

mujeremprendedora

COLOQUIO

Mujer y comunicación
institucional

CONCILIACIÓN

Usos del tiempo,
la doble e inocuable
jornada

ENTREVISTA

Pilar Gómez-Acebo,
presidenta de honor
de FEDEPE

A FONDO

Mujeres

Alcaldesas



LIMÓN MANDARINA AZAHAR

Consiguela ya!



la botella
de agua
que contiene

De Sevilla

Cómprala en www.aguasdesevilla.com y
en espacios gourmet de grandes superficies,
tiendas de souvenirs y oficinas de Emasesa.



EMASESA

metropolitana

Mayo 2010

115



pág 18

Los cuadros de Mujeremprendedora
¿La comunicación institucional es un servicio al público?



pág 25

Entrevista a Pilar Gómez-Acebo
"Poner más énfasis en las personas que en los productos"

STAFF

EDITA: Grupo Informa, empresa informativa fundada en 1996

FUNDADOR: Manuel Bellido

PRESIDENTA-EDITORA: Gloria Bellido Zanín

DIRECTORA: Mónica Urquiza

REDACCIÓN Y COLABORADORES:

Isabel García, José Santos, Antonio Collado, Mª Ángeles Tejada, Ana Pugador, Lourdes Otero, Vanessa Calvo, Ana María Herrero y Susana Muñoz

DIAGRAMACIÓN:

Francisco Javier Collado y Antonio Collado

FOTOGRAFÍA: Archivo Mujeremprendedora, Agencias

PUBLICIDAD: Vanessa Delgado

Dirección, Administración,

Distribución y Publicidad:

Recaredo, 20, 2º, 4, 5 y 6, 41003 Sevilla.

Tel: 954 53 98 47 / 954 72 22

Fax: 954 53 31 43

ISSN 1575-9377

Depósito Legal: SE-3043-99

Mujeremprendedora en Internet:

www.mujeremprendedora.net

E-mail: mujeremprendedora@mujeremprendedora.net

redaccion@mujeremprendedora.net; digital@mujeremprendedora.net

Mujeremprendedora**PARA EMPEZAR**

- 5 El futuro de las empresas:
la satisfacción del trabajador
Gloria Bellido Zanín

ACTUALIDAD

- 7 Carta de la directora
Mónica Urquiza Aristegui
11 Noticias
La ventana
Isabel García
12 Opinión
Mª Ángeles Tejada
14 A fondo
Alcaldesas
18 Los coloquios de
Mujeremprendedora
Comunicación institucional
23 Opinión
Ana María Herrero
24 Entrevista
Pilar Gómez-Acebo, presidenta
de honor de FEDEPE

EL TABLÓN

- 26 Conciliación
27 Franquicias

PANORAMA

- 28 IAM
29 Asociaciones
Empresariales
30 Medio Ambiente

- 32 Turismo
33 Andalucía
Innova
34 Internacionalización
36 Economía Social
37 Diputación
de Sevilla
38 CC.OO. Andalucía
39 UGT Andalucía
40 Opinión
Lourdes Otero

EN PRIMERA PERSONA

- 42 Emprendedoras
Pilar Rodríguez
Lina Fernández
44 Directivas
Gemma Cernuda

CULTURA Y ESTILO

- 46 Cuidemos la salud
48 Opinión
Susana Muñoz
50 Cultura
51 Libros
52 Viajes
Claves para el turismo
Vanessa Calvo
54 Tendencias
57 Motor

CON PERMISO

- 58 Sentirse bien con uno mismo
Manuel Bellido



Foto: Eva de la Torre - Fotopress



HAZTE SOCIO
Te necesitamos

unicef 

902 31 41 31
www.unicef.es

UNICEF trabaja en más de 150 países y territorios para mejorar las condiciones de vida y las oportunidades de desarrollo de los niños. Apoya la salud y la nutrición, el abastecimiento de agua y el saneamiento adecuado, la educación básica de calidad, así como la protección de los menores contra la violencia, la explotación y el SIDA.

UNICEF está presente antes, durante y después de una emergencia, proporcionando a los niños afectados por desastres naturales o conflictos armados la atención necesaria para superar la situación extraordinaria en la que se ven inmersos.

EL FUTURO DE LAS EMPRESAS: LA SATISFACCIÓN DEL TRABAJADOR



Gloria Beardo
Editora
be@miujeremprendedora.net

Mientras estoy escribiendo este artículo, me dedico a pensar en las personas que lo leerán cuando ya esté publicado y creo que es prácticamente imposible que ninguna de esas personas no haya oido nunca hablar o incluso no haya usado directamente Google.

