

mujeremprendedora

**Entrevista a,
Magdalena Alvarez,**
consejera de Economía y Hacienda

**La franquicia
es para
emprendedoras**

**¿Vacaciones?
¡Sin problemas!**

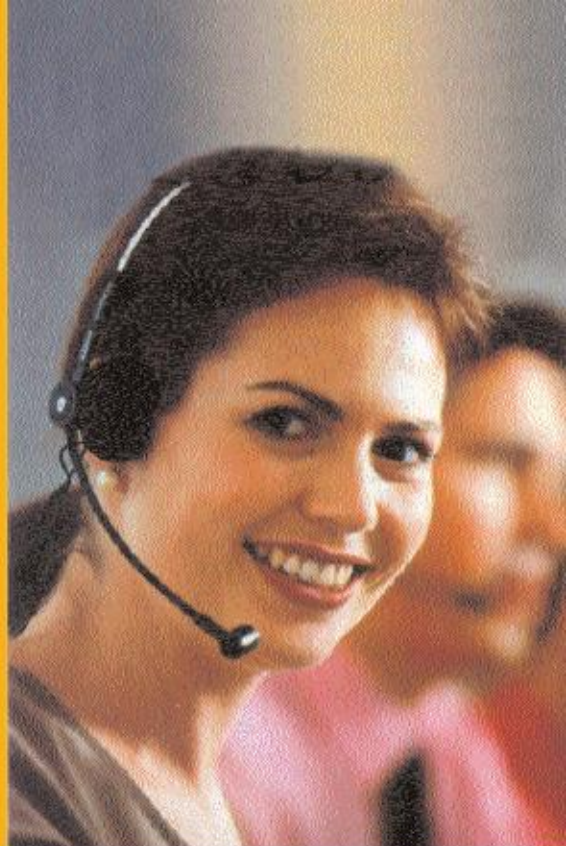


Arjona, 28 · 41001 SEVILLA · Tel. 954 505 667
turismo@sevilla.org · Web: www.sevilla.org · Tel. de información turística: 954 505 600



La franquicia es una fórmula ideal para muchas emprendedoras que quieren poner en marcha su propio negocio. Por eso te explicamos en este número cuáles son sus ventajas y desventajas, sus claves de funcionamiento y cómo acceder a ellas. Pero no creas que nos olvidamos de las vacaciones: te informamos sobre todo lo que es necesario saber para que nada ni nadie altere tu descanso.

¡Folleo veranal!



Sumario

En Portada

- 06 Editorial
- 08 Nombres Propios
- 10 Entrevista a Magdalena Álvarez

Primer Plano

- 14 Opinión. Carmen Espinosa
Discriminación laboral
- 16 La franquicia,
una opción para emprendedoras
- 20 Una fórmula que permite crecer
- 24 Franquiciadoras y franquiciadas
- 26 Las claves de la franquicia

Legendas

- 28 Opinión. M^a Ángeles Tejada
La venta, una intuición femenina
- 30 ¿Vacaciones? ¡Sin problemas!

Emprendedoras

- 34 Opinión. Inmaculada Leiva
La canción del verano
- 36 La fuerza del diseño andaluz
- 38 Panorama

Gestionar

- 40 Opinión. Susana López
Mujer, poder y cultura

42 El liderazgo transformador:

Una nueva forma de dirigir

44 El papel de la mujer en la nueva economía

46 Cursos y formación

Comunicación

48 Opinión. Victoria Cabrera

Internet: la mar de cosas

50 Tecnología

52 Motor

Agenda

54 Opinión. Inmaculada Díaz

*La acción de cesación
en las comunidades de propietarios*

56 Citas Culturales

57 Para Leer

58 Para Ver

59 Estilo

60 Tendencias

62 Salud

63 Estética

64 Psicología

65 Gastronomía

66 Pincelada. Carmen Ramírez

*Clara Guzmán opina sobre la mujer
en los medios de comunicación*

NURBEL e-mail: nuria@intermoda.net
Tel. Atención al cliente: 955 84 58 16
Tel. Almacén: 955 84 57 39



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
Julio Figueroa
Archivo A.E.
Agencias

JEFA DE PUBLICIDAD

M^a del Mar Serrano

EJECUTIVA DE CUENTAS

Bella Molina

ADMINISTRACIÓN

Ana García

DIRECTORA DE COMUNICACIÓN

Sonia Viera

DPTO. DE INVESTIGACIÓN

Juan M. 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

Depósito Legal

SE-3043-99

Mujeremprendedora en Internet

<http://www.mujeremprendedora.net>

E-mail

mujeremprendedora@mujeremprendedora.net

Edita

GRUPO ALLIVESVER

Presidente

Manuel Bellido Bello

Mujeremprendedora es una publicación plural, los artículos y comentarios que en ella aparecen reflejan las opiniones de las respectivas autoras/es.

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 directora:

Además de los cambios que he percibido en su revista, veo también que han incorporado una nueva página dedicada a la formación en la que incluyen distintos cursos. Me parece una decisión acertada, ya que las distintas ofertas formativas no llegan muchas veces a nuestros oídos. Por eso, espero que den cabida a todos los organismos que en Andalucía proponen cursos dirigidos tanto a trabajadores como a desempleados. Nuestra formación es un aspecto que no debemos descuidar, ya que es indispensable para acceder a un trabajo, para progresar en nuestro puesto y también y sobre todo, para que no nos quedemos atrás en un mundo que desde luego, cambia vertiginosamente.

Maria José Velázquez
Sevilla

Estimada directora:

Le escribo para felicitarle a usted y a todo el equipo que dirige por el último número de *Mujeremprendedora*, en el que se refleja la labor de algunas empresarias andaluzas al frente de empresas con un importante volumen de facturación. Imagino que no sólo serán veinte las que alcancen este nivel, aunque también supongo que serán muchas más empresarias las que dirijan o gestionen pequeños negocios que no siempre les den tantos beneficios. En cualquier caso, me ha gustado ver en las páginas de su revista a mujeres empresarias que no son famosas, pero que con esfuerzo y tesón están consiguiendo hacerse un hueco en el mundo empresarial, cosa que no es fácil. Ánimo a todas ellas para que sigan así y a todas las que, como yo, estamos intentando poner en marcha nuestro propio proyecto, sin más ayuda, en muchos casos, que nuestra ilusión y nuestro trabajo diario.

Maite Pérez
Cádiz

Estimada directora:

Conozco de oídas su revista desde hace algún tiempo, pero realmente sólo he llegado a ver los dos últimos números, el de mayo y junio. Quiero decirle que me han gustado muchísimo. Los comentarios que había escuchado sobre *Mujeremprendedora* habían sido buenos, pero al poder leerla y contemplarla detenidamente, mis expectativas se han visto superadas. Su revista me

parece, sobre todo, equilibrada, y se detiene en temas muy interesantes, tratándolos de forma muy amena. Me gustaría saber cómo podría conseguir los números anteriores, ya que también me interesaría verlos. Por eso, le rogaría que me indicara si es posible y qué debo hacer para solicitarlos. Gracias.

Isabel Bermúdez
Córdoba

Estimada directora:

Quería comentarle que me ha parecido muy oportuno que hayan dedicado parte de su revista del mes pasado al tema de la Unión Europea. Creo que recientemente en la localidad sevillana de Dos Hermanas se ha desarrollado una simulación durante algunos días para que la gente se acostumbrara a utilizar el euro. Realmente nos queda muy poco tiempo para acostumbrarnos a la nueva moneda y a todos los cambios que eso supone y creo que aún no estamos preparados. Las instituciones realizan campañas para dar a conocer el nuevo sistema monetario y el funcionamiento de la Unión Europea, pero intuyo que las ciudadanas y ciudadanos no estamos suficientemente informados e incluso, no mostramos demasiado interés. Ya es hora de que nos consideremos europeas y europeos y empecemos a pensar en el futuro.

Rosa Conrado
Málaga



GLAMOUR

Cabinas de Belleza

De la cabeza a los pies



TRATAMIENTOS DE CABINA DE BELLEZA

Belleza irresistible a precios inmejorables

Tratamientos Específicos



CARITA
PARIS

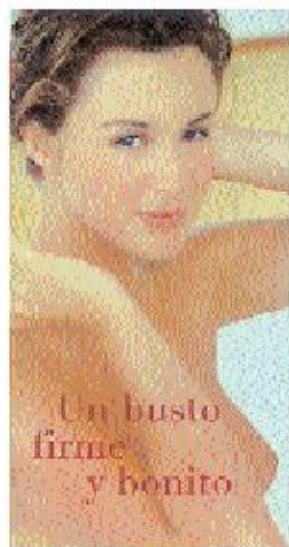
"Nuestro oficio consiste en descubrir la belleza que esconde cada mujer"



DECLEOR

PARIS

Los más completos y efectivos
Tratamientos de Belleza
basados en la Aromaterapia



Un busto
firme
y bonito

CLARINS
PARIS
REAFIRMANTES

Su programa de
belleza del busto.

Clarins responde a
todos sus deseos de
belleza.

Tratamientos Generales



Facial
Limpieza de Cutis
Tratamiento Específico
Maquillaje Día y Noche
Especial Novias (incluye prueba)



Corporales
Peeling
Masaje Completo
Tratamiento Reductor
Manicura
Depilación



Centros GLAMOUR

• GLAMOUR

c/Cuna nº 45
41004 Sevilla
Tel. 954 218 725

• GLAMOUR

Pra Nueva nº 13
41001 Sevilla
Tel. 954 224 449

• GLAMOUR

Av. Rep. Argentina nº 21
41011 Sevilla
Tel. 954 278 379

• GLAMOUR

c/Luis Montoto nº 132
41007 Sevilla
Tel. 954 578 600

* Para su comodidad puede solicitar cita previa a los teléfonos descritos para el tratamiento de nuestras Cabinas.

PERFUMERÍAS
GLAMOUR
BELLEZA Y COSMÉTICA

Caminar es emprender



Isabel Valle
Directora

bviamente y aunque a estas alturas no sea necesario decirlo e incluso resulte reiterativo, ha llegado el verano, la mejor época para relajarnos y para concedernos un respiro, pero también para reflexionar sobre el pasado y sobre lo que está por venir, para plantearnos todo lo que aún nos queda por hacer y sobre todo, cómo llevarlo a cabo. Ese es el momento más duro. Para afrontarlo, sin obviar las dificultades, es necesaria una buena dosis de optimismo y buen humor.

A nadie se le escapa que no es fácil iniciar una aventura personal, ya sea sola o en compañía. Si además el apellido de esta aventura es "empresarial" el reto es todavía mayor. No existen recetas ni fórmulas mágicas. El secreto es el esfuerzo, aderezado con los recursos, la ilusión, y también un poquito de suerte. El presente está cargado de obstáculos, pero también de esperanzas. Como dijo Machado, se hace camino al andar.

En este camino hemos encontrado además buenas aliadas, entre ellas, las nuevas tecnologías. Según datos de la Fundación Directa, que organizó junto a la Junta de Andalucía y la Confederación de Empresarios de Andalucía un seminario el pasado mes de junio, gracias a las nuevas tecnologías la presencia de la mujer en los puestos directivos se ha triplicado en los últimos once años. Sin duda, un dato revelador que debe verse reforzado por un creciente uso de la mujer de estas nuevas posibilidades que nos brinda la llamada sociedad de la información, del conocimiento o de la nueva economía. La denominación pierde importancia ante lo que es verdaderamen-

te significativo: avanzamos hacia un entramado social, económico y cultural en el que las diferencias establecidas en función de absurdos y por fortuna, ya anacrónicos estereotipos, van perdiendo vigencia. No estoy llamando al olvido; no estoy proclamando la llegada de la sociedad perfecta. Demasiadas realidades nos demuestran cada día que no es así, pero también es cierto que los valores que sostienen las estructuras están cambiando y evolucionando, y presumiblemente, para mejor.

Además de la tecnología, podemos encontrar otras buenas aliadas para construir nuestra aventura empresarial, por ejemplo, la fórmula de la franquicia, a la que dedicamos este mes de julio buena parte de nuestras páginas. Evidentemente tiene sus inconvenientes, pero sobre todo, alberga ventajas y posibilidades para crecer, además de ser una magnífica vía de entrada al duro, pero también apasionante mundo de la empresa. Los últimos resultados económicos le auguran un brillante futuro. En Andalucía todavía existen pocas enseñas franquiciadoras, pero las que hay tienen éxito. El crecimiento en número es cuestión de tiempo, al igual que otras muchas cosas que se construyen poco a poco, sobre bases que en principio pueden parecer poco sólidas pero que se convierten luego en construcciones difícilmente destruibles.

El ánimo para seguir es la savia, el motor de todo. Así que, ¡adelante!, y sobre todo, feliz verano. Esperamos veros de nuevo a nuestra vuelta, en septiembre, con energías renovadas. Que tengáis un buen descanso. □

su línea directa con renfe

902 24 02 02

INFORMACIÓN
Y RESERVA
DE BILLETES



LÍNEA RENFE 902 24 02 02

FUENSANTA COVES



Consejera de Medio Ambiente

Fuensanta Coves, consejera de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía, estuvo presente en la primera Conferencia y Exhibición Mundial de la Biomasa que se celebró en Fibes, el Palacio de Exposiciones y Congresos de Sevilla, durante los primeros días del pasado mes de junio. El objetivo de este encuentro internacional, en el que han participado 1.000 delegados y delegadas procedentes de 40 países, ha sido considerar el papel que juega la biomasa como fuente de energía alternativa, ya que no provoca efectos contaminantes y tiene potencial suficiente para abastecer hasta diez veces el consumo mundial anual de energía.

M^a ÁNGELES CÓZAR



Presidenta de la CAMF

La Comisión de la Mujer de la CAMF (Confederación Andaluza de Minusválidos Físicos) convocará el próximo mes de septiembre unas jornadas en las que se debatirá la situación real de este colectivo y se intentará facilitar la inserción de la mujer con discapacidad en la sociedad actual. La Comisión de la Mujer de la CAMF, presidida por María de los Ángeles Cózar, que asume también la dirección de esta confederación, solicitará además la participación de las mujeres con discapacidad en el programa europeo Daphne e impulsará la creación de la asociación "Luna", que surgirá como defensora de los derechos de estas mujeres.

CONCEPCIÓN GUTIÉRREZ



Consejera de Obras Públicas y Transportes

La Consejera de Obras Públicas y Transportes de la Junta de Andalucía, Concepción Gutiérrez, ha propuesto un pacto a todas las administraciones para ceder suelo de titularidad pública. El objetivo de este posible acuerdo sería impulsar la puesta en marcha de promociones de viviendas de protección oficial (V.P.O.) como medida para afrontar y contrarrestar los efectos de la hasta ahora constante subida de precios en el mercado inmobiliario, cuya demanda en estos momentos es muy elevada.

ds inai, s.l.
istribuciones

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

Cooperativista.
estamos para
informarte
y asesorarte

Infórmate en:



faecta

FAECTA (SEDE SOCIAL)
Alameda de Hércules, 32-33
41002 SEVILLA
Tifs.: 95 490 29 66 - 95 490 32 30
Fax: 95490 29 58

SECCIÓN PROVINCIAL ALGECIRAS
Av. Paseo Victoria Eugenia, 17 - entreplanta
Urbanización Dos Mares
11207 - ALGECIRAS
Tif/Fax: 956 57 17 60

SECCIÓN PROVINCIAL ALMERÍA
Gregorio Marañón, 43 Local 4 y 5
04005 ALMERÍA
Tif.: 950 22 48 16
Fax: 950 22 49 95

SECCIÓN PROVINCIAL CÁDIZ
Cristóbal Colón, 2 - 1º
11005 CÁDIZ
Tif.: 956 25 16 21
Fax: 956 25 85 62

SECCIÓN PROVINCIAL CÓRDOBA
Ramírez de las Casas Deza, 18
14001 CÓRDOBA
Tif. Y Fax: 957 48 59 79

SECCIÓN PROVINCIAL GRANADA
Buen Suceso, 26 bajo
18002 GRANADA
Tif.: 958 26 23 05
Fax: 958 52 04 97

SECCIÓN PROVINCIAL HUELVA
Duque de Ahumada, 4 Bajo B
21004 HUELVA
Tif.: 959 25 72 78

SECCIÓN PROVINCIAL JAÉN
Avd. Madrid, 17 3º B
23003 JAÉN
Tifs.: 953 27 31 39
Fax: 953 27 31 29

SECCIÓN PROVINCIAL MÁLAGA
Palestina 10
29007 MÁLAGA
Tif.: 95 227 35 62
Fax: 95 227 35 62

Magdalena Álvarez

“La economía andaluza mantiene un ritmo elevado y sostenido de crecimiento”

La consejera de Economía y Hacienda del Ejecutivo andaluz desde hace seis años, Magdalena Álvarez, afirma que ahora los principales retos “se encaminan a seguir avanzando en el proceso de convergencia real de Andalucía con los niveles medios de España y la Unión Europea”.
Entrevista de Isabel Valle

me ¿Cuál es el estado de salud actual de nuestra economía? ¿Cuáles son los principales problemas que la aquejan y cuáles las vías de solución?

Magdalena Álvarez: Nuestra salud es satisfactoria, tal como demuestran los datos. Según confirma el cierre del ejercicio económico de 1999, se puede afirmar que la economía andaluza mantiene por séptimo año consecutivo, el ciclo iniciado en 1994, que se caracteriza por un ritmo elevado y sostenido de crecimiento, y por su traslación en un notable dinamismo del tejido empresarial y del empleo.

El PIB a precios de mercado generado en Andalucía el año pasado, ha alcanzado una tasa de crecimiento real del 4,3% respecto a 1998, un porcentaje superior en 6 décimas al crecimiento de la economía española (3,7%). Estos resultados adquieren mayor dimensión si consideramos sus efectos en el mercado laboral, ya que han provocado un descenso histórico del número de parados. Según la EPA, Andalucía supera por primera vez los dos millones de personas ocupadas, lo que supone un crecimiento en términos relativos del 5,6%. Por último, hay que destacar que, en un año de tensiones inflacionistas, el IPC andaluz (2,4%) se ha mantenido medio punto por debajo de la media nacional (2,9%).

Los problemas siguen siendo el paro exis-

tente y seguir avanzando en convergencia real con las regiones de nuestro entorno europeo. Para solucionar estos problemas, pondremos en marcha el Plan Andalucía Siglo XXI, que contará con un gasto de 2,5 billones de pesetas, y continuaremos con nuestra política de diálogo abierto con el Gobierno central para la financiación autonómica y de consenso con los diferentes agentes económicos y sociales, intentando conseguir un acuerdo tripartito entre todas las partes implicadas en la sociedad andaluza.

me ¿Cuáles son los retos, en materia económica y financiera, que se plantean en esta nueva legislatura?

M.A.: En la nueva legislatura que estrenamos, nuestros principales retos se encaminan a seguir avanzando en el proceso de convergencia real de Andalucía con los niveles medios de España y la Unión Europea. Esto supone obtener un intenso ritmo de crecimiento económico, con una alta creación de empleo y una significativa estabilidad de los precios.

Otro reto será promover un nuevo acuerdo de concertación social entre el Gobierno andaluz, empresarios y sindicatos, de especial importancia para el desarrollo regional.

Asimismo, debemos continuar con el esfuerzo de capitalización de la economía

“Es esencial mantener el diálogo social entre el Gobierno andaluz, los empresarios y los sindicatos”

andaluza, para aumentar las posibilidades de crecimiento sostenido de la producción y del empleo, es decir, seguir con el esfuerzo inversor. Para ello, el objetivo de la Junta de Andalucía es movilizar un volumen de inversiones anuales que represente el 3% del PIB andaluz.

Por otro lado, tenemos que adaptar la estructura productiva andaluza a la nueva realidad económica, caracteriza-

da por la globalización y el euro. Además proseguiremos con la cooperación económica y financiera con las corporaciones locales andaluzas.

Y por último, seguiremos avanzando en la modernización de la Administración Tributaria y Financiera, consiguiendo la aplicación de las nuevas tecnologías en la agilización de los trámites tributarios y financieros para dar un servicio más eficaz a los ciudadanos.

me Las cajas de ahorro andaluzas siguen constituyendo un tema polémico. ¿Cuáles son las razones por las que usted se muestra contraria a la planteada fusión entre El Monte y la Caja San Fernando? ¿Cuál es la propuesta alternativa y los proyectos de futuro en este sentido de la Junta de Andalucía?

M.A.: Creo que la fusión de las dos cajas sevillanas cierra las posibilidades



“Tenemos que adaptar la estructura productiva andaluza a la nueva realidad económica, caracterizada por la globalización y el euro”

de futuro de una y debilita a la otra. El resultado de la fusión no hará de ellas una entidad financiera con la dimensión adecuada para compensar con nuevos negocios el solapamiento de sucursales.

La Junta insiste en que la modernización del sistema financiero andaluz requiere de un aumento de dimensión para hacer frente a la fuerte competencia desencadenada por la globalización del mercado y las operaciones de concentración, así como al estrechamiento de márgenes.

me **¿Cuál es el estado de las relaciones entre la Consejería de Economía y Hacienda y los distintos agentes sociales? ¿Se plantea algún tipo de acuerdo?**

M.A.: Desde la Consejería de Economía y Hacienda creemos que es esencial mantener, en la legislatura que comienza, el diálogo social entre el Gobierno andaluz, los empresarios y los sindicatos. Un diálogo social que se ha venido consolidando, de forma ininterrumpida durante los últimos siete años, con la firma de cuatro pactos tripartitos en Andalucía.

