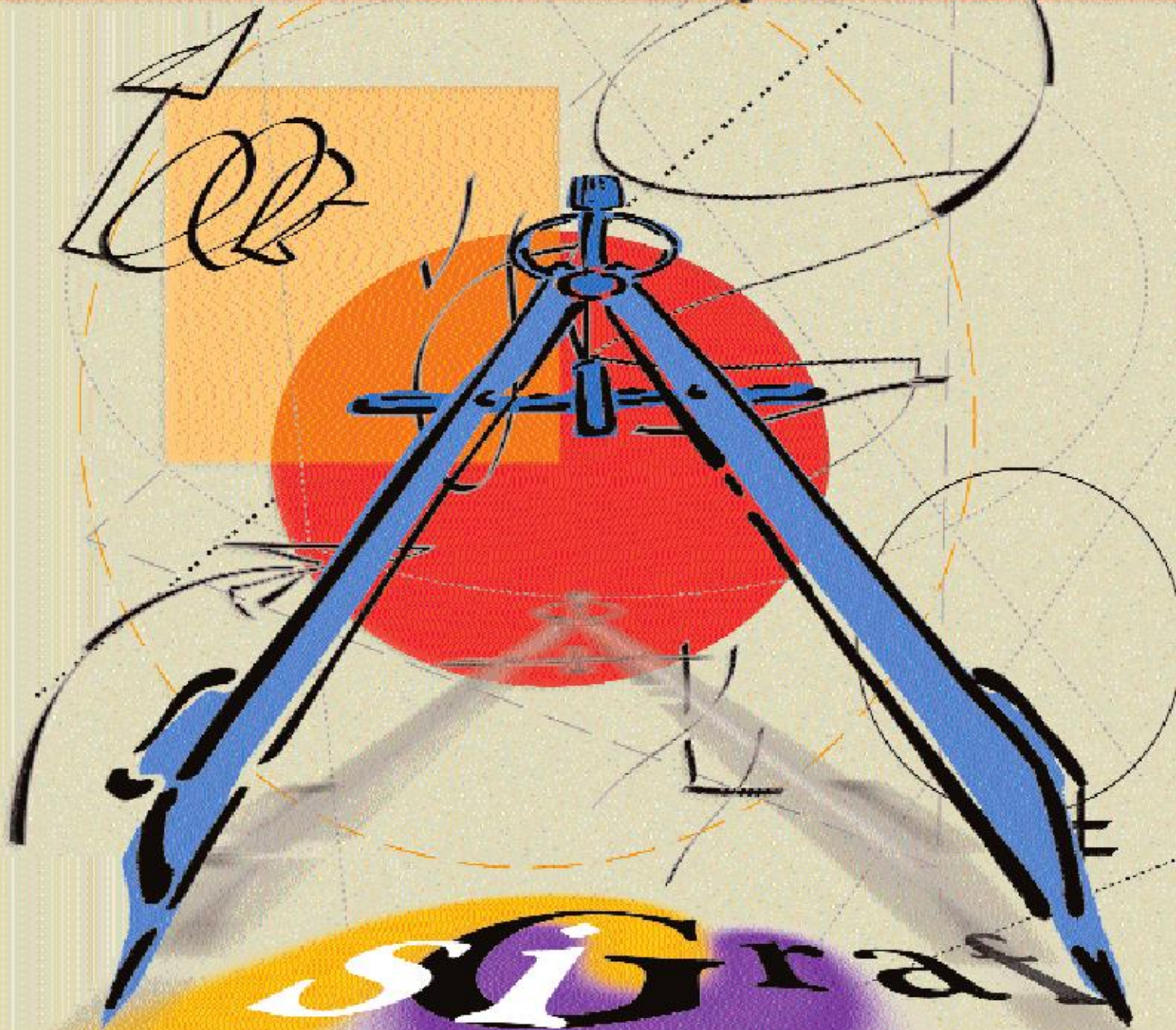
se celebra en julio en la Universidad Internacional Menéndez Pelayo; a la Casa Museo Colón de Las Palmas de Gran Canaria; a la Feria Internacional de Castilla y León y a la Feria Internacional de Barcelona, Artexpo.

Ha participado con sus artistas en Art Miami (Miami) y en Europ'art (Ginebra) y los ha intercambiado para que se empapen de nuevas sensaciones con la Galería "Tempera" de Bruselas.

Magdalena Haurie, gran mujer emprendedora, promociona con entusiasmo el arte en general y en particular los artistas andaluces, mujeres y hombres. □



Servicios Gráficos y de Diseño



para el mundo empresarial

si graf Llámenos al tel.: 954 98 72 22

Tu papel es dinero,
no lo tires
a la basura

'Recíclalo!'

¡Llámenos!
Recojamos Material
Reciclado y No Reciclado