Yo personalmente lo tengo como página de inicio en mi ordenador y cuando tengo cualquier duda siempre bromeo con el hecho de que esa Google tiene que saberlo.

Puede parecerlo, pero no es mi intención convertir este artículo en un medio de propaganda. Sencillamente es que me intriga cómo una empresa puede crecer tanto y convertirse en una potencia mundial tan rápidamente. Sin duda el producto que ofrece es un elemento clave de este fenómeno, pero mi interés va más allá de eso y se acerca más a las personas que están detrás de la organización: cómo trabajan, cómo se sienten y cuál es su motivación.

Lo cierto es que el personal de Google disfruta de condiciones de trabajo bastante favorables: Nada más llegar se les da la bienvenida con una fiesta en la que deben presentarse y contar algo que haga reír a sus compañeros. Esto significa que las relaciones personales no se dejan al azar sino que se fomenta el "buen rollo" desde el primer momento. Despues empiezan a formar parte de equipos de trabajo con bastante autonomía: básicamente contratan a gente muy buena en su trabajo y luego confían en que lo harán bien. Además, los ingenieros disponen del 20% de su tiempo para dedicarse a proyectos propios, es decir, lo que ellos consideren más importante y significativo o lo que más les guste, independiente-

mente de los objetivos de la organización. Por último, cada cierto tiempo pueden cambiar de departamento si así lo desean y son buenos en su trabajo, por lo que cada uno puede acabar trabajando en lo que más le interesa o cambiar de tarea si en algún momento se aburren.

Todos los trabajadores disponen de comida gratis para que no pierdan tiempo en ir a comer fuera del puesto de trabajo y por si fuera poco también disponen de gimnasio y balonmano por todos los pasillos.

No parece difícil llegar a la conclusión de que la gente que trabaja en Google tiene todas las papeletas para estar más que satisfecho con su trabajo, lo que se traduce en una alta motivación y, en consecuencia, en un gran rendimiento. ¿Puede que todo esto sea el futuro de las empresas? Es cierto que últimamente se está empezando a dar importancia a la satisfacción del trabajador como una variable influyente en la eficacia de su trabajo, porque parece lógico pensar que trabajadores felices rendirán más que trabajadores descontentos. Si no estás de acuerdo, echale un vistazo a los resultados de Google.

Pero ¿cuál es el precio a pagar por todas estas ventajas? Los empleados de Google muchas veces dedican mañana, tarde e incluso noches a su trabajo, ven y mantienen solamente a los amigos que tienen dentro de la organización y disfrutan de muy poco tiempo de ocio.

Parece que el precio a pagar es la total dedicación a la organización renunciando así al tiempo libre que podríamos dedicarle a estar con nuestra familia, disfrutar de nuestros amigos o de cualquier otra afición. Cada uno tendrá que decidir si le compensa o no.

Últimamente se está empezando a dar importancia a la satisfacción del trabajador como una variable influyente en la eficacia de su trabajo

”

Depósito Instantáneo

Llévate tus intereses por anticipado



Depósito a 12 meses, con retribución de intereses a los dos días naturales siguientes a la contratación, sin más esperas.

Para importes a partir de 15.000 €.

Más información en www.cajasol.es
y en Oficina Telefónica 901 21 48 48.

Cajasol
estamos aquí



CARTA

Mónica Urgolti Aristegui

Directora de Mujeremprendedora

MADRE Y TRABAJADORA, POR ALEGRÍAS

Las madres trabajadoras estamos de doble enhorabuena en el mes de mayo. Por la celebración el día 1 del Día del Trabajador y al día siguiente, el de la Madre. Visto así suena a fiesta, pero... Los datos no son muy halagüenlos: La tasa de paro femenino en España es la segunda mayor de la Unión Europea (UE) con un 18,9 %, por detrás de Letonia... Aun así deberíamos celebrarlo. Otros datos, los que ha aportado recientemente UGT, el sector privado "continúa siendo reacio a contratar mujeres", ya que en este sector trabajan 81.500 mujeres menos que hombres, mientras que en el sector público suponen 18.200 más... Aun así deberíamos intentar celebrarlo.

La prostitución reporta a las masas más beneficios que la droga. Entre el 85 y el 90% son extranjeras y de países empobrecidos... Aun así deberíamos celebrarlo? Mujeres asesinadas a manos de sus parejas en lo que va de año: 25 mujeres. Con estos datos se le quitan a una las ganas de festejos y celebraciones.

Sin embargo me resisto a no ver una luz al final del túnel. De los varios "túneles" que las mujeres tenemos abiertos.