Por ello, la Consejería de Economía y Hacienda ha establecido ya los primeros contactos de un nuevo proceso negociador que, desde una perspectiva totalmente abierta y flexible, debe desembocar en la rúbrica de un quinto pacto tripartito por el empleo en nuestra comunidad.

El objetivo del Gobierno andaluz para los próximos cuatro años es conseguir crear 310.000 empleos de calidad.

Cuando hablo de calidad en el empleo, quiero decir que, en esta nueva concertación, el Gobierno andaluz planteará como prioridad las actuaciones que conduzcan a reducir la siniestralidad y la temporalidad, a promover la inserción laboral, y a avanzar en la cualificación profesional,

facilitando su adecuación a las demandas futuras.

Y cuando hablo de creación de empleo, me refiero a la búsqueda e implementación de fórmulas y estrategias que permitan una ampliación de nuestro tejido productivo, que se adecúe a la nueva sociedad del conocimiento, que consolide su presencia en los mercados interiores y exteriores y que mejore sus posibilidades de financiación.

Fórmulas que contribuyan a mejorar y agilizar los procedimientos de relación entre las instituciones. Y, en general, tanto para los empresarios como para los trabajadores, como para la administración, creo imprescindible reforzar los elementos que definen la actual sociedad del conocimiento. Y me refiero con ello al ámbito de la investigación y de las nuevas tecnologías.

me **Un medio para atajar el alto porcentaje de desempleo femenino está siendo la creación de empresas por parte de las propias mujeres. ¿Se está estableciendo algún régimen de ayudas o partidas financieras para ello?**

M.A.: En los distintos pactos tripartitos firmados en Andalucía, el último de los cuales ha sido el IV Acuerdo de Concertación Social, se han articulado medidas para favorecer la creación de empresas por parte de las mujeres, como son las ayudas a fondo perdido para el inicio de la actividad empresarial, las subvenciones destinadas a bonificar los tipos de interés de las operaciones de préstamos que se realicen para el inicio de la actividad, y las subvenciones reintegrables a la inversión.

Asimismo, en los pactos se establecen ayudas en concepto de asistencia y asesoramiento técnico, así como ayudas a la formación en materias directamente vinculadas con los proyectos empresariales. □

GRANDES IDEAS EN PEQUEÑO FORMATO



Los libros de Agenda

Solicítalos  954 53 98 47

Discriminación laboral



Carmen Espinosa Sierra
Licenciada en Derecho

El Instituto Andaluz de la Mujer en colaboración con las centrales sindicales Unión General de Trabajadores y Comisiones Obreras de Andalucía dispone de un servicio de defensa legal para las mujeres en caso de discriminación laboral. Se trata de un servicio gratuito de defensa jurídica y procesal, que además ofrece información y asesoramiento para la defensa de los derechos laborales de las mujeres.

Este servicio aborda expedientes referidos a discriminación salarial, despidos discriminatorios, maternidad, acoso y agresiones sexuales, ofertas de empleo discriminatorias o convenios colectivos.

Las empresas que son objeto de un mayor número de denuncias suelen ser empresas medianas o pequeñas y del sector privado. Esto no quiere decir que no se planteen cuestiones discriminatorias en empresas grandes, pero en ellas suele existir la figura del representante de personal (comité de empresa o delegados/as de personal), que, en la mayoría de los casos, funciona dirimiendo y solucionando las cuestiones a nivel interno sin que en muchos casos trascienda a los tribunales.

Las mujeres, en función de su edad y nivel formativo, tienen una reacción muy distinta ante estos temas. Se distingue un colectivo muy numeroso de mujeres jóvenes que reaccionan rápidamente denunciando la situación. Y otro colectivo de mujeres de edad más avanzada que cuando llegan al servicio de defensa legal llevan sufridas situaciones realmente insostenibles. Su nivel formativo es bajo y son, en muchos casos, el único sostén económico de la familia. En ellas se dan también el miedo y los factores educacionales, que les impiden reaccionar a tiempo.

A pesar de todo y con independencia de los juicios que se inician por sus cauces adecuados, lo cierto es que durante la tramitación de los procedimientos se encuentran dificultades probatorias de los comportamientos discriminatorios, bien porque se realizan en privado o bien por la dificultad de contar con el testimonio de los compañeros, que temen perder su puesto de trabajo.

Un avance en el tema lo constituye la eliminación de cláusulas discriminatorias de los convenios colectivos y la introducción de otras relacionadas con la igualdad, sancionándose como falta muy grave el acoso sexual. La equiparación de salarios entre hombres y mujeres es otro de los temas que se incluyen.

También existe una mayor sensibilidad de la Inspección de Trabajo, pues se ha tenido que poner en su conocimiento tratos discriminatorios como el no acceso a puestos de trabajo por estar la candidata embarazada, o por ser mujer, o en materia de acoso sexual. La respuesta ha sido positiva, de forma que los/as inspectores/as que han conocido el tema denunciado han elaborado informes muy favorables para la resolución del asunto.

Vista la situación actual, podemos tener constancia del gran problema que supone la discriminación y el acoso sexual en la vida laboral y las pocas vías de solución que tiene a nivel práctico. Pero una nueva esperanza legislativa aparece: viene de la Comisión Europea, que recientemente ha dado luz verde a una nueva directiva para luchar contra la discriminación y el acoso sexual en el trabajo. Esta norma ataca de lleno el grave problema de discriminación que afecta a un gran número de mujeres, aunque ellas no lo denuncien. □

Diseño Web



CD Roms

Internet

Comercio
Electrónico

Publicaciones
Digitales

Presentaciones
Corporativas

Formación

Memorias
Empresariales

Dominioswww

Interactivos



arroba y media

SOLUCIONES MULTIMEDIA

**Ponemos las Nuevas
Tecnologías Digitales
al alcance de su mano.**

Su **SITIO WEB** o **CD- ROM INTERACTIVO**,
con todo el asesoramiento y los servicios
adicionales que necesite:

- Marketing en la Red.
- Alojamiento en Servidor Web.
- Correo Electrónico.
- Alta en Buscadores, etc.

Tenemos las SOLUCIONES.

Menéndez Pelayo, 74, 1º dcha. 41003 Sevilla
Tel. /Fax: 954 091 333.
E-mail: marketing @ arrobaymedia.com.

www.arrobaymedia.com

La franquicia, una opción para emprendedoras

La franquicia constituye actualmente una de las mejores vías de acceso al ámbito empresarial. No obstante, también tiene sus inconvenientes. Para que lo sepas todo acerca del mundo de la franquicia, te explicamos cuáles son sus condiciones, la nueva regulación que afecta a este sector o como acceder a una de ellas. R.M.E.

El mercado actual es eminentemente global. La aparición de nuevas formas comerciales, las innovaciones tecnológicas y los procesos de concentración empresarial están transformando las estrategias y aumentando la competencia. En este contexto, la franquicia adquiere una gran importancia. De hecho, es uno de los sistemas de comercialización y distribución más avanzados y extendidos y por tanto, con un mayor potencial de crecimiento. Se presenta además como una de las mejores oportunidades de negocio, tanto para la persona que desea montar su propia empresa y no dispone del capital o la experiencia necesaria, como para la empresaria/o que quiere expandir su actividad.

Las condiciones

Evidentemente, la fórmula de la franquicia tiene ventajas e inconvenientes tanto para el o la franquiciadora como

Ventajas Franquiciador/a	Inconvenientes Franquiciador/a
<ul style="list-style-type: none"> ○ Expandir el negocio rápidamente, sin perder el control y sin incrementar el riesgo, ya que cada franquiciado/a asume el de su propio negocio ○ Disminuir los gastos ○ Diversificar las fuentes de ingresos ○ Aumentar la presencia en el mercado, a través de una cuidada imagen corporativa, lo que se traduce en una mayor confianza por parte de los consumidores <p style="text-align: center;">Franquiciado/a</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Notoriedad adquirida del servicio o producto, que se gestiona en exclusiva ○ Cuenta con una asistencia técnica y de gestión permanente para la puesta en marcha del negocio, así como con formación en materia de recursos humanos y técnicas comerciales actualizadas ○ Ventajas financieras a la hora de solicitar un préstamo o necesitar avales ○ Disminuyen los costes de instalación y operación 	<ul style="list-style-type: none"> ○ A pesar de que existe un control sobre el producto, algunas decisiones pueden escapar a su capacidad de decisión ○ Problemas comunicativos con el franquiciado/a ○ Las buenas expectativas y resultados pueden provocar que el franquiciado/a quiera independizarse y emprender la actividad por su cuenta <p style="text-align: center;">Franquiciado/a</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ El pago inicial que debe realizar para acceder y mantenerse en la cadena y ciertas sumas, que en concepto de regalías, debe abonar en determinados periodos de tiempo ○ El control sobre el producto y la política comercial del franquiciador/a le resta autonomía e independencia y puede provocar conflictos de intereses ○ Los errores en la política del franquiciador/a pueden afectar a su prestigio o reputación, generando incluso una dificultad añadida en el caso de que decida emprender su actividad comercial fuera de la cadena

para el franquiciado o franquiciada, ya que se trata de un convenio contractual entre dos partes, en el que una (el franquiciador/a) otorga o cede, bajo determinadas condiciones, a la otra parte (el franquiciado/a) los derechos de uso de su marca, logotipo, y sobre todo, su saber hacer para la fabricación o comercialización de un producto o la prestación de un servicio, a cambio de un pago inicial o canon de asociación y pagos consecutivos según el volumen de ventas del franquiciado/a. Por eso, el convenio contractual debe ser muy claro, sin dejar lugar a dudas sobre los aspectos acordados entre las dos partes. En el contrato deben fijarse una serie de obligaciones: el franquiciador/a debe ceder el uso de la marca, transferir su saber hacer a través del entrenamiento y los manuales de operación y proporcionar una asistencia permanente; por su parte, el franquiciado/a debe dar un buen uso a la marca, abonar el canon inicial y si se pacta, los cánones

periódicos y cumplir con los estándares de calidad y operación.

¿Cómo entrar a formar parte de una red de franquicias?

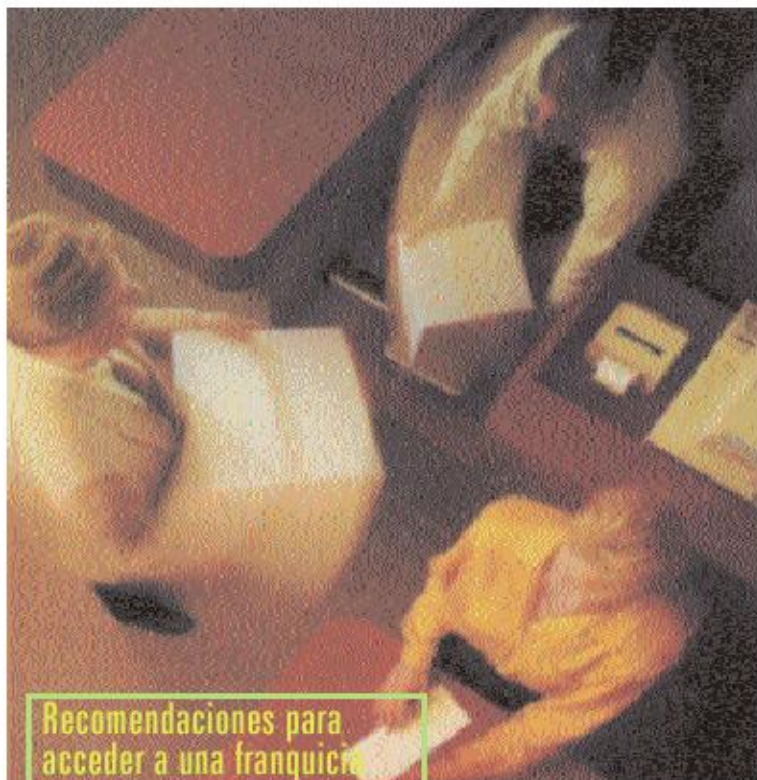
A la hora de entrar a formar parte de una cadena de franquicias y dirigir un establecimiento, las emprendedoras son las mejores candidatas. Una inversora potencial que desee entrar a formar parte de una determinada red de franquicias debe investigar y recabar datos antes de tomar una decisión.

La franquicia constituye una de las mejores oportunidades de negocio tanto para las mujeres que desean poner en marcha su propio empresa como para todas aquellas empresarias que quieran expandir su actividad

En primer lugar, debe acudir a expertos (consultores o abogados/as), para que revisen cuidadosamente las condiciones que establece el franquiciador/a para ingresar en su cadena. Pero sobre todo, no hay que formalizar ningún compromiso hasta que todo esté revisado cuidadosamente. Hay que poner especial atención a las cláusulas, concretamente a aquellas que pueden limitar la futura capacidad de actuación en el mercado.

También conviene mantener conversaciones con otros franquiciados/as de la misma cadena e incluso de la competencia, tanto con los que han tenido éxito como con los/las que no, ya que es necesario conocer la viabilidad de la marca y el funcionamiento del negocio.

Entre las distintas vías de financiación, se puede optar por el propio banco o los servicios que pueda ofrecer una consultora o bien alguna con la que la



Recomendaciones para acceder a una franquicia

Delimita las redes de franquicias en las que te gustaría invertir. No todas ofrecen las mismas condiciones ni constituyen las mejores oportunidades

Haz una lista de las que puedan interesarte y pide información sobre ellas

Visita sus establecimientos y conócelos

Evalúa tus posibilidades y consigue financiación adecuada

Revisa el contrato cuidadosamente, pensando que es a largo plazo. No firmes hasta haber obtenido toda la información

cadena en la que estás interesada tenga algún acuerdo.

En cualquier caso, lo fundamental es dilucidar si realmente se está dispuesta y se poseen cualidades para gestionar un establecimiento franquiciado. Esto implica aceptar un diseño estándar para la instalación del negocio, determinados productos y servicios y también desembolsos financieros iniciales hasta lograr la rentabilidad. No hay que olvidar que adquirir una franquicia constituye una inversión. El objetivo, una vez adquirido el establecimiento, es hacerse con el mercado de la zona donde esté instalado, utilizando la estrategia definida por el franquiciador/a, quien desde luego no tiene por qué aprobar necesariamente las ideas individuales. Ser propietaria de una franquicia, pese a los excelentes resultados, no garantiza la independencia financiera.

La nueva regulación

El pasado 1 de junio entró en vigor, tras un periodo de adaptación de cinco meses, la nueva regulación de los con-

Para entrar a formar parte de una red de franquicias es necesario investigar y recabar la máxima información posible

tratos de franquicia, que sustituye a la normativa comunitaria de 1988 y que introduce cambios importantes. Los contratos firmados en los últimos cinco meses podían optar por cualquiera de los dos reglamentos, pero desde el pasado 1 de junio deben adaptarse obligatoriamente a la nueva normativa. Los acuerdos de franquicia que estuvieran en vigor el pasado 31 de mayo deberán adaptarse antes del 31 de diciembre del 2001.

Uno de los cambios importantes que introduce el nuevo reglamento consiste en que el franquiciado/a tiene mayor libertad para contratar los productos o servicios que no pertenezcan a la cadena o a la marca del franquiciador/a. Según la nueva normativa, el franquiciador o el proveedor no podrán imponer suministros que excedan del 80% del total a partir del quinto año de ejercicio del contrato. Por tanto, el franquiciado/a dispone, a partir del sexto año, de un 20% de libre aprovisionamiento.

Este cambio pretende evitar que se den prácticas contrarias a la competencia, en el sentido de imponer contratos de suministro de muy larga duración que encorseten los precios. El franquiciador/a siempre puede reducir a cinco años la duración de los contratos, pero se corre el riesgo de que en ese plazo no se hayan amortizado las inversiones. El nuevo reglamento permite al franquiciador/a solicitar a la Dirección de Defensa de la Competencia un permiso especial para incluir cláusulas de suministro exclusivo durante más de cinco años, aunque esta prórroga debe ser defendida y argumentada.

La nueva normativa mantiene la prohibición de que los precios sean fijados por el franquiciador/a. Es posible recomendar precios o imponer precios máximos, pero en ningún caso establecer precios mínimos. □

Reciclar el papel está en tus manos

Si no reciclas se agotan los árboles
si se agotan los árboles dejará de llover
si deja de llover habrá sequía
si hay sequía la población mundial se deshidrata
si las plantas, los animales y los humanos nos deshidratamos...

Si reciclas contribuyes a mantener la vida

PARA
IMPRENTAS,
LOS MEJORES
PRECIOS.
RECOGIDA
GRATUITA

Si no sabe
qué hacer
con su papel,
no lo tire
a la basura.
Llévelo a:



Reciclados y Servicios GRAMA, S.L.

Pol. Ind. "Juncaril" Parcelas 115I 115-J - Albolote (GRANADA)

Tel.: 958 46 79 90 - 958 46 78 58

Una fórmula que permite crecer

Si ahora mismo uno de tus objetivos es consolidar tu negocio y preparar su entrada en otros mercados, la franquicia puede ser la fórmula idónea. Los datos así lo demuestran. R.M.E.



La franquicia continúa creciendo en España. Como fórmula de expansión, es empleada por un numeroso grupo de empresas pertenecientes a muy diversos campos. Al comienzo de este año, 750 cadenas operaban en nuestro país, un 17,2% más que al principio del pasado año. Aunque prácticamente la cuarta parte de las cadenas de franquicias siguen operando en los tradicionales sectores de la hostelería y restauración o la confección, las empresas de servicios que han elegido la vía de la franquicia como fórmula de expansión son cada vez más numerosas. Los treinta y un mil establecimientos que operan en cade-

nas franquiciadas facturaron durante el pasado año una cifra cercana a los 1,4 billones de pesetas, superando en un 26,3% los resultados de 1998.

Además, la franquicia sigue constituyendo una fuente importante de autoempleo. A principios de este año, son doscientos quince mil los puestos de trabajo, directos e indirectos, generados por el sector de la franquicia. Las claves: las nuevas aperturas y la estructuración de las centrales franquiciadoras, consolidadas por su estable crecimiento.

La franquicia en Andalucía

El sector de la distribución comercial está experimentando una auténtica revolución, planteando nuevos retos a las pequeñas y medianas empresas andaluzas. En nuestra región, el sector comercial aporta el 16% del valor añadi-

do bruto regional y genera aproximadamente el 17% del empleo. No obstante,

las pymes comerciales andaluzas se enfrentan a algunos problemas, como la insuficiente dotación tecnológica o la escasa especialización.

La franquicia, como fórmula asociativa de expansión comercial, está dando buenos resultados en la resolución de estos problemas, ya que permite a las empresas mejorar su capacidad competitiva. Esta fórmula comercial procura a los y las comerciantes la reducción de riesgos, una rápida expansión o la posibilidad de acceder a nuevos mercados. Sin embargo, pese a las importantes ventajas de la franquicia, en Andalucía ésta tiene un escaso desarrollo. Sólo algo más del 5% de las enseñas franquiciadoras tienen su origen en Andalucía.

Para que una franquicia de el salto al exterior,

Las franquicias más frecuentes

Según el sector de actividad

- 
- ▶ **Franquicia de producción:** El franquiciador/a es el propietario de la marca y el fabricante de los productos que distribuyen los franquiciados/as.
 - ▶ **Franquicia de servicios:** El franquiciador/a ofrece a sus franquiciados/as distintos servicios y un método experimentado y eficaz.
 - ▶ **Franquicia industrial:** Tanto el franquiciador/a como los franquiciados/as pertenecen al sector industrial. El primero cede al segundo el derecho de fabricación, la tecnología, la comercialización de los productos, la marca, los procedimientos administrativos y las técnicas de venta.
 - ▶ **Franquicia de distribución:** El franquiciador/a selecciona productos fabricados por otras empresas para distribuirlos a través de la cadena. Dentro de las franquicias de distribución se pueden distinguir:
 - ▲ **Franquicia corner:** Consiste en la instalación de un

punto de venta en régimen de franquicia, en parte de otro establecimiento mayor

- ▲ **Franquicia master:** Consiste en la delegación del franquiciador/a al franquiciado/a de la gestión de la cadena en una zona geográfica determinada.
- ▲ **Multifranquicia:** Permite al franquiciado/a gestionar varios establecimientos de su propiedad franquiciados en una misma cadena.
- ▲ **Plurifranquicia:** El franquiciado/a gestiona establecimientos de distintas franquicias no competitivas entre sí.

Según el grado y nivel de integración en la cadena

- ▶ **Franquicia asociativa:** El franquiciador/a participa en el capital de la empresa franquiciada o viceversa.
- ▶ **Franquicia regional:** El franquiciador/a cede el derecho de implantar en una región una serie de puntos franquiciados.
- ▶ **Franquicia financiera:** El franquiciador/a es un inversor que no gestiona directamente la franquicia.

La Asociación de Franquiciadores de Andalucía (Franca), nacida en 1987, tiene como objetivo servir a los franquiciadores y franquiciadoras andaluzas. Entre sus principales actividades se encuentran la promoción de la franquicia en Andalucía, la organización de jornadas técnicas o la participación en ferias del sector. Actualmente, Franca cuenta con quince socios de pleno derecho, pertenecientes a diferentes sectores de actividad: Merkamueble, Lienzo de los Gazules, Century 21, System Centros de Formación, Broncearium, Filman Camiseros, Luna Lunera, Sorolla, Actual Sthetic, Mesón Cinco Jotas, Valentín Ramos, La Ocasión del Sofá, MC Inmobiliaria, La Ibense Bornay y Tramasmás.