Debemos ser capaces de alegrarnos, debemos intentar buscar el lado positivo de ser mujer, madre y trabajadora. Amarremos con fuerza a esas pequeñas cosas que hacen que, día a día, tengamos cierta sensación de bienestar.

Una buena compañía, que bien puede ser una persona, como un libro o una película o buena música. Démonos un paseo, contemplemos el mar, el cielo, la naturaleza, o simplemente, sentémonos a ver la vida, a tomar un respiro para seguir respirando.

¿Por qué no buscar en esos pequeños momentos nuestra luz al final del túnel? son suficientes motivos para alegrarnos, para reconstruimos con el 1 de mayo y hacer una gran fiesta el Día de la Madre. Celebrémos ser madres y trabajadoras. Mayo es el mes de las flores y nosotras somos nuestro mejor jardín.

Mirar a vuestra alrededor, en vuestra familia. Seguro que existe un motivo para celebrar, o al menos para pensar en positivo, que no hay situación que dure cien años. Que tirar la toalla no es plato de gusto de nadie, y aunque a veces creemos que es la única solución, "házte de tu vida" y tómate un respiro, que siempre hay un atisbo de esperanza para pensar que mañana seguro será mucho mejor.

Yo encuentro esa "luz" cuando veo dormir a mi hija Carlota. Su respiración tranquila me tranquiliza. Es entonces cuando me doy cuenta de que soy madre y mujer trabajadora, de que he tenido la suerte, de en este momento de desempleo y de incertidumbre, no sólo trabajar, si no de hacerlo en lo que me gusta. Me siento afortunada. Pero soy consciente de que no todas las mujeres tienen la misma suerte.

Por ellas, debemos tender lazos, abrir caminos y echar cables. Por ello, por ellas... vamos a celebrarlo.

► "... que no hay situación que dure cien años. Busquemos los momentos de luz que hay en nuestras vidas. Celebrémos ser madres y trabajadoras. Mayo es el mes de las flores y nosotras somos nuestro mejor jardín"

Ya puedes encontrar todas
las revistas de **Mujeremprendedora**
desde 2000 en internet



informaria

www.paginasdemujeremprendedora.net

La **hemeroteca** de la primera revista europea
para la mujer emprendedora

En 10 vistazos

Flashes de la actualidad

ANA ALONSO

La Asociación de Empresarias y Profesionales de Cádiz acordó el pasado mes de abril el nombramiento de Ana Alonso Lorente, actual presidenta de la Federación Andaluza de Mujeres Empresarias (FAME), como presidenta de honor de la Asociación que ella misma encabezó durante ocho años.



1

MUJERES DEL GUADALTEBA

3 El municipio de Sierra de Yeguas (Málaga) acogió el pasado abril el XV Encuentro de Asociaciones de Mujeres del Guadalteba, organizado por el Centro Comarcal de Información a la Mujer del Comercio Guadalteba y la Federación de Asociaciones de Mujeres. En esta edición, el tema central fue "El deporte es clave de género".



2

EMPLEO, POSTGRADO Y EMPRENDEDORES

La Universidad Pablo de Olavide de Sevilla celebró el pasado abril la IV Feria Universitaria de Empleo, Postgrado y Emprendedores de Sevilla. El foro, concebido como un encuentro abierto destinado a todos los universitarios sevillanos, fue presentado por el rector de la UPO, Juan Jiménez Martínez.



ENCUENTRO DE NEGOCIOS

5 El Observatorio de la Empresa Málaga (OEM), proyecto de investigación financiado por el Área de Igualdad del Ayuntamiento de Málaga y cuyo objetivo es descubrir la situación real del emprendimiento femenino, organizó recientemente un Encuentro de Negocios que fue inaugurado por la directora del Área de Igualdad, Gemma del Coatal, quien destacó la labor que realiza AMUFEMA, la responsable del OEM.



6

DEUTSCHE BANK

Deutsche Bank ha firmado el Plan de Igualdad, que tiene como finalidad crear entornos que fomenten la diversidad y la igualdad de oportunidades en el banco. El plan incluye medidas para fomentar una cultura de respeto y facilitar que todos los empleados alcancen su máximo potencial dentro de la organización.

PREMIOS MARM

El Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino publicó el pasado abril la convocatoria de la primera edición de los Premios de Excelencia a la Innovación para Mujeres Rurales. Las solicitudes se podrán presentar hasta el 27 de mayo. Estas ayudas quieren poner de manifiesto la potencialidad de la mujer como agente desarrollador del medio rural.