El pasado año, las franquicias asociadas a Franca facturaron aproximadamente cuarenta mil millones de pese-

tas. Las previsiones para este año rondan los cincuenta mil millones de pesetas. El número de establecimientos de los socios de Franca, entre propios y franquiciados, supera los ochocientos en toda España. En el extranjero, principalmente en Portugal, México, Argentina, Santo Domingo y Estados Unidos, disponen de cuarenta establecimientos. Las franquicias andaluzas, como véis, no sólo tienen vocación nacional, sino también internacional.

El reto de la internacionalización

Cada vez son más las franquicias andaluzas y españolas que dan el salto y llevan con éxito su negocio fuera de nuestras fronteras. Sin embargo, tener éxito en los mercados internacionales no es nada fácil. Cuando se decide exportar un concepto de negocio es necesario,

en primer lugar, realizar estudios de mercado para comprobar si los productos o servicios pueden tener demanda suficiente. Debemos adaptarnos al nuevo mercado, buscando socios locales que faciliten la entrada y la difusión de la marca, todo ello sin perder nuestra identidad. Pero, sobre todo, hay que empaparse de la legislación y normativa comercial y fiscal de la zona o país en el que queremos asentarnos.

Para que una franquicia de el salto al exterior, debe haber demostrado previamente su viabilidad en el mercado nacional, además de que sus productos o servicios sean exportables. Para emprender el camino de la internacionalización, existe un amplio abanico de fórmulas: desde la implantación de una filial que abra uno o varios establecimientos pilotos y posteriormente, desarrolle la fran-

debe haber demostrado previamente su viabilidad



En la red

El mundo de las franquicias también está presente en Internet. La posibilidad de utilizar la red de redes como un vehículo más para promocionar y distribuir los distintos productos plantea a las franquicias la necesidad de planificar estratégicamente algunos aspectos.

En primer lugar, su identificación en el complejo entramado que supone Internet, a través de un dominio propio. Si tenemos en cuenta que uno de los principales valores de la franquicia lo constituye precisamente la titularidad de la marca, la posesión de un dominio propio en la red de redes es imprescindible. En segundo lugar, la imagen de la franquicia será transmitida a través de la página web. Para configurarla, hay que tener presente la normativa existente sobre publicidad y todos aquellos aspectos relativos a la propiedad industrial e intelectual en Internet. Por eso, es necesario proteger convenientemente la página.

La contratación on-line es otro asunto fundamental. Si alguien desea unirse a la cadena de centros franquiciados, deberá cumplimentar el correspondiente formulario de solicitud de información incluido en la web. Los datos recogidos en este formulario tienen que ajustarse a los requisitos recogidos en la Ley de Protección de Datos de Carácter Personal. Por ello, la página web también debe incluir una cláusula de consentimiento que autorice el tratamiento automatizado de esos datos y su utilización comercial.

su establecimiento adecuadamente, toda la responsabilidad recae sobre el franquiciador/a, por no haber sabido seleccionarlos adecuadamente o por no haberles proporcionado un buen soporte.

El franquiciador/a debe proporcionar al franquiciado/a toda la información necesaria para que pueda mejorar su posición competitiva y sus resultados de gestión o introducirse en un nuevo mercado. Esta información debe estar recogida convenientemente en manuales o cualquier otro tipo de documento de gestión para que pueda ser transmitida fácilmente a los franquiciados/as.

La Asociación de Franquiciadores de Andalucía (Franca) cuenta con quince socios. Uno de sus objetivos es promocionar la fórmula de la franquicia en nuestra región

quicia, hasta un acuerdo de franquicia maestra, pasando por los diversos tipos de asociación con un socio u operador local. La elección dependerá, entre otros factores, de los recursos humanos con los que se cuenta. El franquiciador/a no debe precipitarse a la hora de elegir a sus socios locales, y debe tener una actitud flexible a la hora de adaptar su concepto de negocio a otras realidades. El marketing y la publicidad juegan un papel fundamental para dar a conocer la marca. También conviene tener en cuenta la participación en las ferias, ya que constituyen un importante instrumento de promoción comercial, gracias a sus posibilidades de poner en contacto la oferta con la demanda.

La salida a los mercados internacionales es una oportunidad más de expansión y crecimiento, que debe emprenderse cuando el crecimiento de la franquicia haya alcanzado techo en el mercado interior.

¿Cómo convertir una empresa en franquicia?

Franquiciar una empresa es una estrategia que va más allá de la mera expansión del negocio y dependerá, en primera instancia, del saber hacer del franquiciador/a, ya que su objetivo principal es que todos los franquiciados/as obtengan beneficios. Como resultado, el franquiciador/a también los obtendrá. Si alguno de ellos/as no rentabiliza su inversión o no desarrolla

Las obligaciones financieras de la franquicia se concretarán en forma de derechos de integración en la cadena, royalties de funcionamiento o explotación, cánones publicitarios, etc.

Para poder franquiciar cualquier concepto de negocio, es preciso que éste se haya probado y contrastado a través de la explotación de centros pilotos. Este es un requisito imprescindible que el franquiciador/a deberá afrontar antes de pensar y crear una red.

Un mercado estable y amplio, un producto diferente, completo, competitivo, y rentable, y un saber hacer actualizado y transmisible son las condiciones previas para convertir una empresa en franquicia. □



LALIQUE

Distribuidor en exclusiva para España: IBERQUARTZ Plaza Francesc Macià, 4 entlo. 1º. 08021 Barcelona.
Tel.: 934 146 116 Fax: 932 022 153

Franquiciadoras y Franquiciadas

La Retoucherie de Manuela:
Un servicio a medida

The Body Shop:
La cosmética natural



Manuela Rodríguez, presidenta de La Retoucherie de Manuela

Los arreglos y transformaciones en prendas de vestir, incluyendo la piel, el ante y el cuero le han valido a La Retoucherie de Manuela el premio a la mejor idea o negocio novel (1998/1999), otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores, el diario Expansión y el Salón Internacional de la Franquicia; el premio al mejor negocio innovador (1999), otorgado por la Fundación Internacional de la Mujer Emprendedora y el premio a la mejor franquicia andaluza, también el pasado año, por parte del Congreso Europeo e Iberoamericano de la Franquicia. La presidenta de La Retoucherie, que comenzó a ser un negocio franquiciado en 1998, Manuela Rodríguez Losada, afirma que una de sus muchas satisfacciones ha sido favorecer el empleo de la mujer: "Se trata de un negocio innovador y en auge, dado que actualmente todos tenemos necesidad del servicio de la costura, al vivir inmersos en un mundo de prisas. Además, la mujer se ha incorporado al mundo laboral. Anteriormente era ella la que se ocupaba en su propio domicilio de arreglar la ropa de toda la familia". Desde La Retoucherie de Manuela se aconseja la fórmula de la franquicia a todas aquellas mujeres que quieran poner en marcha su propio negocio, aunque "lo importante antes de elegir una franquicia, para acertar, es informarse correctamente sobre el sector y la marca".

Avda. Duque de Ahumada, 2-B

C.P.: 29600 Marbella (Málaga)

Tlf.: 952 82 61 49 - 86 67 03 Fax: 952 76 40 41

E-mail: grupo.f.b@arrakis.es

Web: www.retoucherie.com

The Body Shop comenzó su andadura en España de la mano de Carmen Almagro, que en 1985, tras varias entrevistas con Anita y Gordon Roddick, fundadores de The Body Shop en el Reino Unido, obtuvo los derechos de franquicia de esta cadena para toda España bajo el nombre de Cosmenatura, S. A., entidad de la que actualmente es presidenta.

Hoy existen en nuestro país 75 establecimientos franquiciados de The Body Shop, a los que se sumarán ocho nuevas tiendas, cuya apertura está prevista para este año. En todo el mundo, The Body Shop cuenta con 1700 establecimientos repartidos en 47 países diferentes.

The Body Shop afirma que no es sólo un proveedor de cosmética a nivel mundial. Comprometida con la protección medioambiental y el respeto de los derechos humanos, esta empresa está en contra de la experimentación con animales en la industria cosmética y desarrolla relaciones comerciales con comunidades necesitadas a través del proyecto "Ayudar comerciando".

The Body Shop (Cosmenatura, S.A.)

C/ Padilla, 17, 6º D C.P.: 28006 Madrid

Tlf.: 91 431 30 71

Fax: 91 431 97 82

E-mail: Info@thebodyshop.es

Web: www.thebodyshop.es

www.the-body-shop.com



Carmen Almagro, presidenta de Cosmenatura (The Body Shop en España)

A continuación os presentamos a algunas mujeres que triunfan en el mundo de la franquicia, ya sea como franquiciadoras o franquiciadas. Aunque gestionan negocios distintos, el dinamismo y el entusiasmo es común a todas ellas. M.E

Montaner y Asociados: El valor de los recursos humanos



Ana María Herrero, responsable de la franquicia andaluza de Montaner y Asociados

de la franquicia andaluza de Montaner y Asociados, que dirige desde 1993, aunque ella ya pertenecía a la empresa desde 1989: "Montaner y Asociados decidió cambiar su estrategia de expansión y pasó de tener delegaciones a ofrecer a sus directores la oportunidad de tener su propia empresa en régimen de franquicia". Ana María Herrero volvería a apostar por esta fórmula empresarial, y la aconsejaría a todas aquellas mujeres que quisieran emprender su propio negocio, "siempre y cuando conocieran en profundidad el mercado y la competencia". Como desventajas de esta fórmula, la responsable andaluza de Montaner y Asociados señala que sólo se pueden ofrecer los servicios definidos dentro del catálogo de empresa. Ana María Herrero se siente realmente satisfecha de la marcha de su empresa, aunque "evidentemente, cada año los objetivos son mayores y hay que trabajar mucho para conseguirlos".

Avda. San Francisco Javier, 9, planta 2ª, módulo 29
C.P.: 41018 Sevilla
Tif.: 954 92 16 72
Fax: 954 92 17 05
Web: www.montaner.com

Lienzo de los Gazules: La inspiración mediterránea

“Nuestra misión como empresa es

ayudar a las organizaciones a mejorar su rentabilidad mediante el incremento de las ventas o servicios, o bien mediante la reducción de costes, a través del desarrollo eficaz de los recursos humanos, obteniendo así beneficios económicos, profesionales y sociales". Así resume Ana María Herrero la filosofía

Diseños innovadores, presididos por la luz, la alegría y el color definen a Lienzo de los Gazules, una empresa de decoración sevillana nacida en 1992, que produce y comercializa tejidos para tapicería y cortinas, además de acabados especiales para madera y hierro y todo tipo de complementos decorativos. Actualmente, Lienzo de los

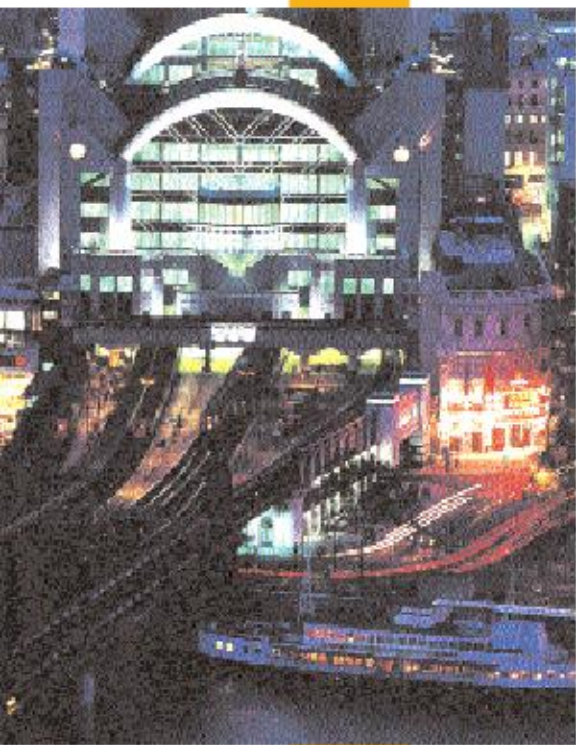
Gazules cuenta con más de setenta establecimientos franquiciados, regentados en un 98% por mujeres, entre ellas, Marisol Céspedes, responsable de una tienda de Lienzo de los Gazules en Málaga. Cincuenta y seis de estos establecimientos están en nuestro país, doce en Portugal y el resto repartidos entre Méjico y la República Dominicana. Además, el pasado mes de junio Lienzo de los Gazules inauguró sus nuevas instalaciones, que cuentan, entre otras dependencias, con un centro de distribución, una escuela de formación y diseño y un departamento espacial destinado al amueblamiento y decoración de hoteles, en la localidad hispalense de Dos Hermanas. Las ventas de esta enseña franquiciadora andaluza, ascendieron el pasado año a más de dos mil millones de pesetas.



Marisol Céspedes, a la derecha, responsable de un establecimiento franquiciado de Lienzo de los Gazules en Málaga

Polígono Industrial La Isla
C.P.: 41700 Dos Hermanas (Sevilla)
Tif.: 954 93 17 54
Fax: 954 93 00 96
e-mail: info@lienzogazules.com

Las claves de la franquicia



Las franquicias están tan consolidadas que incluso terceras empresas elaboran productos y servicios destinados a ellas

La formación, los programas de fidelización o las centrales de marketing para los franquiciados y franquiciadas son algunos de los aspectos que marcan las tendencias actuales en el mundo de la franquicia. **R.M.E.**

Los continuos cambios e innovaciones en el ámbito empresarial exigen una permanente adaptación. Por supuesto, el mundo de la franquicia no es una excepción. La consultora Tormo & Asociados, especializada en el servicio a las franquicias, señala que, desde hace ya algunos años, las empresas franquiciadoras españolas, cada vez más en alza, han iniciado un proceso de capitalización en el que se contemplan todo tipo de actividades financieras, entre ellas, el impulso a la exportación y la implantación en nuevos mercados para lograr un mayor y más consolidado crecimiento. Incluso algunas de ellas establecen alianzas estratégicas en función de su complementariedad, pro-

gramando la promoción conjunta y la apertura de establecimientos en un mismo lugar.

El futuro de las franquicias estará marcado por algunos aspectos que determinarán su funcionamiento presente y futuro. Algunos de ellos son los siguientes:

La formación es uno de los aspectos que más preocupa a los franquiciados y franquiciadas a la hora de incorporarse a una cadena. La formación no sólo debe impartirse al principio, sino también de forma ininterrumpida durante la permanencia del franquiciado o franquiciada en la red. No en vano, una de las principales obligaciones del franquiciador/a es transmitir su concepto de negocio y su saber hacer a los franquiciados y franquiciadas para que éstos puedan desarrollar competitivamente su gestión.



medida a lograr el éxito. En las centrales franquiciadoras ya existen responsables internos cuya labor es detectar y localizar las ubicaciones más adecuadas para la instalación de los establecimientos franquiciados. También son cada vez más frecuentes los denominados "food corners" o zonas comunes, en las que las distintas franquicias utilizan y comparten un mismo espacio, una realidad que suele darse principalmente en los centros comerciales.

amplia base de datos sobre los clientes, a través de la que se pueden conocer mejor su comportamiento y actitudes, y por tanto, anticiparse y adaptarse a ellos.

Los centros piloto: Cada vez son más numerosas las empresas que franquician tan sólo una parte de su actividad. La razón es que, si bien la franquicia constituye una de las principales fórmulas para posicionarse en el mercado, las empresas no cuentan con el tiempo necesario para comprobar en los centros piloto la viabilidad y la idoneidad del concepto de negocio. Por ello, los centros piloto están perdiendo importancia. Las empresas que apuestan por la franquicia lo hacen basándose en la solidez y en la experiencia acumulada en el mercado, pero no dedicándose exclusivamente a esta fórmula.

Las centrales de marketing permiten reforzar, agilizar y particularizar las acciones planificadas desde las centrales de franquicia, abordando los distintos ámbitos locales. Esta es una de las actuales tendencias que en el futuro marcará la diferencia entre las diversas redes de franquicias.

La figura del promotor y animador de centros será también habitual. Su labor consiste en apoyar permanentemente al franquiciado, poniendo en marcha acciones locales en función de sus necesidades particulares. Esta proximidad es muy valorada por los franquiciados y franquiciadas.

Los productos y servicios externos, elaborados por terceras empresas y destinados específicamente a las redes de franquicias evidencian el éxito de esta fórmula. Incluso los bancos, que anteriormente no prestaban demasiada atención al sistema de franquicia, han desarrollado productos y servicios financieros a medida. Se quiere así facilitar la integración de los potenciales franquiciados y franquiciadas a las distintas redes o cadenas. □

La información también es vital para lograr el buen funcionamiento. Las centrales de franquicias necesitan saber qué está ocurriendo en cada uno de los establecimientos franquiciados para poder tomar decisiones y actuar con el menor riesgo posible. La dotación de sistemas de información específicos en la franquicia debe ser una apuesta para todos aquellos franquiciadores y franquiciadoras que quieran controlar verdaderamente sus mercados.

La ubicación es otro de los aspectos que más interesa tanto a los franquiciadores/as como a los franquiciados/as, ya que contribuye en gran

El conocimiento de las necesidades de los clientes y la adaptación a ellos es un requisito esencial que además está estrechamente relacionado con la ubicación de los establecimientos. Cualquiera de los puntos elegidos debe ser un marco privilegiado en el que existan clientes y en el que se den las mejores condiciones para relacionarse con ellos. Los programas de fidelización constituyen una estrategia cada vez más valorada: es agradecida por los clientes, que se sienten motivados para visitar con mayor frecuencia los establecimientos e identificarse con ellos. Además, las herramientas de fidelización permiten obtener una

La venta, una intuición femenina



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

urante algunas décadas, los hombres han capitalizado los oficios comerciales, algunos sin mayor competencia que sus propias limitaciones, incluyendo legítimas luchas por el poder y el éxito profesional. Algunos economistas, herederos de las obsoletas consignas de las universidades comerciales americanas, vendían toda la filosofía de la mercadotecnia como un invento innovador, muy técnico, y en consecuencia, con una cultura marcadamente masculina.

Afortunadamente, la economía, el mercado y los productos se desarrollan hasta perder su paternidad de origen, abstrayéndose en una maraña de intereses comerciales. La competitividad, la eficacia y la adaptabilidad han quebrado muchos tópicos tradicionales, repercutiendo dentro del reparto de papeles convencionales en el mundo del trabajo.

Por su propia naturaleza, existen marcadas diferencias entre hombres y mujeres dentro de sus respectivos papeles laborales, especialmente en el mundo de las relaciones comerciales, en el que estas diferencias se hacen más evidentes.

Cuando equiparar derechos va ligado a compartir responsabilidades y la objetividad se convierte en herramienta de consenso para la gestión empresarial, se descubre de pronto que existen determinadas características que nos hacen no sólo distintos entre sí, sino incluso más adecuados para determinados roles profesionales, significándose en el área comercial.

Desde una visión generalista, puede afirmarse que el vendedor hombre es siempre competitivo, aparenta ante el cliente una seguridad que muchas veces no tiene, difícilmente se retrae ante una objeción, es individualista, orienta su atención al producto y busca clientes en función directa del producto y no al revés.

En cambio, la mujer vendedora es intuitiva, escucha cuando no sabe para poder actuar en consecuencia, busca la cooperación frente a un problema, es sensible hacia el interlocutor y sabe asesorarle en función de sus necesidades y no puramente sobre el producto o servicio.

Estas características (valores) convierten a la mujer con vocación comercial en una protagonista aventajada de las necesidades que se están generando hoy mismo y cuyas tendencias marcarán el futuro.

Cuando la prospectiva nos lleva a un protagonismo del consumidor, por encima de la pluralidad de la oferta o de cualquier estrategia de distribución; cuando la calidad percibida es una determinante para colocar productos y servicios en un mercado competitivo, es cuando el factor humano, las relaciones persona a persona, constituyen la auténtica diferencia entre una y otra empresa. Esta nueva cultura empresarial nos da una ventaja frente al hombre comercial y nos ofrece una auténtica posibilidad laboral, además de poder potenciar y desarrollar nuestros valores femeninos.

Al hacerlo, también debemos asumir el compromiso de mejorar las relaciones hasta ahora excesivamente materializadas del mundo empresarial, al que debemos enfrentarnos cada día.

Asumir nuestra formación teórica y nuestras diferencias como mujeres nos permitirá cumplir con las funciones de organización, planificación de objetivos, disposición de herramientas de gestión y adaptación a un equipo comercial, entre otras, en igualdad de condiciones que los hombres.

Pero nuestras ventajas se percibirán en las funciones cualitativas en las que se requiera un componente muy personal para su desarrollo, como la solución de problemas, el conocimiento de las necesidades propias de cada cliente, la personalización en el trato, la imaginación, la intuición, etc. En definitiva, todas aquellas cualidades que tienen que ver con el factor humano, representado por cada cliente como una persona individual.

Es evidente que se está produciendo un importante cambio de valores en nuestra sociedad y que la mujer está abandonando esos ámbitos de actividad a los que tradicionalmente parecía postergada para abordar otros en los que la eficacia del resultado final sea el único tamiz de valoración, con independencia del sexo y demás condiciones humanas del sujeto.