CONVENIO

Obra Social de Capitol y Fundación Genus han rubricado un convenio de colaboración entre ambas instituciones que ratifica el trabajo desarrollado por ambas entidades a favor del empleo de personas en situación de vulnerabilidad y en riesgo de exclusión social.



7

ANGELES MUÑOZ, EN ANTARES

6 La alcaldesa de Marbella (PP), Ángeles Muñoz, participó el pasado mes de abril en la Fundación Antares Foro pronunciando una conferencia en la que se adentró en los retos de la localidad que rige.

25 ANIVERSARIO



Instituto
de estudios
mujer

7

CONCILIAR EN AGOSTO

8 La Guardería Municipal de Tomares (Sevilla) abrirá por primera vez en agosto. La iniciativa responde al compromiso del Ayuntamiento de ayudar a los padres para que puedan conciliar, una de las prioridades de Bienestar Social.



10

7 Citas Días

5 a 8

de miércoles a sábado/domingo



Se celebra en Cádiz el Congreso Iberoamericano de Jóvenes Empresarios con motivo del Bicentenario de la Constitución de 1812

Barcelona organiza la cuarta edición del Campus de Emprendedores SeedRocket

5 al 12

de miércoles a miércoles

6 a 9

de jueves a domingo



La sexta edición del Circuito Camer de la Mujer bajo el lema "Nunca estás sola frente al cáncer de mama" llega a Madrid

9 domingo

El Palacio de Ferias y Congresos de Málaga celebra Nutur Málaga, la única feria de vida saludable y desarrollo sostenible que se celebra en Andalucía

14 al 16

de jueves a sábado

Ciudad de México es el lugar escogido para la celebración estos días del II Encuentro Latinoamericano de Mujeres Sordas

17 al 21

jueves a viernes



28

viernes

Día Internacional de Acción por la Salud de la Mujer



Reacciones al despido.

La mayor preocupación en el trabajo de las mujeres empresarias son sus empleados y, por eso, se resisten a hacer despidos y a poner en funcionamiento Expedientes de Regulación de Empleo (ERE). De hecho, se descapitalizan para poder sostener la estructura de su plantilla. Así se desprende del estudio de investigación presentado el pasado abril y denominado "Impacto de la actividad empresarial femenina en la economía española", un documento que ha sido elaborado por la Organización de Mujeres Empresarias y Gerencia Activa (OMEGA) a petición de la Fundación Banesto.



Mérito al trabajo.

La cofundadora de la 'Venta El Soldao', Teresa Montero Cruz (Medina, 1929), recibió el pasado abril en la Diputación de Cádiz la Medalla al Mérito en el Trabajo en su categoría de Oro. El acto de imposición de este reconocimiento estuvo presidido por el titular de la Junta de Andalucía, José Antonio Griñán, por la ministra de Igualdad, Bibiana Aído y por el presidente de Diputación, Francisco González Caballero.



Igualdad y educación.

La directora general del Instituto de la Mujer, Laura Seara, y el secretario general de FETE-UGT, Carlos López Cortina, presentaron el pasado abril los materiales didácticos de la Campaña "Educando en Igualdad" que, realizada en el marco del convenio suscrito entre el Ministerio de Igualdad, el Instituto de la Mujer y FETE-UGT, tiene como objetivo la sensibilización y formación en el ámbito educativo desde la perspectiva de género.



Asamblea Amep. La Asociación de Empresarias y Profesionales de la Provincia de Cádiz celebró el pasado mes de abril su Asamblea General Ordinaria 2010. Una cita en la que la presidenta de la entidad, Nuria Sánchez Perdigones, aprovechó para analizar la evolución del empresariado femenino de la provincia en el último año, haciendo referencia a la situación de crisis económica y a cómo están sufriendo esta situación las empresarias gaditanas.



Igualdad en la Empresa

Igualdad en la empresa. El Ministerio de Igualdad ha abierto la convocatoria para la solicitud del distintivo 'Igualdad en la empresa' correspondiente al año 2010, un sello con el que el Gobierno pretende distinguir y reconocer a las empresas que destaquen por sus buenas prácticas en materia de igualdad de trato y oportunidades entre mujeres y hombres. El plazo para la presentación de solicitudes es de dos meses a partir del 10 de abril.



Concil-IAM. El pasado abril tuvieron lugar las 'Jornadas de formación y capacitación del programa Concil-IAM', celebradas en el Centro Carmen de Burgos de Baeza con la presencia de la directora del IAM, Soledad Pérez, quien aprovechó para defender la necesidad de crear puestos locales "para la puesta en marcha de medidas que faciliten la conciliación".