Las mujeres trabajadoras debemos prepararnos para soportar también en el futuro un examen diario y a veces desigual. Seguiremos compitiendo en un mundo empresarial de carácter masculino, pero recordaremos cada día a nuestros compañeros que cada una de nosotras es portadora de unos valores eternos. □



Vamos a la playa



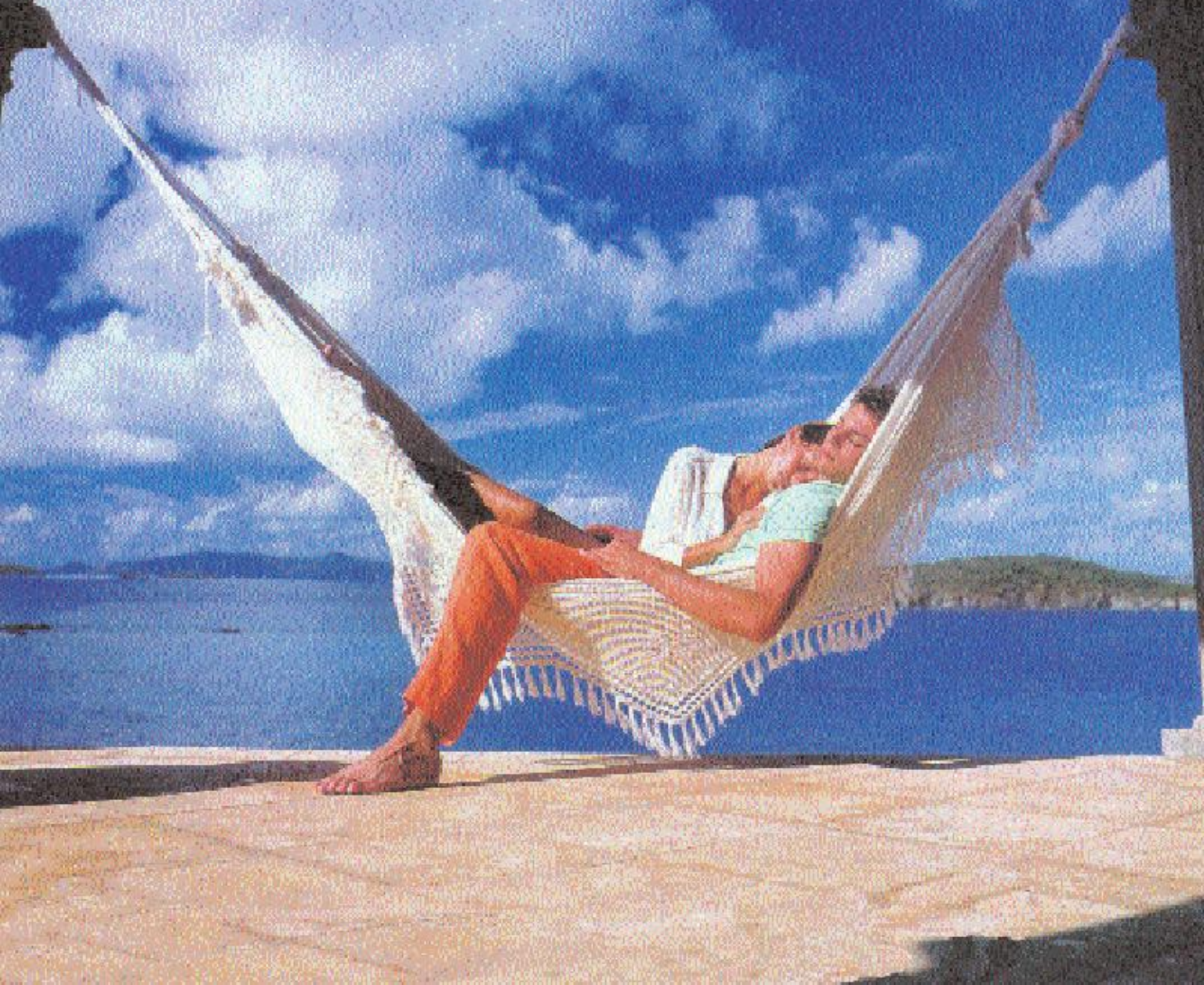
Este verano, en toda la costa andaluza, tienes El Correo de Andalucía, para que vayas donde vayas estés cerca de Sevilla. Cómpralo cada día. Desde Ayamonte a Mojacar El Correo siempre contigo.

el Correo
DE ANDALUCÍA

La mejor información, ni más ni menos.

¿Vacaciones? ¡Sin problemas!

Planificar el viaje y asegurar la casa son cuestiones fundamentales para evitar, a la vuelta, sorpresas desagradables. A continuación te ofrecemos algunas pautas para que nada ni nadie logre alterar tu merecido descanso. R.M.E





Jaque al ladrón

En los meses de verano, mientras muchos descansan, otros hacen su particular agosto. De acuerdo con esta norma, nuestra mejor baza es no ofrecerles ninguna facilidad, sino todo lo contrario. En primer lugar, evita comentar que vas a irte de vacaciones y en qué fechas, delante de personas que no sean de tu entera confianza. Aunque sólo vayas a estar fuera unos días, no conviene dejar ninguna señal visible que muestre que la vivienda está desocupada. Una buena solución es adquirir un temporizador o programador que encienda periódicamente las luces y active la radio o la televisión. También puedes dejar un teléfono de contacto al portero o a algún vecino de confianza para que pueda avisarte en caso de que sea necesario y las

llaves de casa para que pueda recoger la correspondencia del buzón y subir y bajar las persianas. Comprueba que puertas, ventanas y terrazas están bien cerradas. Así, si un ladrón quiere acceder a tu vivienda, tendrá que hacer bastante ruido para conseguirlo, lo que alertará a los vecinos, al igual que el sonido de los aparatos electrónicos de alarma. No debes dejar dinero ni objetos de valor en casa. Si lo haces, no intentes esconderlos en los considerados sitios

insospechados, ya que son los que mejor conocen los cacos.

Y por si todo esto fallara, no está de más que hagas un inventario de tus efectos personales, indicando su número de serie para facilitar su identificación, ya que necesitarás una lista detallada de todo lo que te han sustraído para realizar la denuncia y para reclamar a la compañía de seguros.

Contrata servicios fiables

A menudo, la información sobre los paquetes turísticos suscita confusiones, bien porque aparece maquillada o porque los detalles sobre los distintos servicios incluidos son insuficientes. Por eso, la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU) recomienda leer detenidamente el programa antes de suscribirlo (sin olvidar la letra pequeña) y exigir a las agencias de viajes un contrato que especifique los servicios ofrecidos. Según el Instituto Nacional de Consumo, los organizadores del viaje tienen la obligación de facilitarte un programa claro y preciso en el que se te informe sobre los destinos y medios de transporte, la duración, el itinerario, el calendario, el alojamiento y la manutención, así como los precios y formas de pago, las cláusulas aplicables a responsabilidades y cancelaciones y el lugar o persona a la que se debe acudir en caso de disconformidad. Es conveniente conservar toda la publicidad y los folletos referidos al viaje, ya que esta información vincula a la compañía, excepto los cambios que se hayan comunicado por escrito antes de la firma del contrato o se hayan aceptado. Antes de emprender el viaje, conviene contratar un seguro con el que se cubran las pérdidas de equipaje, robos, extravíos o accidentes.

Cuidado con el coche



Si vamos a utilizar el coche para llegar a nuestro destino vacacional, es necesario que prestemos especial atención a la seguridad mecánica de nuestro vehículo. Por eso hay que comprobar que los neumáticos estén en perfectas condiciones, revisar los amortiguadores y cerciorarnos de

que los niveles del aceite, del líquido de frenos (incluidas las pastillas y las zapatas), del limpiaparabrisas y del vaso de expansión son óptimos, así como el estado de los distintos filtros. Al notar el menor síntoma de vibraciones al volante, debemos acudir a un taller, ya que pueden existir problemas de dirección. Sin embargo, nuestra seguridad depende en igual o mayor medida de nuestro propio estado. El sueño, las comidas copiosas y las bebidas alcohólicas u otro tipo de drogas no son buenas compañeras de viaje. Debemos descansar lo suficiente antes de iniciarlo, sabiendo de antemano el estado de la carretera por la que vamos a circular, preparando itinerarios alternativos, y sobre todo, evitando la salida en días y horas punta, al igual que conducir con el sol de cara: si te diriges hacia el este, evita el amanecer y si lo haces en dirección oeste, el atardecer. Las horas centrales del día son las más calurosas. Por otra parte, si decidimos viajar al extranjero, la documentación del vehículo, el



En el aire

Viajar en avión era,

hasta hace poco, la forma más rápida de llegar al destino deseado. Pero muchos vuelos programados se retrasan, no llegan a despegar o incluso pueden dejarte en tierra en caso de overbooking. Las compañías aéreas afirman que el overbooking tiene la ventaja para el consumidor de abaratar los costes. El problema es que la posesión del billete no garantiza la plaza. El reglamento de la Unión Europea establece en este sentido, que en los vuelos con origen en un aeropuerto europeo, el pasajero/a podrá pedir la devolución del billete o ser embarcado en el próximo vuelo con derecho a indemnización. Para no verse afectado por el overbooking, siempre es buena idea llegar pronto al aeropuerto. Por otra parte, la única diferencia entre el retraso y la cancelación es que si el vuelo es cancelado, se puede optar por ser embarcado en el vuelo siguiente - o en una combinación de vuelos que te lleven

car-
net de conducir y el seguro con el recibo acreditativo del pago serán suficientes para circular en los países firmantes del Sistema Multilateral de Garantía, válido en la Unión Europea, en la República Checa, Eslovaquia, Noruega, Eslovenia, Hungría, Islandia y Suiza. Si viajamos fuera de la Unión Europea, es aconsejable y en algunos casos hasta obligatorio obtener el permiso internacional de conducir en las Jefaturas Provinciales de Tráfico.

al destino final - o que te devuelvan el dinero. Si por causas del retraso pierdes un vuelo, la compañía con la que viajas te ayudará a conseguir un vuelo posterior siempre que ambos sean parte del mismo billete. Si lo que se retrasa es tu equipaje, es decir, que éste no

aterrija contigo, algunas compañías te indemnizarán con una cantidad modesta de dinero, otras te facilitarán artículos de primera necesidad y otras tan sólo te harán esperar. Si finalmente el equipaje no aparece y se trata de algún vuelo europeo, te corresponden por ley aproximadamente 3.000 pesetas por kilo de equipaje. □



La canción del verano



Inmaculada Leiva Ramos
Directora de Onda Jerez Radio

asi siempre llegaba de golpe. Te pasabas todo el año esperando y una mañana cualquiera, empapada de sol y calor penetrante, lo sentías en tu piel y en tu vida. Traía consigo olores y sensaciones renovadas. Llegaba definitivamente tras el cambio de uniforme -el negro de cuello duro, por el verde con chupita corta- y la jornada intensiva, una vez culminado el intenso mes de junio, cargado de exámenes, de galletas de chocolate y refrescos de cola en largas noches de insomnio, estudio y jolgorio en grupos de cuatro.

Entonces el verano era largo, interminable, mucho más largo que ahora. Sus aromas intensos eclipsaban las sombrías tardes de invierno. El césped recién cortado, los chapuzones en la piscina, los cantos de grillos y chicharras, la sabrosa merienda del atardecer después de aquellas excitantes incursiones en tierra de nadie para robar moras y perillos. El olor de las retamas.

Era el sueño del verano, la ansiada libertad en días sin horas, repletos de aventuras, de sorpresas, de salada claridad. El mar omnipresente inundando los sentidos, los pies en el agua, las rocas, las almejas, los cangrejos, el verde plateado de las olas infinitas.

Nunca, ningún niño, ninguna niña, fue tan feliz como nosotros, pilluelos de nueve o diez años, que volvíamos a encontrarnos verano tras verano para reconstruir la vieja cabaña que nos servía de cuartel general y junto a la que instalábamos un columpio vigía, una larga sogá resistente a nuestra carga, con la que podíamos balancearnos y desde la que se oteaba el horizonte sobre la cresta de los pinos, según la intensidad del impulso y el balanceo. La pendiente de nuestra colina lo hacía posible.

Aquel sueño de verano era como una canción, como aquellas melodías pegadizas que cada año se ponían de moda y que quedaron para siempre archivadas en algún inconsciente rincón de la memoria: "Un rayo de sol, oh, oh, oh..." "Eva María se fue buscando el sol de la playa..." Sin querer afloran, y una las siente como parte inseparable del pasado y de la infancia. Curiosamente, no soy capaz de recordar cuál estuvo de moda el último año. Sin embargo, aquellas de los sesenta, sin ser mejores, permanecen asidas al velo del recuerdo, a las intensas y felices vacaciones, a los rostros, a las risas, a las voces y peripecias de aquella genial pandilla multicolor.

Fuimos, sin duda, privilegiados. Leo en un artículo de la revista *Cáritas* que en el mundo hay actualmente 300 millones de niños menores de quince años que trabajan de sol a sol en condiciones infrahumanas, con grave perjuicio de su salud y con graves limitaciones para su desarrollo psíquico. Cincuenta millones lo hacen en condiciones de alto riesgo, uno de cada cuatro vive en países en guerra, y casi quince millones más son niños soldados. Trabajan para merecer un plato de arroz, para conseguir el sustento imprescindible, para sobrevivir y hacer frente a la necesidad más perentoria. Ellos no tienen agenda, ni días de vacaciones, ni temporada en el mar. Viven sin recuerdos posibles, bajo el mismo sol que reconforta el placer de nuestro descanso. Probablemente para ellos el verano sólo sea como el infierno, hundido en el calor abrasante del abuso y la explotación. Ningún niño merece tal suerte. Ninguno tal condena ni tanta indiferencia. Cada niño merece un verano, al menos un verano y una canción que recordar, para no crecer odiando la inexcusable inmoralidad de todos los que les olvidan. □

Muchas andaluzas ya leen tu revista



mujer emprendedora

TU REVISTA

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

me suscribo a **SÍ** *mujer emprendedora* por 22 números: 7.000 ptas.

NOMBRE Y APELLIDOS

DIRECCIÓN

CÓDIGO POSTAL

PROVINCIA

C.P.R.

TELÉFONO

FORMA DE PAGO:

Dedicación bancaria

Efectivo Tarjeta D.D.C. Cheque

Multimedios (pago directo a nombre de Multimedios de Servicios S.L.)

FINIR

Envío este cupón a *mujer emprendedora* - Rocarado, 20 - 2º - 41003 Sevilla.
También se puede suscribir enviando el cupón por fax al 954 53 31 43.

La fuerza del diseño

andaluz

Andalucía apuesta definitivamente por la creatividad y la innovación. La entrega y exposición de los trabajos galardonados con los premios Laus y la muestra "Diseño Industrial - Hecho en Andalucía", enmarcadas en la celebración de la Feria del Diseño, dan muestra de ello. R.M.E.



La Feria del Diseño, auspiciada por la Junta de Andalucía, cerrará próximamente sus puertas tras más de un año de apertura. Ana María Cortijo, comisaria de esta Feria, señalaba como objetivos el que nuestra comunidad fuera consciente "de la importancia que tiene el diseño como una disciplina básica para el progreso y que los andaluces se formen un concepto contemporáneo del diseño como un instrumento para mejorar su calidad de vida y la de su comunidad. Además, se busca mostrar los recursos que posee Andalucía en este sentido y su capacidad para desarrollar una cultura propia del diseño".

El completo programa de la Feria del Diseño ha contado con numerosas exposiciones y muestras, entre ellas

la denominada "Diseño Industrial - Hecho en Andalucía", que permanecerá abierta hasta el 8 de julio, y la que recogerá, hasta el próximo 22 de julio en la Casa de la Provincia de Sevilla, los trabajos galardonados con los prestigiosos Premios Laus.



Los premios Laus

Otorgados por la Asociación de Directores de Arte y Diseñadores Gráficos (ADG-FAD), una asociación española de profesionales de la comunicación visual cuyo objetivo es representar internacionalmente a este sector, los premios Laus se han consagrado como el evento más importante en nuestro país en materia de diseño gráfico, publicidad y comunicación, consiguiendo también el reconocimiento fuera de nuestras fronteras. Las 124 piezas seleccionadas y galardonadas por ADG-FAD serán expuestas en la Casa de la Provincia de Sevilla hasta el próximo 22 de julio. Dos de los premios Laus estarán relacionados directamente con nuestra comunidad autónoma: el premio de Honor a Manuel Prieto, creador del famoso toro de Osborne, por su trayectoria profesional, que recogerá su viuda, Emilia Rodríguez, y el premio al Toro de Osborne, que recibirá el Presidente de Osborne, Tomás Osborne.

Con motivo de estos premios y en colaboración con el Ayuntamiento de Sevilla, la capital hispalense contará con un Toro de Osborne de catorce metros que presidirá la ciudad. Tan sólo en dos ocasiones anteriores el Toro de Osborne ha podido ser visto en un entorno urbano: en la ciudad francesa de Poitiers y en Valencia. Este icono publicitario, creado en 1956, se instaló por primera vez un año después en Cabanilla de la Sierra, en el kilómetro 55 de la carretera Madrid - Burgos. Hoy es reconocido como uno de los símbolos más poderosos de nuestra cultura popular.



El diseño industrial

La muestra "Diseño Industrial - Hecho en Andalucía" se aleja de la idea general del diseño como algo exclusivo y dirigido a un público minoritario. Muy al contrario, el diseño se involucra en el proceso productivo de la industria y de la estrategia empresarial. Por eso, esta exposición ha acogido distintos objetos como ejemplos significativos de empresas andaluzas que incluyen el diseño como parte esencial de su proceso productivo. Entre estas piezas figura la nueva botella de butano de Cepsa, en cuyo diseño y producción han colaborado tres empresas andaluzas -Portinox, Cedinox y Acerinox- o un novedoso envase para el transporte y presentación de alimentos perecederos, fabricado con cáscara de arroz y totalmente reciclable: las cajas de la empresa Nature Pack, que han supuesto una verdadera evolución para el diseño ecológico andaluz y han obtenido numerosos premios nacionales y europeos.

Además, Inentor, una empresa gaditana de mobiliario urbano, da cuenta de la importancia del diseñador en la producción industrial empresarial. La forma en que el diseño es capaz de



abrir nuevos mercados para un producto queda reflejada a través de la labor de diversas empresas andaluzas de aceite, que han desarrollado nuevos envases. En "Diseño Industrial - Hecho en Andalucía"

también está presente la prestigiosa fábrica de loza doméstica La Cartuja de Sevilla,

que ofrece al visitante la posibilidad de conocer todo el proceso de elaboración de sus piezas, en las que convergen tradición, diseño y éxito. También se puede apreciar el último prototipo de la empresa automovilística Santana Motor, un nuevo todoterreno desarrollado íntegramente en la empresa jiennense, que actualiza el ya clásico modelo de Santana. □

La Feria del Diseño ha convertido a Andalucía en un punto de referencia para este sector



Las nuevas tecnologías, a favor de la igualdad y el empleo

Bajo este lema, el Palacio de Exposiciones y Congresos de Granada ha sido escenario durante los días 29 y 30 de junio de un foro andaluz, organizado por el Instituto de la Mujer, la Junta de Andalucía y la asociación Tierra, en el que se ha analizado el papel de las nuevas tecnologías para reducir las diferencias entre hombres y mujeres, especialmente en el capítulo del empleo, fomentando el acceso a las nuevas ocupaciones y formas de organizar el trabajo y acortando distancias entre el mundo rural y el urbano. Este foro, en el que han participado distintas entidades públicas y privadas, entre ellas Mujerempredadora, acogió además de una zona expositiva, diversas ponencias, mesas redondas y otras actividades complementarias en las que se abordaron aspectos como el teletrabajo, las redes telemáticas o el papel de las tecnologías en el desarrollo rural y en la prestación de servicios. □



e-Economía: Una gaceta electrónica desde Jerez

Los últimos avances tecnológicos están imponiendo, sin ninguna duda, importantes cambios en el mundo empresarial, entre ellos, la demanda de un nuevo perfil profesional y nuevos procesos de gestión. Para permanecer informados de todas

estas innovaciones, la Escuela de Negocios de Jerez acaba de presentar la gaceta electrónica e-Economía, que dará cabida a distintas noticias relacionadas con la aplicación de las tecnologías a la empresa o

la formación, además de distintos servicios fiscales, contables, bursátiles o laborales, a los que se puede acceder a través de la dirección de correo electrónico eeconomia@enj.es. También desde la web, en la dirección <http://www.enj.es/eeconomia>, se abrirá un foro de reflexión sobre este nuevo escenario competitivo que se ha dado a conocer como nueva economía. La gaceta electrónica

e-Economía será editada periódicamente y con carácter gratuito por parte de la Escuela de Negocios de Jerez y el Instituto de Promoción y Desarrollo de la Ciudad, en el marco del Pacto Territorial por el Empleo. □



Aguas, un nuevo concepto

Esta es la credencial de Aguas, una empresa con una experiencia de más de siete años en el mercado que el pasado mes de mayo puso en marcha su red franquiciadora de centros de bronceado. Además de su centro piloto de bronceado, el más grande de Europa, el resto de sus establecimientos están sistematizados e informatizados de tal forma que los franquiciados y franquiciadas puedan gestionarlos desde su propia casa a través de conexiones diarias o semanales. Para este año, Aguas prevé una apertura aproximada entre 10 y 12 nuevos centros en distintas comunidades, entre ellas Andalucía. En los próximos tres años, esta enseña quiere contar con un mínimo de setenta y cinco. Otra de las credenciales de Aguas es el cumplimiento de las normativas españolas y europeas respecto a la maquinaria, su mantenimiento y también la información y el consejo a sus clientes. □



Programa formativo MBA en Andalucía

La Escuela de Organización Industrial (EOI) ha presentado su oferta formativa para el próximo curso en Andalucía relativa al programa de Dirección de Empresas MBA (Master in Business Administration). La iniciativa, que se estructura en módulos generales y específicos (MBA General, MBA E-Business, MBA Empresa Agroalimentaria y MBA Gestión Internacional), está orientada a proporcionar a los postgraduados y postgraduadas una visión global de las empresas y a formar a los futuros directivos/as en los instrumentos, las técnicas y las materias que integran las organizaciones empresariales.