LA VENTANA
por Isabel García

Y COLORÍN COLORADO



● ● ● 'Blancanieves', 'La Cenicienta' o 'La Bella Durmiente' se han acabado. Y es que la última misión pedagógica del Ministerio de Igualdad ha convertido a Bibiana Áñel en la mala del cuento, posando en el punto de mira a títulos tan populares como estos clásicos de Walt Disney. La responsable de todo ello ha sido la campaña presentada el pasado mes de abril por Igualdad, Instituto de la Mujer y el sindicato FETE UGT, 'Educando en Igualdad', una iniciativa que propone buscar cuentos no sexistas. Pongan en palabras de la directora general del Instituto de la Mujer, Lauro Seira, las historias infantiles "suelen estar llenos de estereotipos", pues "casi todas las historias colocan a las mujeres y a las niñas en una situación pasiva en la que el protagonista, generalmente masculino, tiene que realizar diversas actividades para salvarla". Decir que el contenido sexista de muchos cuentos clásicos no existe sería absurdo porque es obvio que muchos de ellos sí que lo son. Ahora bien, la igualdad no se aprende en los cuentos, cuentos que por otra parte forman parte de nuestra vida y que deben de seguir existiendo, sabiendo explicar al niño que la realidad no es así. Así lo hacía mi madre y mis profesores conmigo y hoy, os lo aseguro, tengo muy claras que las enfermeras o enfermeros no tienen por qué ser siempre mujeres o qué los mecánicos o mecánicas hombres. Por otra parte, se debe de pensar que los maestros están todavía en las escuelas de sus abuelos para proponerles ideas que hace tiempo que llevan a cabo. Y es que este tipo de polémicas lo único que hacen es distraer la atención que debería centrarse en otros temas, es una manera de buscar excusas para no hablar de lo realmente importante. ¿Hablamos de calidad en la educación?



RECURSOS HUMANOS

M. Ángeles Tejada

Presidenta de Fidem y Directora General
de Randstad Especialidades

CONSTRUYENDO UN FUTURO

Todas sabemos un poco de que va eso de las modas, normalmente van y vienen de la mano de las estaciones del año, ofreciendo sugerentes productos y servicios que a menudo se van repitiendo y sucediendo en intervalos de unos diez años. Este fenómeno más o menos lúdico se repite también en el mundo de los negocios y ocupa lugar destacado lo que conocemos como la autoayuda.

Ahora están de moda los libros sobre el sentido de la vida, mira por donde, gente como Stephen Covey, Alex Pattakos y mucho más en la línea del psiquiatra Viktor Frankl, nos recuerdan que la vida debe servir para algo y cómo buscarse el sentido a lo que hacemos. Claro está que las mujeres, ya hace siglos que le encontramos este sentido, especialmente nuestras abuelas, que no tenían tiempo a "deprimirse" porque la familia, los hijos y liberarse un poco de la esclavitud del entorno hasta conseguir algún derecho, ya les llevaba toda la vida.

Si ser empresaria era casi utópico hasta finales del siglo XX, tener éxito y sentirse reconocidas, era poco menos que milagroso; no obstante creo que estas mujeres que fueron capaces de hacer florecer vidas con futuro, aplicaron casi siempre algunos principios, que merece la pena recordar, más que nada, para no perderlos de vista porque siguen vigentes.

Por si te atreves a iniciar algún camino como empresaria, y ojalá estuviera de moda serlo, lo primero que debes hacer es preparar un poco el terreno. Es importante tener apoyo familiar, eso que llaman conciliación y que significa simplemente liberarte de la presión y pensar un poco en ti y en tu ilusión emprendedora; el entorno puede ser facilidades o un obstáculo y si lo preparas todo es más fácil, la administración, las corporaciones femeninas, algunas consejerías del ramo y tú voluntad permiten un buen inicio. Después, traza un plan de empresa y ejecútalo, pero asegúrate de tener las personas adecuadas de tu parte y si no tienes los medios o los hiscas o los inventas, pero sin perder de vista que el recurso más importante eres tú, tu confianza y todo lo que puedas aprender.

A partir de aquí, ya puedes empezar a hacer cosas. Mueve todos tus contactos, tu agenda y empieza a probar, pensando que si no te equivocas algunas veces es que lo has intentado poco, pon en marcha todas las iniciativas que consideres interesantes, el networking "fundamental", tienes que dar a conocer al mundo lo que estás haciendo, y sobre todo mima a las personas que confian en tu proyecto, colaboradores, clientes y proveedores, el buen rollo atrae y nos gusta comprar a quien nos trata bien, la buena comunicación es básica.

Cuando tu proyecto empieza a andar, protégelo y cuidalo, aprende de tus competidores, guárdate de las amenazas, descubre tu originalidad. Eso te hará diferente. Refuerza tu empresa, crea alianzas con los que piensan como tú, convierte a tus proveedores en partners, especialmente en el tema de recursos humanos; crea tu propio equipo, pero confía en el apoyo estimo; consolida lo que vas consiguiendo y disfruta los resultados, procurando que también lo haga tu equipo; con eso y un poco de suerte, tu proyecto funcionará y con él tu propia vida.

Si ser empresaria era casi utópico hasta finales del siglo XX, tener éxito y sentirse reconocidas, era poco menos que milagroso



ORGANIZACION TECNOLOGICA Y SERVICIOS, S.L.

MOBILIARIO DE OFICINA

POLIGONO INDUSTRIAL PARSI - AVDA. DE PARSI, 4 POLIGONO MINI PARSI- NAVE 13 SEVILLA
41016 - SEVILLA

TÉL.: 954 511 922 FAX.: 954 260 620

WEB: www.otssl.net

EMAIL: info@otssl.net / otssl@otssl.net

Ayuntamientos está gobernado por alcaldesas

Sólo uno de cada diez ayuntamientos españoles está gobernado por mujeres, pese a que la cuarta parte de los ediles son concejalas, según destaca un informe sobre el reparto por razón de género en los ayuntamientos elaborado por el Ministerio de Administraciones Públicas



La paridad está aún muy lejos de alcanzarse en el mapa municipal español, como reflejan los datos de las últimas elecciones municipales, que resaltan que tan sólo el 12,5% de las alcaldías están ocupadas por mujeres.

Por comunidades autónomas destacan Madrid y Castilla-La Mancha con la mayor proporción de alcaldesas, con un 17,88% y un 15,39 % respectivamente, sobre el total de municipios en su territorio, seguidas de Navarra (14,79%) y País Vasco (14,57%). Por contra, la menor presencia de mujeres en alcaldías se registra en Galicia (4,44%), Cantabria (6,86%), Murcia (8,89%) y Cataluña (10,04%). En Andalucía 142 mujeres gobernan 142 ayuntamientos.

Respecto al número de concejalas es Madrid la comunidad puntera con un 34,43% de mujeres, seguida de Murcia (33,52%) y Canarias (30,84%), mientras que Castilla y León ocupa el extremo opuesto con un 19,42 %.

La Media de la UE. El informe destaca que en Europa son los países escandinavos y nórdicos en los que hay más muje-

EN CIFRAS

1 de cada diez ayuntamientos están gobernados por Alcaldesas

Madrid es la comunidad autónoma con mayor proporción de alcaldesas, con un **17,88%**

La menor, es Galicia (4,44%)

Andalucía, en 2010, 142 mujeres gobernan en sus ayuntamientos

res en los ayuntamientos. Así, Suecia registra un 41,60% de concejalas y Noruega cuenta con un 34,10%. España con un 25,55% se sitúa ligeramente por debajo de la media de la UE, fijada en el 26,56%, pero queda muy por encima de otros países mediterráneos como Grecia y Portugal, con un 4,26% y un 10,26% de concejalas respectivamente.

ENTREVISTA A FRANCISCO TOSCANO. FAMP

"La vocación de alcaldesa o de alcalde no entiende de género"

El último proyecto que la FAMP, entidad de la que Francisco Toscano es Presidente, ha firmado en relación al gobierno local y municipal, es el conocido como CONCILIAM. La Federación junto con la Consejería para la Igualdad y el Bienestar Social, a través del Instituto Andaluz de la Mujer (IAM) y cofinanciado con Fondo Social Europeo, van a iniciar este proyecto, que pretende dotar a las entidades locales andaluzas, prestandoles apoyo y asesoramiento, de las herramientas necesarias para que puedan desarrollar y poner en marcha medidas de conciliación en el ámbito local. Para trabajar en este sentido es necesario adecuar el mercado laboral, el modelo de ciudad, e incorporar la perspectiva de género de forma transversal en las políticas que se desarrollen desde los gobiernos locales.

Teniendo como referencia el gobierno municipal, el proyecto contribuirá al desarrollo de un nuevo modelo social en el que se hagan compatibles las actividades laborales con el trabajo del hogar, las responsabilidades familiares y el tiempo libre de cada persona, independientemente de su género. La conciliación es una necesidad de la ciudadanía y requiere para su ejecución de planificación y consenso entre todas las partes implicadas.

¿Cuál ha sido la participación de la FAMP en el desarrollo de los gobiernos locales?