Al consejo asesor del EOI pertenecen las empresas Agribética, Arión Consultores, Arthur Andersen, Cartuja 93, C.A.S.A., Comercializadora de Productos de Andalucía (CdeA), Coca Cola, Cruzcampo, Dopp Consultores, Emasesa, Sevillana de Electricidad y Persan. □



Nuevo centro de empresas en La Cartuja

El Parque Científico y Tecnológico de la Cartuja, en Sevilla, cuenta desde el pasado mes de junio con un nuevo centro de empresas ubicado en el Pabellón de Italia. Este nuevo enclave empresarial está preparado para acoger alrededor de veinte compañías de tecnologías avanzadas tras un proceso de reforma y ampliación que ha requerido una inversión de 1.650 millones de pesetas, fruto de una actuación conjunta de la Empresa Pública de Suelo de Andalucía y el Instituto de Fomento de Andalucía. □

Aceites del Sur, la empresa del año

Aceites del Sur recibió el pasado mes de junio el galardón de Antares "Empresa del Año" en la décimocuarta edición de este reconocimiento anual a la labor empresarial. Aceites del Sur, con sede en la localidad hispalense de Dos Hermanas, es líder en el sector aceitero y exporta sus productos a un total de 65 países de cuatro continentes. El pasado año esta empresa, de capital netamente sevillano, alcanzó una facturación superior a los 21.000 millones de pesetas. □



Mujer, poder y cultura



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

Aún hoy, en nuestro país, las mujeres padecen un evidente desequilibrio en la toma de decisiones y el reparto de poder respecto a los hombres, incluso estando mejor preparadas a nivel formativo y demostrando un perfil competencial más acorde con el puesto de trabajo en cuestión, lo que se constata a nivel cuantitativo y cualitativo.

Cuantitativamente, cuando hacemos alusión al número de mujeres que ocupan puestos de responsabilidad tanto en los poderes públicos como en los privados, tal y como nos demuestran las estadísticas; y de forma cualitativa, cuando contemplamos la cultura que persiste en nuestra sociedad en cuanto a los roles y tareas adjudicadas a la mujer.

Por tanto, para alcanzar y conseguir una real y progresiva igualdad, debemos introducir una política activa de promoción de la mujer, a través de la que se fomenten no sólo mejores oportunidades de trabajo a través de planes de desarrollo, sino también un cambio cultural en todas sus dimensiones.

Cuando hablamos de cambio cultural, nos referimos a la idea preconcebida de los/as empleadores/as respecto a que la mujer no tiene o posee especial dificultad para disponer de tiempo fuera del horario habitual de trabajo, debido al hecho de que prioriza la vida familiar, estereotipo sexista marcado culturalmente que impide a la mujer acceder a puestos de trabajo de mayor responsabilidad. Ello provoca lo que denominamos "techo de cristal", pues resulta una barrera invisible legalmente que las

mujeres no pueden rebasar y que les impide su desarrollo profesional, provocando desigualdades entre sexos a favor de los hombres.

Pero no sólo debemos actuar provocando un cambio en los/as empleadores/as. También debemos tener en cuenta la propia disyuntiva que se le presenta a la mujer cuando acomete un puesto de trabajo remunerado, pues asume la responsabilidad laboral a favor de su desarrollo profesional, y la responsabilidad familiar a favor del cuidado de los/as hijos/as y el hogar.

Ésto se traduce en la doble jornada laboral a la que se enfrentan las mujeres, por lo que la asunción de un puesto de las características de las que estamos hablando conlleva una dificultad añadida para ellas, porque aunque cada vez más la pareja colabore en las tareas familiares, no se presenta más que como una ayuda y no como una asunción de responsabilidades, a lo que se suma la falta de delegación de responsabilidades de la mujer al hombre, pues a través de la cultura transmitida, se confía más en el instinto maternal y el cuidado que ellas otorgan a los/as hijos/as y al hogar.

De ahí que se fomente el cambio cultural en todas sus dimensiones (roles y tareas adjudicadas a la mujer, parámetros sobre el trabajo y la calificación profesional, aceptación de la responsabilidad compartida por hombres, mujeres y la sociedad en su conjunto), creando instancias de control para el cumplimiento de las normas y los propios objetivos marcados, que se resumen en la igualdad de oportunidades. □



Armas de Mujer

Nuestro propósito es que te sientas informada de verdad en todo momento. Diariamente te ofrecemos la mejor y más completa información para que conozcas todo aquello que necesitas saber para afrontar cada nuevo día.

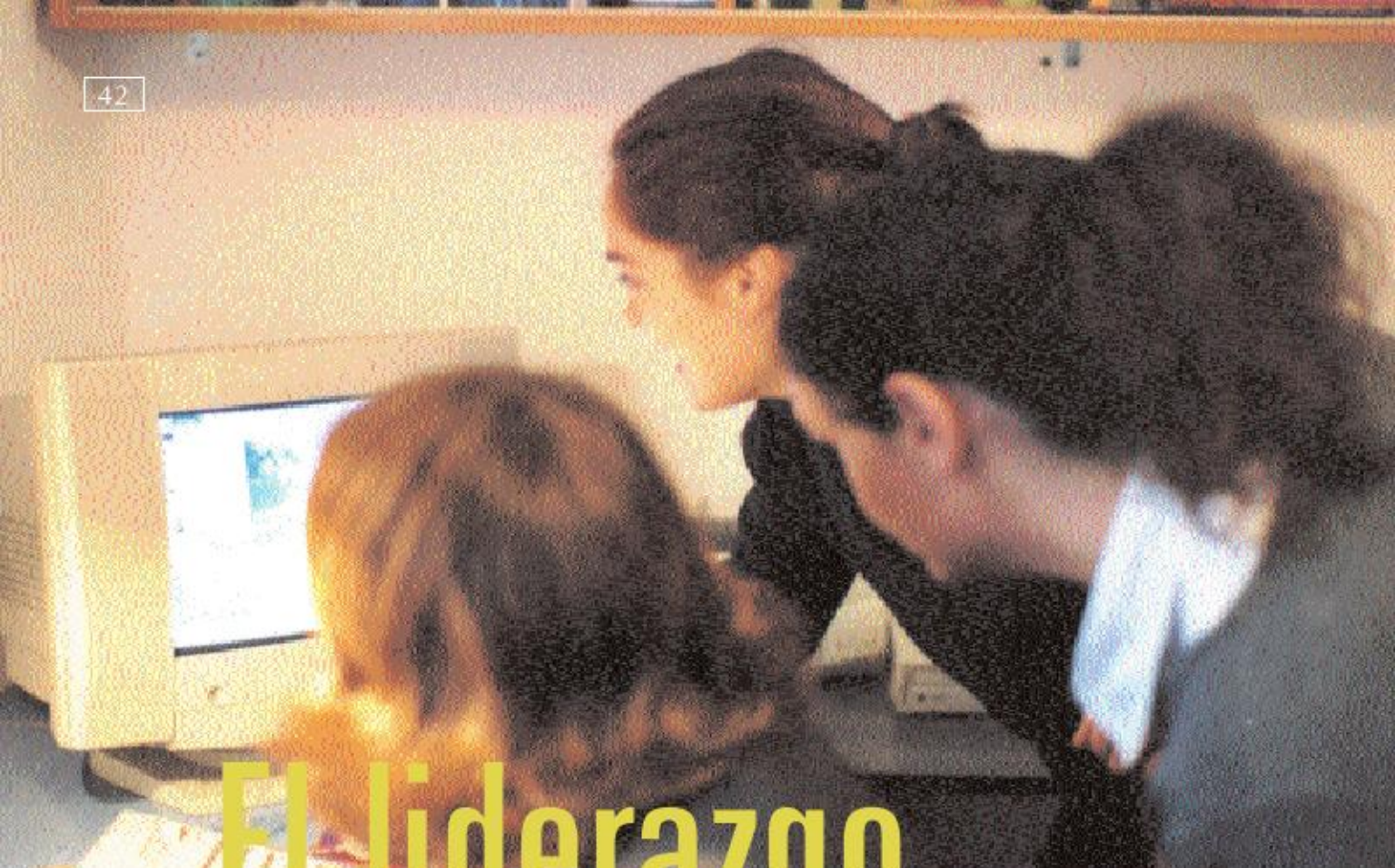
Y además, todos los sábados, "Mujer de Hoy", un especial con el que pretendemos dar respuesta a tus inquietudes e intereses sobre las relaciones familiares, laborales, el hogar, la belleza...



Los Sábados con Diario de Sevilla



Todos los partidos



El liderazgo transformador: Una nueva forma de dirigir

La dirección no debe ejercerse de forma cerrada. Esto es lo que propone el nuevo modelo de liderazgo transformador, cuyos valores principales son el apoyo, la aceptación del cambio y la interacción entre los miembros del equipo de trabajo. **Paloma Gascón***

Ercer un liderazgo transformador consiste en realizar una función de animación y apoyo a un grupo hacia la consecución de su tarea. Este modelo de dirección necesita partir de un profundo conocimiento de una misma y de las dinámicas que mueven la interacción de las personas dentro de un grupo.

El liderazgo transformador se basa en un profundo talante democrático que lleva a la líder a adjudicar este mismo

papel al miembro del grupo que en cada momento pueda ejercer la función facilitadora más adecuada. Esto no significa abdicar como jefa, al contrario, como tal jefa y líder se le encomienda la dirección del equipo en una situación muy concreta a la persona más idónea. Un ejemplo sencillo puede ser la dirección de una reunión sobre un proyecto específico: la puede llevar la responsable del proyecto y la Jefa del Área, participar como un miembro más.

A continuación mencionamos los cinco puntos que explican con más claridad este modelo de liderazgo transformador.

¿Qué supone liderar de una forma transformadora?

Requiere un esfuerzo constante para desarrollar:

- ◆ Lo más valioso de una misma (nuestros puntos fuertes)
- ◆ El fortalecimiento de nuestro carácter (trabajar nuestro desarrollo personal)
- ◆ El conocimiento profundo de una misma (autoanálisis de nuestras reacciones, conductas, motivaciones, roles, temores, etc)

Liderar no es más que un momento del proceso del grupo. Puede ser ejercido por todos los miembros del grupo, según el momento del proceso por el que el equipo esté pasando y según las habilidades que pueda aportar en ese momento un determinado miembro de ese grupo.

Tareas principales

Las tareas principales de una líder transformadora consisten en acompañar nuestro sentido ético y moral con lo que el grupo está demandando en cada momento. Para ello es necesario:

- ◆ Un análisis constante de nuestras actitudes y creencias con respecto al grupo
- ◆ Una actitud abierta y sensible a las necesidades personales y emocionales de cada uno de los miembros que componen el grupo
- ◆ Estar dispuesta a ceder la función de liderazgo de una manera fluida

a la persona que sea más adecuada según el momento.

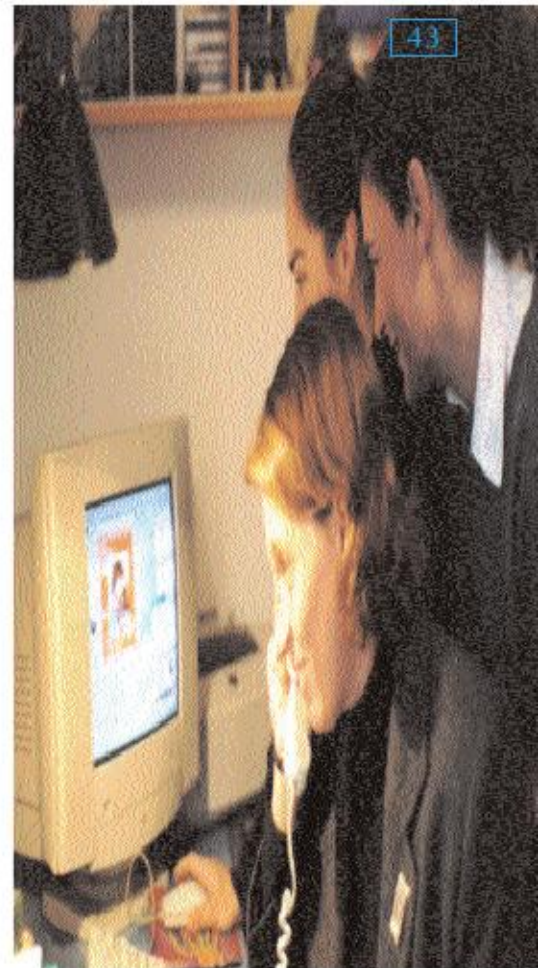
Asimismo, una líder transformadora tiene que:

- ◆ Experimentar y mostrar el máximo interés por el bienestar del grupo en su conjunto, es decir, "cuidar al grupo"
- ◆ Estimular la relación del grupo con el resto del mundo, siendo un nexo entre el grupo y la realidad que lo rodea
- ◆ Adjudicar y fomentar la función de liderazgo al miembro que pueda ejercerlo adecuadamente en cada momento

Acciones

Lo que una líder transformadora debe hacer es:

- ◆ Estar disponible para todo el grupo
- ◆ Alinearse con la parte del grupo que en cada momento necesite más apoyo
- ◆ Facilitar la expresión de los talentos, las ideas, la creatividad, los conocimientos, etc. de cada uno de los miembros del grupo
- ◆ Fomentar la expresión de las emociones, las tensiones, los
- ◆ anhelos, los conflictos y los estados de ánimo que en cada momento planean sobre lo que está sucediendo en el grupo
- ◆ Reflejar todo lo que acontece en los planos consciente e inconsciente, siempre que se de una interacción personal
- ◆ Prestar atención, manifestar todo lo que sucede y estar presente
- ◆ Tener claro y saber consciente mente que el único programa personal es ayudar al grupo a conseguir su objetivo



Habilidades y actitudes

Para ser una buena líder transformadora es necesario poseer:

- ◆ Un auténtico sentido de servicio a los demás
- ◆ Un profundo talento democrático
- ◆ Facilidad para percibir a los demás tal como son
- ◆ Capacidad para amar, creer y confiar en todos los miembros del grupo
- ◆ Apertura constante al cambio: propio, del grupo y de lo que le rodea
- ◆ La vivencia de que ser líder es sólo ser un miembro más del grupo

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



El papel de la mujer en la nueva economía

Gracias a las nuevas tecnologías, la presencia de la mujer en los puestos directivos se ha triplicado en los últimos once años. Este es sólo uno de los datos que evidencia la importante aportación de la mujer a la nueva sociedad de la información, en la que aparecen nuevas fórmulas laborales, entre ellas, el teletrabajo. **M.E.R.**

Las nuevas tecnologías ofrecen a la mujer la posibilidad de integrarse en el mercado laboral y acceder a puestos de responsabilidad en igualdad de condiciones. Ésta fue alguna de las conclusiones alcanzadas en el seminario "Sociedad del conocimiento con conocimiento de mujer" que, organizado por la Fundación Directa y la Junta de Andalucía, tuvo lugar en la Confederación de Empresarios de Andalucía los dos primeros días del pasado mes de junio. En él se abordaron las

implicaciones profesionales, personales y familiares que tiene para la mujer la actual sociedad de la información y el papel que está llamada a desempeñar en el escenario de la nueva economía, marcada por el uso de internet y las nuevas tecnologías de la información.

Nuevas posibilidades

De cada diez nuevos usuarios de la red en el mundo, seis son mujeres. Este dato esperanzador contrasta todavía con el porcentaje de usuarias de Internet en España, cifrada tan sólo en un 30%. Los principales obstáculos de las mujeres para acceder a las nuevas tecnologías son el tiempo y la falta de recursos económicos.

No obstante, su utilización por parte de las mujeres está creciendo a buen ritmo, como demuestran los datos recabados en el proyecto Clever, desarrollado por la Universidad de Sevilla, a través de su grupo IDEA y cuatro empresas de formación con amplia experiencia en el ámbito de las nuevas tecnologías. Según esta muestra, el 50,4% de las mujeres encuestadas considera las nuevas tecnologías de la información como algo novedoso, mientras que el 44,7% las califica como esenciales. Tan sólo un 5% las tacha de inútiles. Nada más irreal: gracias a las nuevas tecnologías, las mujeres han triplicado su presencia en los cargos directivos durante los últimos once años, pasando del 10% al 32,5%. Además, de cada diez mujeres conectadas a la red, ocho tienen altas responsabilidades en sus respectivas empresas, según un informe del *Business Week*.

Los autores del proyecto Clever también señalan que una buena fórmula para facilitar y fomentar el aprendizaje y manejo por parte de las mujeres de las nuevas tecnologías son los cursos semipresenciales, que garantizan por un lado la comunicación directa en ciertos momentos del curso y por otro, evitan los desplazamientos desde el hogar o el lugar de trabajo. En este sentido, se ideó y puso en marcha por parte de la Fundación

La utilización por parte de las mujeres de las nuevas tecnologías de la información está creciendo a buen ritmo

Directa el proyecto Telebalance, un itinerario formativo que a lo largo de los dos últimos años ha promovido el acercamiento a las nuevas tecnologías, propiciando su uso en función de las distintas profesiones de las personas participantes. La red era la principal plataforma de trabajo de este proyecto, complementada por distintas entrevistas y tutorías personalizadas a modo de seguimiento.

Necesidades y perfiles profesionales

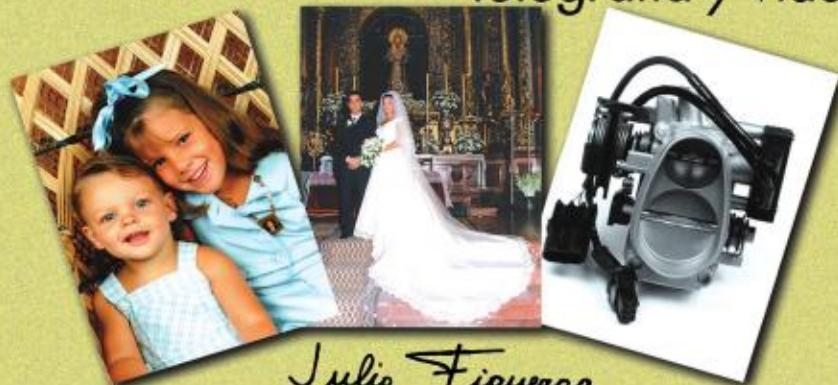
Las empresas acusan, evidentemente, los vertiginosos cambios provocados por la irrupción de las nuevas tecnologías en sus sistemas de funcionamiento. Prueba de ello es el teletrabajo, una fór-

mula que permite realizar las tareas laborales sin moverse de casa a través de redes telemáticas. Ya en 1998 más de quince millones de personas en todo el mundo eran teletrabajadores, de los cuales 7,4 millones eran empleados y empleadas a jornada completa, 4,3 millones colaboradores autónomos y otros cuatro millones propietarios de pymes. El teletrabajo tiene un enorme potencial para las mujeres, ya que les facilita conjugar su vida laboral con su vida personal y familiar. Además, representa una interesante vía, junto a la adaptación del horario laboral o el desarrollo de servicios para el cuidado de los familiares dependientes, para propiciar la presencia de la mujer, en igualdad de condiciones con los hombres, en los puestos directivos.

Las distintas directivas y empresarias asistentes a este seminario animaron a las empresas a adoptar estas fórmulas, especialmente a las empresas familiares andaluzas -ya que representan el 95% del tejido productivo de la comunidad- y a facilitar el acceso de la mujer a los puestos directivos, ya que esta incorporación puede detener el descenso de la actividad productiva en las empresas familiares y puede propiciar más rápidamente su adaptación a las exigencias de la globalización y la nueva economía, entre ellas, el reto de la internacionalización. □

*Especialistas en
Fotografía Industrial
y
Reportajes de Boda*

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



fotografía y video

Julio Figueroa

Cursos y formación

Universidad Internacional de Andalucía (UNIA)

Huelva

Del 31 de julio al 4 de agosto

- ✂ Escuela y sociedad de la información: internet como recurso didáctico
- ✂ La enseñanza secundaria obligatoria a debate. Luces y sombras de una etapa educativa problemática
- ✂ La siniestralidad laboral en España

Del 7 al 11 de agosto

- ✂ Estrategias en comunicación empresarial e institucional en el marco iberoamericano
- ✂ Gastroenterología y nutrición pediátricas para enfermería
- ✂ La administración local en España, entorno institucional del ciudadano

Del 14 al 18 de agosto

- ✂ Desarrollo de la genética humana y su impacto en los derechos humanos
- ✂ Globalización, deuda externa y exigencias de la justicia social internacional
- ✂ El desarrollo local en España e Iberoamérica. Entre lo global y la escala humana

Del 21 al 25 de agosto

- ✂ Papel de la literatura en los procesos sociales de Iberoamérica
- ✂ Innovación educativa y motivación para el aprendizaje en la enseñanza obligatoria
- ✂ La ley de extranjería a la luz de las obligaciones de España en derechos humanos

Del 28 de agosto al 1 de septiembre

- ✂ Convergencia real en la Unión Europea: las prestaciones sociales
- ✂ Periodismo de investigación: decadencia y responsabilidad social

- ✂ Políticas educativas sobre la infancia en la modernidad tardía.