Francisco Toscano: Desde hace 25 años

venimos desarrollando un papel muy activo, pero tenemos la necesidad de una mayor visualización de mayor presencia y protagonismo, que nos va a dar las leyes locales que están en el parlamento. El gobierno andaluz no sólo ha sido valiente, sino que también ha estado muy ágil en la presentación, tanto que somos pioneros en todo el estado español en presentar estas leyes. La FAMP ha sido el reflejo de lo que es España y su desarrollo, ha estado apostando por el mundo local con una mayor sensibilidad que ahora se van a ver culminados nuestros esfuerzos con la aprobación de estas dos leyes, donde la federación tiene un mayor protagonismo.

¿La conciliación es una necesidad de la ciudadanía?

FT: Este es un tema que cuando surges en la sociedad, son objeto lógico de debate, porque la sociedad tiene un rol y cuando hay planteamientos nuevos, los partidos deben discutirlos. Recuerdo en el seno de mi partido las distintas corrientes de opinión sobre el tema de las cuotas, si eran positivas o no. Y aunque ahora estas cuotas son controvertidas y motivo de discusión, lo que es cierto es que sin ellas, sin esas primeras mujeres elegidas por cuenta propia no se habrían incorporado a la sociedad o hubieran tardado mucho más. La mayor carga de trabajo, está claro, que la mujer siempre la ha llevado, puesto que aparte de en el ámbito laboral, hay que añadir el doméstico. Cuando la mujer no está incorporada al ámbito laboral,

tessendo la misma capacidad que el hombre, e incluso muchas veces mayor potencial, es una pérdida segura de talento. Hay que cambiar los roles. Estamos en otra generación distinta. Esta nueva generación de jóvenes tiene incorporada el rol de la mujer en la vida profesional; no se lo plantean de otra manera.

¿Cómo ve la FAMP la participación de la mujer en el ámbito local?

FT: Desde la FAMP, al igual que algunos partidos, fuimos pioneros en el tema de la paridad. Además por un tema de rejuvenecimiento del equipo, porque es importantísimo hacer equipo, lo debes hacer en función de lo que se está viviendo en la sociedad, lo que la ciudadanía te pide. Y en este caso, te encuentras más mujeres preparadas que hombres, en la universidad, por ejemplo, las mujeres están mejor preparadas y tienen mejores resultados que los hombres.

¿Y a la mujer alcaldesa?

FT: Hoy por hoy los ayuntamientos están casi dominados por hombres. La mujer sigue teniendo un número muy bajo de participación, de toma de decisión. En Dos Hermanas la mayoría de los puestos están ocupados por mujeres. Menos la secretaría del ayuntamiento, los demás están dirigidos por mujeres. En medida en que las mujeres lleguen de manera natural, los ayuntamientos están dirigidos por mujeres. Lo que hay que retomar es la pasión por lo que uno hace, la vocación no entiende de género.

En cuanto al número de alcaldesas, es el Reino Unido el que más tiene (29,91%), segundo de Suecia con un 20,75%. España se queda en un 12,58% y a la cola se encuentran Alemania (0,53%) y Grecia (2,13%).

Evolución positiva. El informe presentado por el Ministerio subraya también que la progresión hacia la paridad ha sido constante desde las primeras elecciones municipales de 1979 pasando de las 98 alcaldesas de ese año a las 1.017 de 2003. En términos porcentuales la proporción de mujeres al frente de los ayuntamientos se ha duplicado en los últimos ocho años pasando del 6,53% de 1995 al 12,58% de los últimos comicios.

ALCALDESAS EN ANDALUCÍA ENTRE 1983 Y 2007

AÑO	Nº DE CORPORACIONES LOCALES	Nº DE ALCALDESAS	%
1983-1987	764	16	2,1
1987-1991	751	16	2,1
1991-1995	768	14	1,8
1995-1999	770	30	3,9
1999-2003	768	60	8
2003-2007	770	97	13
2007-2011	770	125	16

Fuente: FAMP

La situación mejora atendiendo al número de concejales. Las mujeres copan 15.987 actas y representan el 25% de los

ediles frente a las 2.197 (3,23%) de 1979.

Mónica Urigüen Aristegui

Tres alcaldesas nos cuentan su experiencia al frente de tres ayuntamientos andaluces



Teofila Martínez
Alcaldesa de Cádiz
desde 1995

La presencia de las mujeres en las alcaldías españolas, y en concreto andaluzas, afortunadamente ha dejado de ser un hecho excepcional para ser, simplemente, un hecho. Según datos del Ministerio de Administraciones Públicas, desde el año 2003 el número de alcaldesas -y de concejalas- a nivel nacional no ha parado de crecer. En Andalucía, somos ya 125 las mujeres al frente de una alcaldía. Sin embargo, esta cifra es pequeña en comparación con los 770 municipios que componen Andalucía, lo que se traduce en que hay 645 alcaldes frente a 125 alcaldesas.