Jaén

Del 21 al 25 de agosto

- ✂ Comprender la evaluación. Evaluación del rendimiento y comprensión del proceso educativo
- ✂ El futuro de la izquierda
- ✂ Turismo en las ciudades históricas

Del 28 de agosto al 1 de septiembre

- ✂ Innovación educativa y motivación para el aprendizaje en las etapas infantil y primaria
- ✂ Genética humana en el tercer milenio: aspectos éticos y jurídicos
- ✂ Coeducación y sexismo
- ✂ Nuevos horizontes en el desarrollo rural: la innovación en la articulación del territorio

Para más información: Rectorado de la Universidad Internacional de Andalucía.

Tif.: 954 46 22 99. Fax: 954 46 22 88.

E-mail: unia@unia.es

Página web: www.uia.es

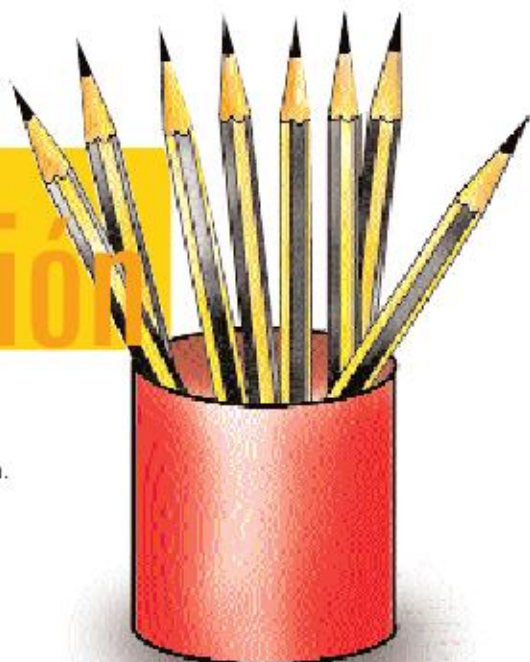
Centro de Teleformación Ingenia

Programación Multimedia. Macromedia Flash y Director. El objetivo del curso es desarrollar aplicaciones y proyectos multimedia por medio del software de autor Macromedia Director.

Los participantes adquirirán conocimientos teóricos sobre imágenes digitales, el entorno de desarrollo, técnicas de animación, integración y programación avanzada con lingo.

Del 10 de julio al 13 de octubre.

- ✂ Comunicaciones: Seguridad
- ✂ Programación: Java básico



Para más información: Ingenia (Ingeniería e Integración Avanzadas) Parque Tecnológico de Andalucía, c/ Marie Curie, 9-11.

C.P.: 29590. Campanillas (Málaga).

Tif.: 952 02 93 00.

E-mail: info@ingenia.es

Página web: www.campus.ingenia.es

Fenpa (Federación Andaluza de Espacios Naturales Protegidos en Andalucía)

- ✂ Especialización en educación ambiental en el medio rural. Del 10 al 14 de julio. Parque Natural de los Alcornocales. Cortes de la Frontera.
- ✂ Fotografía en la naturaleza. Durante el mes de julio.

Para más información: Fenpa

Avda. Héroes de Toledo, s/n.

Edificio Toledo II, 3ª plta, módulo 3.

Sevilla. Tif.: 954 662 111

Ferías

- ✂ Congreso Alhambra 2000 de Etnomatemáticas. Del 3 al 7 de julio. Palacio de Exposiciones y Congresos de Granada. Paseo del Violón, s/n. Granada. Tif.: 958 246 700
- ✂ Página web: www.pcgr.org

FINANCIAMOS
SU TRATAMIENTO

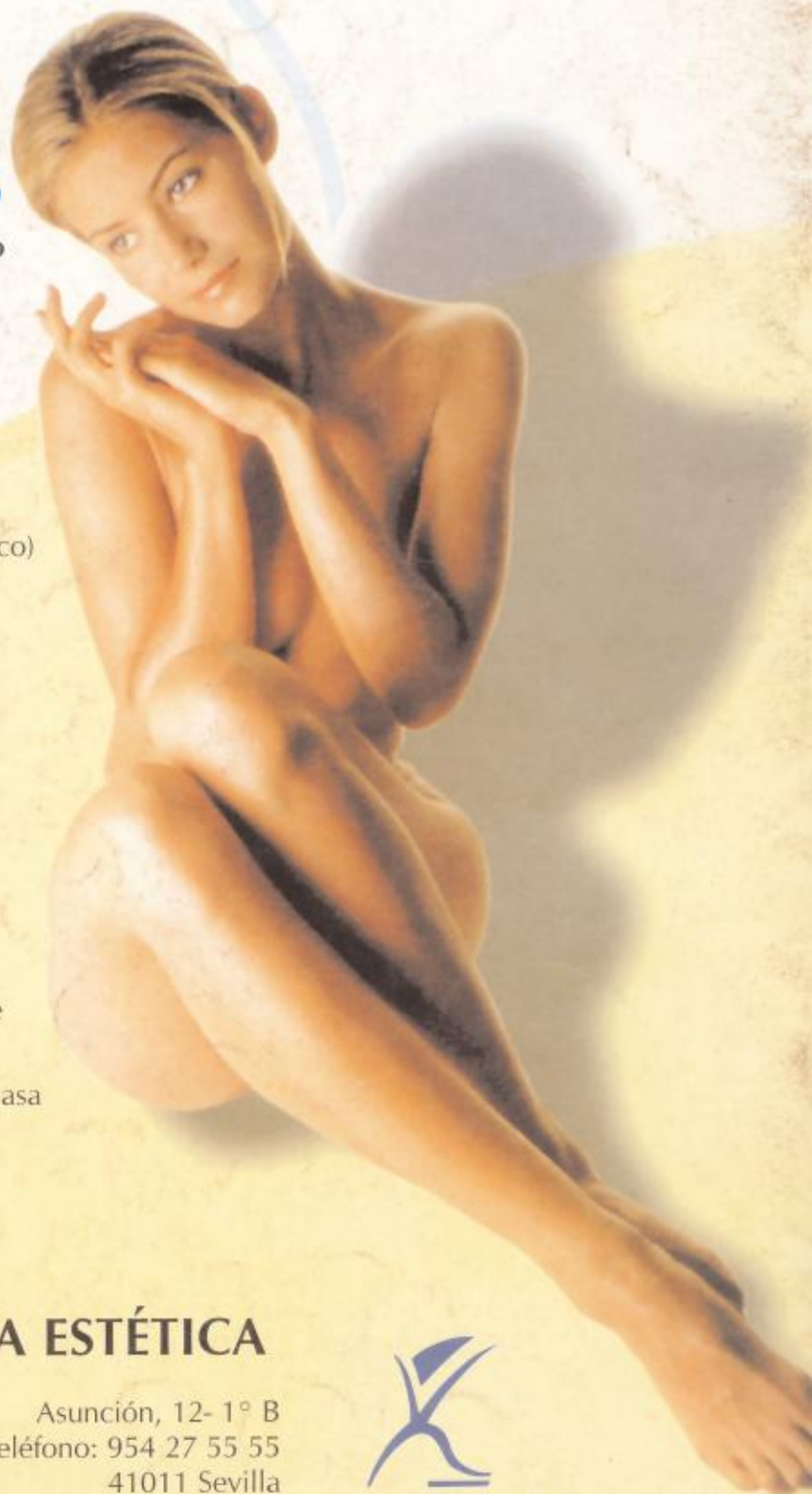
SI ALGO NO TE GUSTA ¿POR QUÉ NO LO VAS A CAMBIAR?

Tratamientos corporales

- ♦ Endermologie: **Nuevo y revolucionario** tratamiento contra la celulitis
- ♦ Depilación láser: últimos avances con **Laser Alexandrita**
- ♦ Reducción y aumento de pecho
- ♦ Lipoescultura
- ♦ Obesidad, dietas personalizadas
- ♦ Varices (tratamiento médico y quirúrgico)

Tratamientos faciales

- ♦ Peeling químico
- ♦ Problemas de acné
- ♦ Eliminación de arrugas sin cirugía
- ♦ Aumento de grosor de labios
- ♦ Despigmentaciones
- ♦ Relleno de arrugas: New-Fil Dermalive (colágeno, hialurónico, gore-tex...)
- ♦ Cirugía de nariz, párpados y ojeras en asa



MEDICINA Y CIRUGÍA ESTÉTICA

Dr. José Manuel Caro Cordero
Pl. Príncipe de Asturias, 20
Teléfono: 954 15 19 92
41940 Tomares (Sevilla)

Asunción, 12- 1º B
Teléfono: 954 27 55 55
41011 Sevilla



Centro de Medicina Estética

Internet: la mar de cosas



Victoria Cabrera
Periodista y Directora
de CPS Comunicaciones

Las vacaciones están ya a la vuelta de la esquina y ahora es nuestro momento para descansar y relajarnos después de un intenso año de trabajo. Aunque también, el periodo vacacional es un buen momento para planificar y retomar los temas que por falta de tiempo no hemos podido abordar a lo largo del año. Internet es un buen ejemplo. Para los que todavía no se han iniciado en la red de redes y para los que todavía tienen la paciencia de ponerse delante de la pantalla de su ordenador, Internet ofrece un abanico enorme de posibilidades aplicables a casi todo (por no decir a todo).

El eterno debate sobre internet, "ocio o negocio", es un buen ejemplo que nos ilustra muy bien el uso que podemos hacer de la world wide web, según nuestras propias necesidades. Y es que "navegando" podemos encontrar "la mar de cosas"...

Por ejemplo, los más rezagados que todavía no han hecho planes para marcharse este verano, pueden organizarse unas merecidas y espléndidas vacaciones sin necesidad de moverse de su casa. La proliferación de webs y portales especializados en turismo y viajes conforman una variada y atractiva oferta con la que los internautas pueden planificar hasta el último detalle de sus vacaciones: reservas, hoteles, restaurantes, ocio, playas, montaña, campings..., todo se puede encontrar en Internet. Los recursos de la red son inagotables y de esta forma, encontramos numerosas webs tales como www.mundoviajes.com, www.travelprice.com, www.iberica.com ..., con gran cantidad de servicios y con una casi inmediata actualización.

Este verano, la oferta deportiva es muy atractiva y la celebración de la Eurocopa de fútbol y las Olimpiadas de

Sydney lo demuestran. La mayoría de portales generalistas y especializados contienen información muy actual sobre los últimos acontecimientos de estos dos eventos deportivos. Como ejemplo de sitios especializados encontramos www.libredirecto.com y www.sydney2000.es respectivamente.

En cuanto a la oferta cultural, son también muy numerosas las páginas en las que encontramos todas las iniciativas que están teniendo lugar o que van a tener lugar en Andalucía durante los próximos meses (www.tucidad.com, www.lanetro.com, www.elcultural.com...).

Y por lo que se refiere al mundo empresarial y al comercio electrónico, son muchas las webs que nos pueden interesar según el sector económico en el que nos movamos, aunque necesariamente tenemos que destacar el acuerdo en materia de comercio electrónico entre Ceca, la Confederación Empresarial del Comercio de Andalucía y la multinacional Hewlett Packard, por el que se crea la plataforma de comercio electrónico más grande del mundo, desarrollada con la última tecnología en este campo, que dará servicios a más 10.000 comercios andaluces en el corto plazo de tres años. Con una inversión que rondará los 4.000 millones de pesetas, este proyecto permitirá al comerciante andaluz ser dueño de su propio futuro, dotándole de las herramientas necesarias para que esté preparado cuando llegue el verdadero "boom" del comercio electrónico.

Todo esto y mucho más os avanzaré en nuestra próxima entrega, eso sí, después del verano. Que tengáis unas muy buenas vacaciones y ¡nos vemos en septiembre! □

La revista empresarial líder en Andalucía



350 ptas.

y si quieres suscribirte



954 53 98 47

Ideas, Personas e Instrumentos para dirigir la Empresa

Cuáles son, cuánto venden, cómo venden y quiénes dirigen las empresas andaluzas.

Todas las provincias, todos los sectores, las mejores ideas y los mejores instrumentos



Un medio indispensable para estar al día

Uni2:**La comunicación es un regalo**

Uni2 ha lanzado la tarjeta prepago promocional, una herramienta dirigida a las empresas, y concretamente, a los profesionales de la promoción y el marketing. Esta tarjeta les permitirá ofrecer de forma gratuita minutos de comunicación a sus clientes, ya que se traduce en un crédito de llamadas. Al igual que la de prepago universal de Uni2, esta tarjeta prepago permite realizar llamadas desde cualquier teléfono, tanto desde cabinas como desde fijos o móviles, marcando un número de acceso al servicio gratuito.



Uni2 permite además que la empresa pueda diseñar a la carta la tarjeta, de forma personalizada, con el logotipo, producto o servicio que desee destacar e incluyendo mensajes y jingles propios como anuncio de bienvenida, que el cliente escuchará antes de cada llamada. □

Iberica.com: Un portal turístico en español

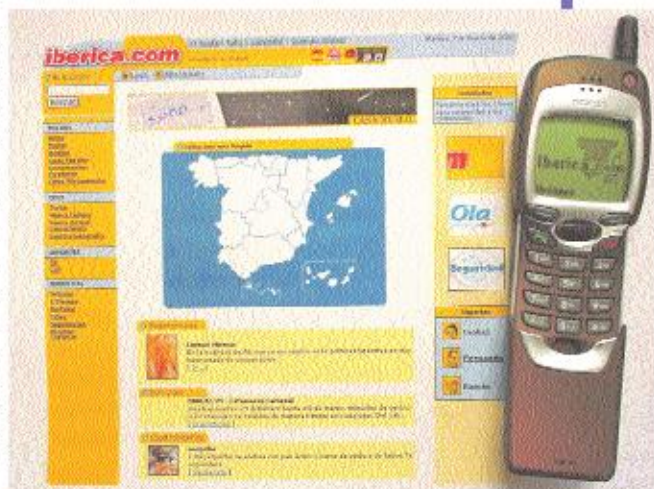
Iberica.com, núcleo de la división de contenidos del grupo Ola Internet, recientemente adquirido por el grupo Picking Pack, es una de las mayores guías de turismo y ocio referidas a España en Internet: posee aproximadamente un millón de referencias de todas las provincias españolas y contiene más de 200.000 páginas publicadas, centras

fundamentalmente en contenidos de carácter turístico, histórico y cultural.

La guía de Iberica.com está diseñada para todos aquellos/as internautas a los que les gustan las nuevas experiencias. Iberica.com ofrece a los usuarios la información

actualizada sobre turismo y ocio en España, incluyendo, además de las principales ciudades españolas, distintos pueblos y rutas por las zonas más desconocidas.

Este portal pretende reforzar aún más sus contenidos a través de la



colaboración con portales nacionales e internacionales y llegar a convertirse en un portal de referencia en materia turística para los países europeos y también para América Latina. Además, mediante estas alianzas, establecidas ya con Lycos, Despegar.com o Guay.com, entre otros, Iberica.com quiere aumentar el tráfico de su portal, cifrado actualmente en 1.600.000 páginas vistas al mes. □

Kodak: Imágenes en la red

La empresa Kodak, tras el acuerdo de colaboración con la compañía AT&T, ofrecerá la plataforma ideal para la transmisión de imágenes digitales, local o globalmente, a través de la red. Kodak, contando con los principales servicios de negocio de AT&T, facilitará a sus clientes una amplia gama de velocidades y formas de acceso a Internet, garantizando la seguridad y el alto rendimiento de los datos privados y de

las comunicaciones públicas. Esta gama de servicios permitirá a Kodak distribuir las distintas aplicaciones, mediante la transmisión de imágenes de alta calidad y el acceso a bases de datos corporativas, entre otras.

Los servicios de imagen en la red forman ya parte de los ofrecidos por Kodak, e incluyen la consultoría, la planificación, la evaluación, el diseño, la implementación y los soportes para imágenes en Internet. □

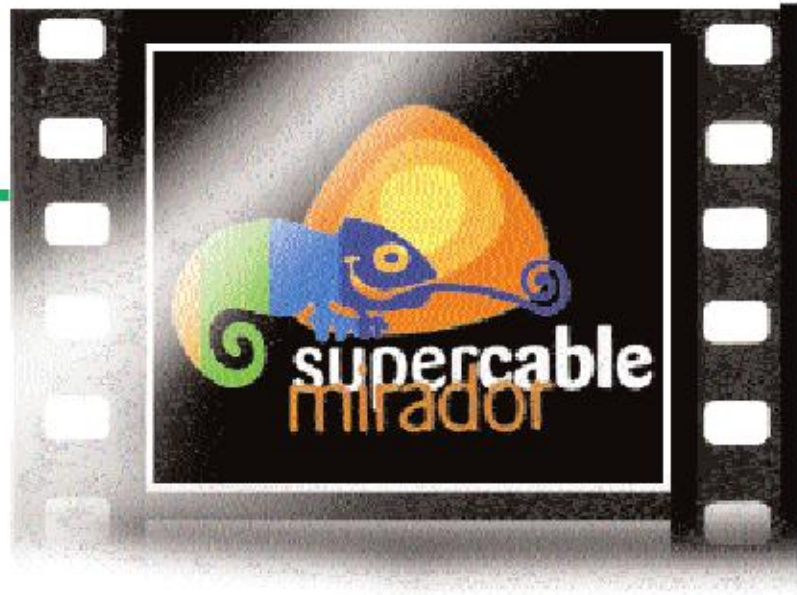
Supercable: Cine de estreno

El servicio Mirador, la apuesta más reciente del operador de telecomunicaciones Supercable, le permitirá disfrutar del cine de estreno, a la carta, desde su casa. Se trata de una iniciativa pionera, ya que los canales de Mirador permiten, desde emisiones digitales por cable, ver películas de estreno durante todo el día. La oferta de Supercable integra 162 películas al año, de las que alrededor de 90 no se han emitido antes en televisión. El cliente, utilizando el mando a distancia, puede adquirir estos títulos por 425 pesetas cada uno, excepto los reservados para adultos, aglutinados en uno de los cinco canales de Mirador, cuyo precio asciende a 600 pesetas.

Para ofrecer este primer servicio interactivo, el operador andaluz ha establecido acuerdos con los cinco estudios cinematográficos norteamericanos: Columbia

TriStar, Metro Goldwyn Mayer, Twentieth Century Fox, Paramount Pictures y Universal Studios.

La creación de Mirador se traduce también en una apuesta por la promoción del cine andaluz y el apoyo a la producción de largometrajes y cortos. Supercable está preparando ya el primer certamen de visión de cortos andaluces para el próximo otoño, lo que podría ser además el primer paso para la creación de un canal de cortos en abierto, según ha señalado la responsable de Contenidos de Supercable, Lola Álvarez. □



Cotec: Claves para la transformación de las pymes

El impacto de las nuevas tecnologías, que está generando múltiples transformaciones en las pymes españolas, ha sido analizado en el Informe 2000 sobre Tecnología e Innovación en España, que ha presentado recientemente la Fundación Cotec, que cumple este año su décimo aniversario.

Este informe constata que las estrategias españolas se aproximan paulatinamente a las europeas, especialmente en los sectores de alta tecnología y que además se está intensificando la capacidad competitiva en los sectores tradicionales.

La Fundación Cotec también dedica una atención especial a las expectativas ante el Plan Nacional de Investigación Científica, Desarrollo e



Innovación Tecnológica 2000-2003, que, por primera vez, reconoce la importancia

para las empresas de evolucionar en materia de innovación y disponer de un proyecto público dirigido al desarrollo de productos y procesos. □

propio

Estilo

La robustez y la ligereza no son dos conceptos reñidos para Audi, Volkswagen y Mitsubishi, que logran reunir en sus modelos el diseño y la técnica más avanzados. Por Antonio Gómez

Audi A2 El más ligero en su clase

Es el primer coche de aluminio del mundo fabricado en serie. El Audi A2 reúne con armonía numerosos aspectos que podrían ser contradictorios. Además de ser el vehículo más ligero de su clase, tiene un diseño inteligente; es robusto y amplio. Destaca por sus contenidos niveles de consumo y dinámica conducción. Su carrocería es compacta y su interior ofrece una generosa habitabilidad. Audi anuncia que fabricará 15.000 unidades al año del A8. Por lo que respecta al A2, la marca prevé vender unas 60.000 unidades.

El avanzado diseño del A2 aúna la ligereza y la robustez. Los perfiles multiformes en el techo y la amplia superficie acristalada en su parte trasera acentúan el elegante diseño de la parte posterior. La elevada línea de cintura lateral refleja su robustez, que fortalece esa sensación de seguridad de todo el conjunto. El concepto "two box desing" separa visiblemente los volúmenes frontal y central de la carrocería del Audi A2. Las claras líneas de todos los elementos de la carrocería, con separaciones claras y pasaruedas geoméricamente integrados, le dan carácter a su avanzado diseño. Su frontal denota un atlético estilo de carácter dominante. Esta fuerte personalidad culmina con los parachoques, casi

completamente integrados, y sus faros de moderno diseño, que culminan con la calandra delantera, conformando una armoniosa unidad rodeada de un original marco cromado. El portón posterior desciende hasta la parte superior del parachoques. Su amplio ángulo de apertura permite una carga y descarga cómoda. Un spoiler optimiza el comportamiento aerodinámico, canalizando el aire por encima de la amplia superficie acristalada.

Características técnicas

Alta rigidez de la carrocería, óptimo comportamiento de las suspensiones, eje elástico anterior con suspensiones independientes tipo McPherso y tren posterior de brazos interconectados con sistemas electrónicos en el chasis, además de los sistemas de estabilidad ESP, ABS, de distribución electrónica de la presión de frenado (EBV) y de control de tracción (ASR), son algunas de las prestaciones del Audi A2, que posee dos motorizaciones de 1,4 litros y 75 CV, en versiones de gasolina y TDI, y una caja de cambios de cinco velocidades. El TDI cuenta con un motor de tres cilindros dotado de sistema de alimentación por inyector-bomba. El nuevo A2 cumple todos los requisitos de seguridad pasiva. Con relación al equipamiento, la marca ofrece un elevado número de configuraciones, desde el novedoso techo corredizo a la toma de corriente de 12 voltios instalada en el maletero. □



Nuevo Volkswagen Sharan

La segunda generación del monovolumen de Volkswagen salta al mercado totalmente renovado. Sobresale el confort y los elementos de seguridad, así como la nueva caja de cambios de seis velocidades. Exteriormente, mantiene sus rasgos "físicos" en cuanto a las puertas y el techo. Se han reestilizado y rediseñado las luces traseras, ahora situadas en posición vertical, integrándose en el mismo elemento los faros de marcha atrás y las luces antiniebla. Los grupos ópticos transparentes delanteros confieren al conjunto un aspecto más agresivo. Su interior ha sido renovado: incorpora nuevos elementos en el cuadro de mandos de nuevo diseño y con iluminación azul. Nuevos

portaobjetos y los salpicaderos acordes con los últimos modelos del fabricante, son también algunos de los nuevos detalles.

Tres son los nuevos motores del Sharan con los que se comercializa en nuestro país: el 1.8 turbo de 150 CV en sus versiones Conceptline y Comfortline el 1.9 TDI de 115 CV Conceptline, y el 2.8 litros con una potencia máxima de 204 caballos

CV V6 Highline. También esta disponible para las motorizaciones TDI 115 CV y el 2.8 de 204 CV, la versión con tracción 4Motion y el cambio automático Tiptronic. En materia de seguridad, incorpora de serie ABS, los airbag laterales en toda la gama, doble climatronic que permite ajustar la temperatura de forma independiente en la zona delantera y trasera, y ajuste lumbar en los asientos delanteros. □



Mitsubishi Carisma

Son numerosas las mejoras estéticas y técnicas que ha recibido el Carisma con relación a su predecesor, destacando, entre otras, el nuevo diseño exterior, más elegante y aerodinámico, la renovación del ambiente interior en el que se han empleado nuevos materiales, nuevas tapicerías y el novedoso display informativo, ubicado en la parte alta de la consola, además del climatizador de aire automático con purificador de aire, las dos nuevas terminaciones, Classic y Elegance, las tres motorizaciones disponibles, destacando el 1.8 GDI -inyección directa de gasolina-, cuyos consumos son muy reducidos, y las nuevas soluciones en materia de

seguridad activa, -como el ABS de serie en toda la gama-, y pasiva, que dan lugar a un completo equipamiento para superar cualquier exigencia en este sentido. En cuanto a los precios, se inician en el 1.6 Classic de cuatro puertas, que alcanza los 2.680.000 ptas. y finalizan en el Elegance 1.9 TD de cinco puertas, que llega a los 3.420.000 ptas., más las 43.243 ptas. que hay que añadir a todos los modelos, como opción a la pintura metalizada. □



La acción de cesación en las comunidades de propietarios



Inmaculada Díaz López
Abogada

a fluidez de las relaciones de vecindad ha sido uno de los objetivos primordiales de la actual Ley de Propiedad Horizontal. Prueba de ello es su mayor flexibilidad, dinamismo y eficacia en comparación a la anterior, sobre todo para solventar los conflictos que pueden surgir de la convivencia en común.

A mi parecer, una de sus más destacables innovaciones consiste en la posibilidad de privar al propietario del uso de la finca por un tiempo no superior a tres años e incluso extinguir el derecho del ocupante no propietario, como por ejemplo un arrendatario, ordenando el inmediato desalojo de la vivienda o del local.

Para la adopción de esta rigurosa medida, así como de otras menos graves, que en todo caso han de ser impuestas por vía judicial, será preciso que se realicen en el interior de la vivienda o local, o bien en el resto del inmueble, actividades prohibidas en los Estatutos de la Comunidad, que resulten dañosas o contravengan normas legales sobre actividades molestas, insalubres, nocivas, peligrosas o ilícitas, entre las que se pueden citar las siguientes: la instalación de aparatos cuyo peso ponga en peligro la resistencia de la estructura del edificio, el ejercicio de la prostitución de modo notorio, el almacenamiento de productos tóxicos o inflamables, la producción de ruidos, normalmente procedentes de bares, pubs, discotecas y establecimientos similares, la acumulación de residuos urbanos (basura) que produzcan mal olor o la tenencia de animales sin procurarles la atención y cuidados elementales.

Además, es también posible iniciar el procedimiento establecido en el artículo 7 de la Ley de Propiedad Horizontal, si el ocupante del piso o del local, a pesar de realizar actividades lícitas, se extralimita en sus derechos y actúa con un manifiesto abuso de los mismos, ocasionando, de forma intencionada, molestias a todos o a alguno de sus vecinos, como el supuesto de arrojar desperdicios al patio común, tender ropa tapando la ventana de abajo o escuchar música a todo volumen, sin respetar el horario de descanso de los demás.

Los pasos a seguir por la Comunidad de Propietarios para eliminar el problema son los siguientes:

1º El presidente tiene que requerir al perturbador que cese de forma inmediata en sus actividades, advirtiéndole expresamente

que de no atender a dicho requerimiento se iniciarán acciones legales contra él. El requerimiento tiene que hacerse de forma que quede expresa constancia de su contenido y sea recibido por su destinatario, por lo que es recomendable que se haga mediante una carta por conducto notarial, a través del juzgado en un acto de conciliación o lo más económico y sencillo, enviándole un burofax por correo.

2º Si pese al requerimiento, el vecino en cuestión persiste en su actitud, el presidente debe convocar a la Junta de Propietarios para que le autorice a demandar judicialmente al infractor y ejercitar la **acción de cesación**, para lo cual será precisa la intervención de un abogado.

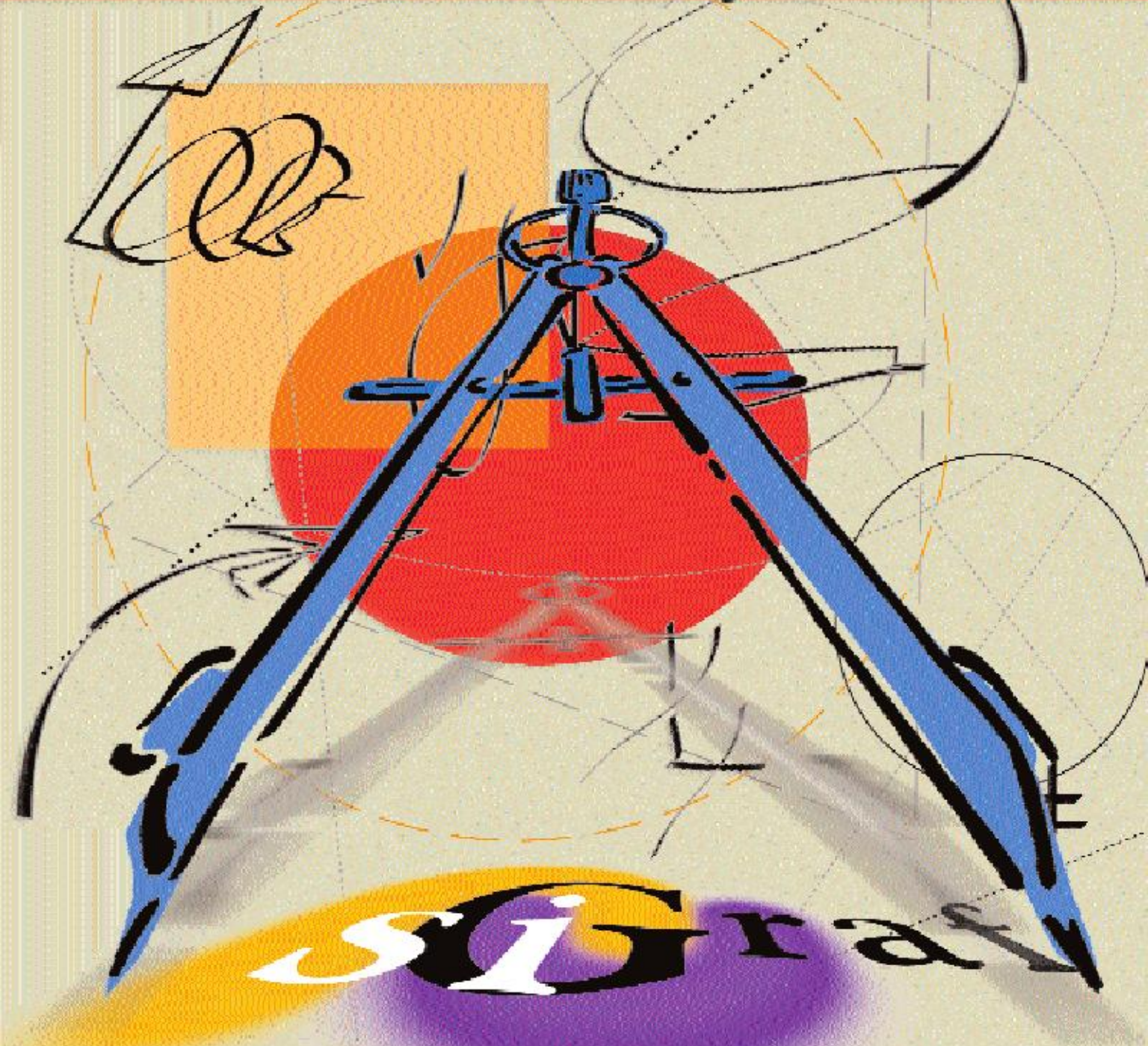
3º De ser el presidente quien esté realizando la actividad prohibida, existen distintas opciones, como que la Junta elija y designe a un propietario al que apodere expresamente para el ejercicio de la acción de cesación, que inste la remoción del cargo del presidente o incluso que sea el administrador quien realice el requerimiento como mandatario de la Comunidad. Una vez presentada la demanda, el juez, a petición de los comuneros, podrá adoptar una serie de medidas provisionales, denominadas cautelares, que se mantendrán hasta que se dicte sentencia, consistentes en que se produzca el cese efectivo e inmediato de la actividad prohibida, con la advertencia de que de no cumplir ese mandato judicial, el demandado estará incurriendo en un delito de desobediencia.

La sentencia que resuelva la demanda formulada por la Comunidad podrá disponer:

- 1** El cese definitivo de la actividad perturbadora.
- 2** La indemnización de daños y perjuicios si procede y
- 3** De ser muy grave la infracción cometida, como ya se ha dicho, la privación del derecho al uso de la vivienda o local por un tiempo no superior a tres años si se trata del propietario o bien el desalojo de la finca si el infractor no es el propietario de la misma.

Con todo ello lo que se ha pretendido, y sinceramente creo que se ha logrado, es proteger el derecho a la seguridad y salubridad de los habitantes de un inmueble, limitando e incluso eliminando las actuaciones que puedan entrañar un perjuicio para dicho derecho o alterar las relaciones de buena vecindad. □

Servicios Gráficos y de Diseño



para el mundo empresarial

sigraf Llámenos al tel.: 954 98 72 22

Jaén

▸ **XV Festival Internacional de Música, Danza y Canciones Populares "Folk del Mundo".**

Del 5 al 17 de julio.

▸ **V Ruta Aeroterrestre.**

Del 25 al 29 de julio.

Beas de Segura

▸ **VI Muestra de Teatro de Martos.** Para más

información: 953 70 01 39

Granada

▸ **II Festival Internacional de Música y Danza de Granada.**

Hasta el 9 de julio.

Información: 958 221 844

www.granadafestival.org

▸ **La Alhambra: Paisaje y memoria.** Exposición.

Hasta el 30 de agosto.

Casa Molino Ángel Ganivet.

Casa de los Molinos, s/n.

▸ **Obras de Rouslan**

Vahkevitch. Hasta el 10 de

julio. Galería de arte Cartel.

C/ Pedro Antonio de Alarcón, 13

Tif.: 958 253 798

Málaga

▸ **Grabados de Mariano Fortuny.** Hasta el 3 de

septiembre. Fundación

Museo del Grabado

Español Contemporáneo.

C/ Hospital Bazán, s/n.

Tif.: 952 825 035.

▸ **Invitación a pasear.**

Invitación a esperar. Exposición de Martí Anson.

Hasta el 14 de julio.

Sala Moreno Villa.

C/ Ramos Marín, s/n.

Huelva

▸ **Poema del descubrimiento.**

Exposición permanente de

Vázquez Díaz. Casa Colón.

Información: 959 280 035



Etnosur: Una cita intercultural

Etnosur (Encuentros Étnicos del Sur) se ha convertido en una de las citas estivales más atractivas del panorama cultural andaluz, caracterizada por el mestizaje, la convivencia y la tolerancia. Del 28 al 30 de julio, la localidad jiennense de Alcalá la Real reunirá a artistas procedentes de quince países que mostrarán su variado folclore a través de su música, danza, teatro, artesanía, espectáculos de calle, actividades lúdicas y el Foro Etnosur 2000, que girará en torno a la Amazonia, los Grandes Lagos y el Sahara. La organización de este festival, que habilitará una zona de acampada libre, gratuita y vigilada, espera superar las 20.000 visitas que se registraron durante el pasado año.

La música y la danza, protagonistas de la actividad cultural de Granada y Jaén

@rte.ella: Una muestra sobre las artistas andaluzas

Magdalena Murciano, María Caro, Cristina Martín, Luisa Porras, María Sánchez, Ángeles Agrela, Paloma Gámez, Carmen Sigler, Ana Triano y Nani Aguilar son las artistas andaluzas que han participado en la muestra @rte.ella, celebrada durante el pasado mes de junio en la localidad gaditana de

Jerez de la Frontera. La sala de arte Pescadería Vieja acogió la obra plástica (pintura y escultura) de estas diez creadoras, cuyo trabajo expresa, según la organización de esta muestra, "las poderosas circunstancias que promueve la plástica contemporánea en Andalucía". El nexos común a todas ellas es el hecho de estar adscritas a "las más avanzadas líneas de actuación de la contemporaneidad artística".



Sevilla

▸ **El comercio entre el antiguo y el nuevo mundo.**

Exposición. Hasta el mes de agosto.

Archivo General de Indias.

Avda. de la Constitución.

Tif.: 954 500 532.

▸ **Santiponce y la Itálica de Adriano.** Exposición.

Hasta finales de julio.

Casa de la Cultura de

Santiponce Primero de Mayo.

Cádiz

▸ **Los Goyas de la Santa Cueva de Cádiz.** Exposición.

Hasta septiembre. Museo de

Cádiz. Plaza de la Mina, s/n.

Tif.: 956 212 281.

▸ **Colectiva de artistas**

emergentes del Campo de

Gibraltar. Hasta el 13 de julio.

Galería Magda Belloti. C/ Fray

Tomás del Valle, 7. Algeciras.

Almería

▸ **Arte Selección 2000.**

Del 3 al 28 de julio.

Sala de Arte Contreras.

Avda. del Mediterráneo, s/n.

▸ **Pesca submarina.**

Hasta el 30 de julio.

Federación Andaluza de

Actividades Subacuáticas.

Tif.: 950 270 612.

Córdoba

▸ **XLIX Certamen Nacional de Pintura de Gibraleón.**

Entrega de obras hasta el 4

de agosto. Exposición del 14

al 31 de agosto. Ayuntamiento

de Gibraleón. Plaza de

España, 1. Tif.: 959 30 03 51/

959 30 02 11

▸ **Festival de Guitarra de**

Córdoba. Durante el mes de

julio. Información: Gran Teatro

de Córdoba. Avda. Gran

Capitán, 3. Tif.: 957 480 237

1 Manual de caza y pesca para chicas Melissa Bank • Ed. Anagrama. Barcelona, 2000

Desde los once años, cuando descubrió que el chico que a ella le gustaba no podía ni verla, Jane Rosenthal ha navegado intrépidamente por los terrenos del amor, el sexo y las relaciones. Cuando conoce a Robert, se plantea si no deberá aprender a ser menos ella misma y más esa otra con un objetivo muy, muy definido: el altar.

2 Trátame bien Miguel Fernández • Ed. Arguval. Málaga, 2000

Una colección de relatos breves en los que el autor retrata la sociedad actual, con sus luces y sus sombras: un oficinista que huye de su rutina en hidropedal, un alto ejecutivo que busca consuelo a su bancarrota en un karaoke..., y así, hasta cuarenta y ocho trazos.

3 Guía para la secretaria ejecutiva M^a Claudia Londoño • Ed. Fundación Confemetal. Madrid, 2000

Ante los cambios en los métodos de trabajo, especialmente en el que desarrollan los y las profesionales del secretariado, este libro propone algunas alternativas para ampliar y hacer más creativas las funciones del secretariado.

4 El fin de la privacidad Reg Whitaker • Ed. Paidós. Barcelona, 1999

La revolución de la información y el auge de la sociedad informatizada hacen posible acceder a una cantidad cada vez mayor de datos privados que pueden ser utilizados para confeccionar perfiles mucho más detallados que los informes que pudieran elaborar en el pasado las policías estatales o las agencias de seguridad.

5 Las novelas cortas andaluzas Fernando José Sánchez Bautista Ed. Guadalquivir. Sevilla, 1999

Un estudio acertado y pleno sobre la biografía personal y literaria de José López Pinillos "Parmeno", que ahonda en lo que se ha dado en llamar "la narrativa corta". La inclusión de algunas de estas novelas cortas - *La sangre de Cristo*, *Frente al Mar* o *Los enemigos* - completa una rigurosa y seria obra de investigación y edición literaria.

6 Manual de la salud del cuerpo y la mente Robert Omstein y David S. Sobel Ed. Kairós. Barcelona, 2000

Esta obra constituye un valioso y nuevo modo de prescripción para la salud y el bienestar, ya que ofrece consejos prácticos para mejorar la salud física y conseguir una vida más feliz y productiva activando el sistema curativo más poderoso del mundo: el cerebro.

7 El proyecto genoma humano Thomas F. Lee • Ed. Gedisa. Barcelona, 2000

El ambicioso objetivo del proyecto genoma humano es la construcción de un mapa completo de la dotación genética humana. El autor guía al lector a través de los fundamentos de la ciencia genética, sin dejar de señalar el arma de doble filo que supone este proyecto.

8 Larousse del perfume y las esencias AA. VV. • Ed. Larousse. Barcelona, 2000

Más de 300 fotografías, dibujos y tablas ilustran el arte y la técnica del perfume, a través de su historia, fragancias, tipos y marcas. Desde los requisitos para ser perfumista hasta los métodos de fabricación, las esencias, las grandes firmas o la imagen del envase.

9 Creatividad e innovación Harvard Business Review • Ed. Deusto. Bilbao, 2000

La innovación y la creatividad son dos factores clave para obtener ventaja competitiva. Esta colección de artículos aporta ideas para incorporar el poder de la creatividad en la actividad y el desarrollo de la empresa, ya que existen técnicas específicas para gestionar y orientar la organización en esa dirección.



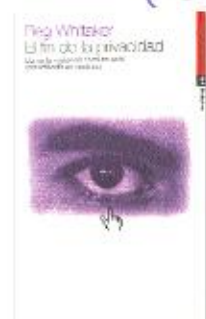
1



2



3



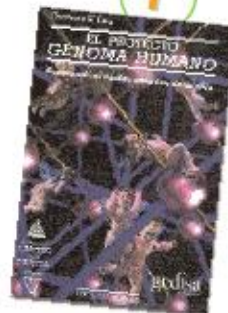
4



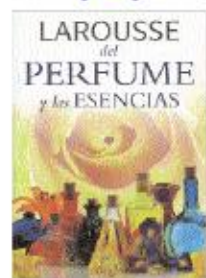
5



6



7



8



9

A propósito de la cartelera

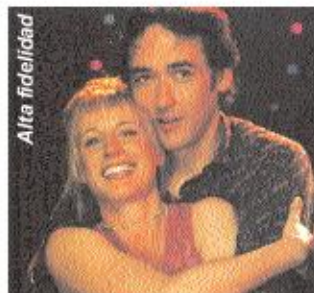
Puesto que esta publicación va a ausentarse durante un mes, debido al preceptivo descanso estival, bueno será destacar antes algunas de las más señaladas ofertas de nuestras salas cinematográficas.

no lo piensen más y saboreen los espléndidos *El viaje de Felicia*, de Atom Egoyan, y *Las confesiones del Dr. Sachs*, de Michel Deville, a ser posible en sus versiones originales, sin olvidar tampoco el excelente documental *A propósito de Buñuel*, de Javier Ríoyo y José Luis López Linares, imprescindible para saber algo más sobre las luces y las sombras del genial aragonés.

Y si optan por películas más asequibles pero igualmente dignas, nada convencionales, inteligentes y complejas, no deberían dejar escapar a la china *La ducha*, de Zhang Yeng, la británica *Get real*, de Simon Shore, la cubana *Lista de espera*, de Juan Carlos Tabío o la anglo-norteamericana *Alta fidelidad*, de Stephen Frears, todas en clave de comedia, con unas poderosas cargas de crítica social, política y/o de costumbres y altamente disfrutables con los sentidos y la inteligencia.

Pero si lo que les pide el cuerpo son grandes espectáculos, películas de género con tecnología punta o una inyección de adrenalina filmica en vena, ahí están *Gladiator*, de Ridley Scott, *Destino final*, de James Wang,

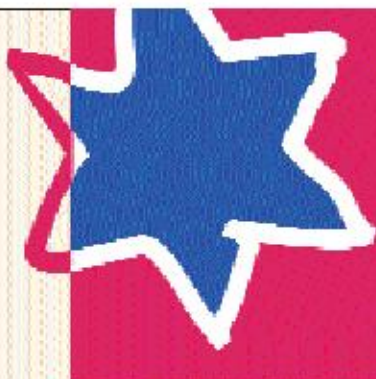
Si lo que prefieren son productos con un control de calidad a toda prueba, que exijan un nivel de atención superior,



Al límite, de Martin Scorsese o *Murciélagos*, de Louis Mournéau, entre muchas otras. Todas ellas son títulos populares, aunque también muy cuestionados por la crítica, con la acepción del de Scorsese.

¡Ah!, y si aún no las han visto, no se pierdan *El sexto sentido*, *American Beauty*, *Las normas de la casa de la sidra* o... Feliz solsticio de verano. □

Carmen Jiménez
Miembro de Asecan (Asociación de Escritores
Cinematográficos de Andalucía)



UNION
CINE
CIUDAD

La mayor cadena
española de exhibición
te ofrece el mejor cine en:
CÁDIZ, CÓRDOBA,
GRANADA, HUELVA,
JAÉN, MÁLAGA, SEVILLA,
CEUTA, TENERIFE,
PALENCIA, BARCELONA

DONDENACEN LOS SUEÑOS, Y CRECEN LAS LEYENDAS...

Para protegerte del sol

Anne Möller

Esta innovadora línea solar está basada en el complejo Sinervit de vitaminas y minerales, que hidrata la piel y previene su envejecimiento prematuro. Los filtros solares UVA y UVB, junto con sun flowers y extracto de té, aseguran un bronceado seguro y progresivo.
Desde 1.800 hasta 2.450 ptas.



Lancaster

La línea Suncare se divide en varias gamas, entre ellas las que comprenden los productos que hidratan y calman la piel, los que protegen contra los insectos o los especialmente pensados para la práctica de deportes al sol.

Desde 2.135 hasta 4.525 ptas.



Biotherm

Su tratamiento solar permite broncear la piel conservando intactas sus propiedades iniciales gracias a su sistema protector y reparador celular. La fórmula de estos productos contiene filtros UVA y UVB, además de pigmentos reflectantes, un sistema anti-radicales libres y extracto puro de plancton termal.
Desde 1.940 hasta 3.980 ptas.

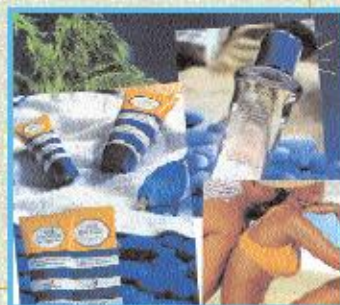


Clarins

Además de los filtros UVA/UVB, agentes hidratantes y un acelerador del bronceado, las fórmulas de Clarins contienen Sunactyl, un componente exclusivo que protege de las alteraciones cutáneas y resguarda la belleza de la piel.
Desde 2.200 hasta 3.500 ptas.

Christian Dior

Presenta esta temporada su nueva gama de cuidados solares: una línea básica de fórmulas faciales y corporales, dotada de índices de protección UV crecientes según la sensibilidad al sol de los distintos fototipos.
Desde 3.300 hasta 3.950 ptas.



Lancôme

Ofrece un nuevo enfoque del bronceado a través de sus nuevos productos, entre ellos los tratamientos reparadores para después del sol, que presentan diferentes texturas para cada necesidad.
Desde 2.400 hasta 4.000 ptas.



Gisele Denis

Cuenta con una línea solar con melanina, de origen completamente natural, que completa y refuerza la protección natural de la piel. Ideal para las mujeres de piel sensible a los componentes químicos.
Desde 2.080 hasta 3.620 ptas.

Nuribel: La caricia más fresca



El lino, la gasa o los tejidos tornasolados conforman vestidos, faldas, blusas y todo tipo de complementos de la firma Nuribel, que juega con el azul o el blanco entre sus colores favoritos. Frescura, elegancia y comodidad para disfrutar del verano.



El ejercicio en el agua es saludable para todos, pero además tiene un importante valor preventivo y terapéutico en el tratamiento de distintas enfermedades. Definitivamente, el agua nos es imprescindible. R.M.E.

Los beneficios del agua

Las propiedades terapéuticas del agua son conocidas desde la antigüedad, aunque la práctica de distintas actividades deportivas en ella con fines médicos, es relativamente reciente. Por ejemplo, la natación terapéutica, especialmente recomendada para las desviaciones de la columna vertebral (escoliosis, hiper cifosis e hiperlordosis) ha sido desarrollada por los especialistas médicos como complemento a la natación competitiva, que no siempre es idónea para los pacientes con problemas de espalda. A cada uno de ellos, tras un exhaustivo examen, puede prescribirse el estilo de natación más adecuado, o los ejercicios complementarios más convenientes, midiendo además la intensidad y la duración de las sesiones.

En general, la práctica de la natación está indicada para distintos problemas de salud, como la osteoporosis, la artrosis, la artritis reumatoide y la mayoría de las enfermedades reumáticas. Los dolores de espalda cervicales y lumbares, así como la hipertensión arterial, la insuficiencia venosa y las varices se benefician también del ejercicio de la natación.

La natación, entre otros efectos, mejora el tono muscular

La orientación médica en estos casos es imprescindible.

El ejercicio en el medio acuático también tiene una importante dimensión preventiva respecto a las distintas fases de crecimiento, el embarazo o la mejora de la calidad de vida de la tercera edad. En el caso de las embarazadas, los ejercicios terapéuticos en el agua tonifican y preparan su musculatura para el momento del parto y favorecen la circulación.

En el caso de las personas mayores, los ejercicios en el agua, que deben realizarse sin cargas y con movimientos muy lentos, evitan la atrofia de las articulaciones.

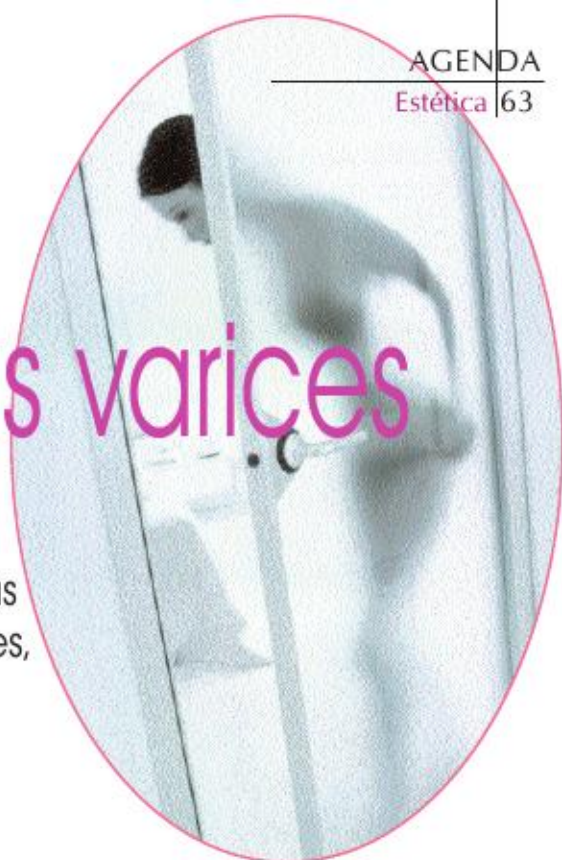
El tratamiento acuático también está siendo incluido en los programas de las Unidades de Estimulación Precoz, que reconocen la importancia que el contacto con el agua supone para los niños/as que padecen algún tipo de discapacidad sensorial o mental. Aprender a nadar refuerza su autoestima, además de que fortalece sus extremidades y reafirma su tono muscular.

Definitivamente, la natación o la práctica de ejercicio en el medio acuático nos ayuda a todos a mejorar nuestra calidad de vida. □



El láser, eficaz contra las varices

Varilaser y Espuvar. Así se denominan las técnicas más vanguardistas y revolucionarias en el tratamiento y eliminación de las varices, cuya aparición viene provocada por problemas circulatorios. **R.M.E.**



Cuando las venas de las piernas se dilatan, debido a las dificultades para conducir adecuadamente la sangre hacia el corazón (la llamada circulación de retorno), aparecen las varices, que además de sus implicaciones estéticas, pueden llegar a constituir un problema de salud en el momento en que se complican.

La persona que las padece (una de cada diez), además de sentir pesadez, también acusa picores, calambres e incluso fuertes dolores. En la aparición de las varices, mucho más frecuentes en las mujeres, intervienen varios factores: la predisposición genética, la obesidad, el exceso de peso, la edad, el embarazo o el permanecer de pie durante largos periodos de tiempo.

Según tamaño e importancia, los especialistas las clasifican en pequeñas, medianas y grandes. La mayoría de los tratamientos estéticos consiguen eliminarlas, reducirlas o al menos, evitar su agravamiento. La

técnica más vanguardista para conseguir su erradicación es la que utiliza la tecnología láser.

En Sevilla, la clínica C.M.I. (Centro Médico Integral) aplica este sistema, denominado Varilaser. Para eliminar las varices más pequeñas (menos de siete milímetros), se utiliza un láser diodo de



última generación. La principal ventaja del método Varilaser estriba en que, además de que no se producen pinchazos, su aplicación es rápida y sus efectos duraderos.

En varices de más grosor (más de siete milímetros), el Centro Médico Integral utiliza la técnica Espuvar, que evita las molestias derivadas de la intervención quirúrgica. Además, al ser una técnica ambulatoria, no es necesaria la anestesia, la hospitalización ni el reposo posterior. Tras su aplicación, que dura aproximadamente media hora, el paciente puede caminar por sí mismo.

Actualmente, algunos de los profesionales pioneros en estas técnicas, entre los que se encuentra el equipo de la clínica sevillana C.M.I., está coordinando la constitución, a nivel nacional, del grupo Varilaser-Espuvar, cuyo objetivo prioritario es coordinar la labor de especialistas médicos en distintas clínicas y verificar y mejorar los resultados de estas técnicas, además de darlas a conocer. □

**C.M.I. Avda. del Poeta Manuel
Martínez Carrasco, Bloque 4, Bajo.
Sevilla Tel.: 954 62 99 44**

¡Disfruta de las vacaciones!



Ha llegado el momento de relajarse y también de divertirse. Por eso, no debes dejar que las obligaciones y las prisas dominen tu tiempo libre. Aprende a disfrutarlo. **R.M.E.**

familiares con los que no quieres hacerlo o contemplar cómo la carga del trabajo doméstico es todavía mayor. Sin embargo, en muchas ocasiones, son nuestros propios pensamientos los que nos generan inquietud y nos provocan irritabilidad.

Aprender a disfrutar del tiempo libre es, por tanto, una asignatura pendiente para muchas personas. Para aprobarla, en primer lugar, es necesario planear y hacer cosas distintas a nuestras obligaciones

diarias. Nuestros deberes pueden convertirse en normas asfixiantes, que si no son contempladas objetivamente, pueden hacernos sentir culpables constantemente, creyendo que nunca logramos hacerlos bien. Tampoco debes sentirte culpable por situar tus necesidades en el principio de la escala de prioridades.

Para aprender a divertirse

Aprovecha las vacaciones para reflexionar y relajarte haciendo cosas diferentes a las habituales.

Elabora una lista de las tareas realmente imprescindibles. Selecciona aquellas de las que te encargarás y descarta las que pueden hacer los demás o incluso las que pueden dejar de hacerse.

Planea una nueva agenda para las vacaciones, en la que los momentos de ocio ocupen un lugar preponderante, reduciendo el trabajo al máximo.

Intenta sustituir las obligaciones por aquello que realmente querías hacer.

Las tan ansiadas vacaciones, el tan esperado periodo de descanso, está a la vuelta de la esquina. Sin embargo, eres incapaz de disfrutarlo plenamente: piensas en todo aquello que queda por hacer, tu agenda sigue estando repleta, el reloj te muestra una vez más que el tiempo es inflexible y sobre todo, un montón de preocupaciones - a veces, inútiles - invaden tu tiempo libre. Puede que estés padeciendo las secuelas de la prisa subjetiva o imaginada, es

decir, el hábito de correr para dejarlo todo hecho, lo que te imposibilitará relajarte y te provocará la sensación de estar perdiendo el tiempo cuando has decidido descansar.

Esta incapacidad para relajarte puede tener su origen en causas reales, como por ejemplo, verte obligada a pasar tus vacaciones con algunos

Al contrario, así mantendrás tu equilibrio personal y conseguirás hacerlo todo mucho mejor.

Aunque no siempre puedas modificar o cambiar el curso de las cosas, sí puedes controlar tu manera de reaccionar. Prueba a flexibilizar un poco tus obligaciones y haz un alto en el camino cada vez que te sorprendas corriendo para llegar a tiempo, preguntándote si es estrictamente necesario. Todo esto te ayudará a controlar mejor tu vida y sobre todo, a disfrutar de ella. □



Para los amantes del vino

La firma Screwpull ha lanzado al mercado un nuevo conjunto de accesorios para vino, el estuche Sommelier, destinado a todos aquellos y aquellas que quieran añadir un toque de sofisticación a su mesa. Los accesorios contenidos en el estuche son un sacacorchos y un cortacápsulas, diseñados en los colores azul y rojo cereza, además de un termómetro que permite comprobar la temperatura del vino.



El diseño especial de la espiral del sacacorchos, junto a su punta afilada y el revestimiento del teflón, asegura una perfecta penetración en el corcho, sin dejar residuos. Este modelo de sacacorchos de Screwpull es además desmontable y plegable. Para los más entendidos/as, el termómetro viene acompañado de una tabla con las temperaturas ideales para los diferentes tipos de vino. □



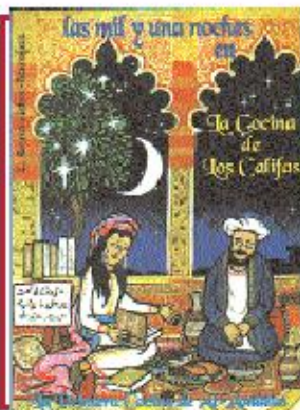
La feria del ajo

Por tercer año consecutivo, el municipio cordobés de Montalbán acogió a principios del pasado mes de junio la Feria del Ajo en Andalucía. Organizada por el Ayuntamiento de esta localidad y patrocinada por la Asociación de Productores y Comercializadores de Ajos (Aprocoa), en colaboración con la Diputación de Córdoba, Cajasur y la Junta de Andalucía, la feria pretende promocionar este saludable y clave producto en la agricultura de nuestra comunidad.

De forma paralela se han desarrollado, entre otras actividades, los tradicionales concursos gas-

tronómicos y de "ristras de ajo", además de la segunda ruta del ajo Córdoba - Montalbán y un recorrido culinario por los establecimientos más destacados de este municipio, con el objeto de elaborar un año más la Guía del Tapeo.

El sector ajero alcanza una producción aproximada en Andalucía de 75 millones de kilos anuales, que suponen el 40% del total de la producción nacional y el 30% de la europea. La mitad del volumen andaluz se cultiva en la campiña sur cordobesa, a la que pertenecen las localidades de Aguilar, Santaella y Montalbán. □



En la cocina de los Califas

L. Benavides-Barajas
Ed. Dulcinea
Granada, 1997

Las recetas no son mera poesía, sino que nos ofrecen una visión de la historia y nos procuran un auténtico

conocimiento de ella. "En la cocina de los Califas" nos propone un recorrido a través de la historia del imperio persa - árabe, siguiendo las huellas de Oriente: las leyendas de Samarcanda, Media, Persópolis, Susa, Damasco, Bagdad, etc. Se reviven así la vida y aventuras culinarias junto a los seductores personajes de aquella época califal, cuyas costumbres alimenticias pertenecen a la exótica cocina que nos llegó a Al-Andalus por medio de la dinastía omeya. Con una investigación clara y concisa, el autor nos refleja la evolución alimenticia que con exquisito gusto fomentó "la nueva ola culinaria". □

Clara Guzmán opina sobre la mujer en los medios de comunicación



Carmen Ramirez
Escritora, socióloga y pedagoga

Clara Guzmán nació en Ceuta, una de las ciudades más antiguas del planeta, en la que conviven cuatro culturas. Por motivos familiares se trasladó a Barcelona y estudió Ciencias de la Información en la Universidad Autónoma de Bellaterra.

En 1983 entró a formar parte de la redacción de ABC de Sevilla. Le gusta hacer cosas diferentes y no encasillarse: ha pasado por las secciones de Nacional, Economía, Agricultura, Cierre y Huecograbado, permaneciendo doce años en esta última.

En 1989 fue nombrada Jefa de Sección de Huecograbado y en 1992 Redactora Jefa, siendo la primera mujer en ocupar este cargo en su empresa.

Profesional "extra" y señora del periodismo, Clara Guzmán dice que "una firma es sagrada. Hay que cuidar lo que se escribe, hay que corregirlo y hay que esmerarse en todo el contexto".

En la actualidad es la responsable de suplementos y números especiales de ABC de Sevilla. Tiene una columna todos los martes, en la que cada quince días da vida a su personaje "Maripuri". En ella trata la problemática femenina con gracia y realismo.

Clara Guzmán Esteban es también editora de moda de su periódico. Sus crónicas sobre la pasarela Cibeles de Madrid son muy valoradas.

Ella piensa que la moda es cultura, sociología y economía y que abarca muchos aspectos. Le gusta investigar en su historia para realizar un trabajo serio y demostrar que no es una frivolidad.

Clara Guzmán es miembro del Comité Asesor de la Feria Internacional de Moda Infantil y Juvenil de Valencia (Fimi), sobre la que hace magníficos reportajes.

Al preguntarle ¿cómo ve el futuro de la mujer en los medios de comunicación?, me dice: "Las mujeres seguirán

formando parte de la infantería de los medios. Nos cuesta el doble o el triple llegar a los cargos, porque desconfían de nosotras: si estás en edad fértil, porque puedes quedarte embarazada, si tienes hijos adolescentes, porque puedes tener un problema, etc."

Por otra parte, Clara Guzmán afirma que la mujer no tiene ambición. Cree que eso es cosa de hombres: "Las que llegan a puestos de dirección han tenido un gran apoyo en su hogar y han demostrado que el trabajo está por encima de su familia. Cuando una madre pide un permiso porque un hijo está enfermo, dicen 'problemas de mujeres' y cuando un hombre lo solicita por el mismo motivo dicen '¡qué buen padre!'. Tenemos los mismos derechos, pero no nos facilitan el camino de promoción en igualdad con los hombres".

Como asesora de la pasarela de Valencia, me cuenta que ha conocido a muchas mujeres emprendedoras que comenzaron como modistas, vendiendo la mercancía con su coche por los pueblos, y que hoy son empresarias. Quiere alentarlas, ya que necesitan una gran fortaleza física y psíquica para conseguir sus objetivos.

Clara Guzmán tiene una amplia cultura que alimenta cada noche con la lectura de libros de su biblioteca personal.

Hizo una serie de entrevistas a veintidós personajes andaluces y ahora firma en "Los Domingos de ABC" la sección *Torre de Arena*.

Siente un enorme respeto por sus lectoras y lectores y estoy segura de que pasará a la historia del periodismo por sus artículos sobre la moda, documentados, amenos y de gran impacto social. Mucha importancia han tenido algunos de ellos como "La nueva moda andaluza, a la conquista del mercado exterior" y las páginas de huecograbado, a propuesta suya, en ABC de Sevilla, para divulgar el trabajo de los creadores y creadoras de Andalucía. □



Tu papel es dinero,
no lo tires
a la basura

"Recíclalo"

¡llámenos!
Recogemos Material
Reciclado y No Reciclado





GESTIÓN INMOBILIARIA

María Merlo

Los mensajes
contienen la clave
para descubrir esa llave
que abre las puertas
de la ignorancia salvable,
pues si HUELLAS
dejan nuestros pasos
al CAMINAR,
porque decimos
siempre que no debemos
mirar hacia detrás.