Mucho hemos andado ya desde que las primeras mujeres se implicaron en la



Rosario Andújar
Alcaldesa de Osuna
desde 2007

Mucho tiempo se viene hablando de las dificultades que tenemos las mujeres para emprender cualquier iniciativa que se aleje del trabajo por cuenta ajena bajo las directrices de otros, tanto que muchos piensan que ya no tiene causa, que esto ya es una vieja historia superada, y que hace tiempo se alcanzó la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres. ¡Qué equivocación!

Ciento es que las mujeres nos hemos incorporado al mundo laboral, que gracias a ello tenemos independencia económica y por ende más independencia personal, mejor autoestima, más aspiraciones, y en general nos sentimos más satisfechas con nuestras circunstancias personales y laborales. Pero qué pasa cuando queremos ir más allá, cuando queremos pilotar una empresa, un proyecto que no se sujeta a un horario pre establecido, un salario convenido, siquiera una formación determinada, entonces son muchas las barreras a superar.

En mi caso, la política y la gestión, dedicación que yo de por sí necesita una vocación de servicio público desmesurada, necesita además poseer una gran fortaleza mental, creer de forma sólida en tus capacidades, y tener el convencimiento de que tu proyecto es el mejor porque así tienes que transmitirlo. Pero además, tienes que formar equipo, dirigirlo, y ponerte al frente de todos los demás, eso conlleva una disponibilidad absoluta, capacidad de organización en lo público y en lo privado. Todo este esfuerzo se duplica cuando tienes una familia con tres hijos como es mi caso, que tienes que seguir educando, cuidando y compartiendo.

«Cómo se puede hacer sin morir en el intento? Sólo hay una forma: En primer lugar no se puede pretender ser una heroína, tienes que organizar tu hogar y tu familia de forma que te permita trabajar todo el tiempo necesario, pero sabiendo distinguir lo que es prescindible. También hay que saber delegar tanto en lo privado como en lo público. Hay que confiar que los que te rodean pueden hacer tareas y funciones con la misma diligencia que tú.

Por último, tienes que convencer y convencerte que tu dedicación tiene tanta importancia como la que más, es decir, que respeten tu proyecto. Que gobernar y gestionar un Ayuntamiento es de las empresas más apasionantes, de más responsabilidad, y de más repercusión social que la mayoría, sin olvidar que no eres mágica y por tanto no puedes solucionar todos los problemas de todo el mundo, pero si mejorar el estado de bienestar social y calidad de vida de la mayoría.

Las mujeres tienen las competencias necesarias para embarcarse en proyectos que dependen de su disposición, diligencia, trabajo, responsabilidad y por supuesto formación, sólo hay que romper ese techo cristal, que nos impide en muchas ocasiones obtener los cargos directivos. El liderazgo femenino es un valor en alta, que se cotiza cada vez más alto, por las nuevas formas de dirigir equipos, en las que se imponen habilidades desarrolladas por las mujeres en su lucha por alcanzar los mismos derechos en primer lugar, y las mismas oportunidades a continuación.

política activa, y en concreto, en la dinámica de la política municipal, que es muy especial comparada con otros ámbitos de la esfera política española. Un Ayuntamiento exige una toma de contacto con la realidad constante, una toma del pulso continua de la actualidad local y de sus necesidades. Es una política de gestión, de implicación y de tu a ti. Y sin horarios, porque estar al frente de un Ayuntamiento se traduce en que el tiempo a invertir es, exactamente, el tiempo necesario para avanzar y culminar proyectos, compromisos y tareas. Y también aporta enormes satisfacciones no sólo a nivel político sino a nivel personal.

Mayo de 2007. Esta es una de las fechas claves de mi trayectoria como representante pública de los ciudadanos. Antes de ganar las elecciones municipales de Marbella ha habido muchas otras que me pusieron en el camino en el que hoy me encuentro: la gestión de una ciudad con más de 130.000 habitantes y que se posiciona como la quinta ciudad de Andalucía.

Como todo el mundo sabe, las particularidades de nuestro municipio conllevan una dosis extra de empeño, así que el día a día será imposible sin una toma previa de servicio público. Y esta, es a mi juicio, la clave de todo trabajo que queremos hacer bien. Así lo tengo presente desde que inicié mi andadura como médico de familia en el ambulatorio de San Pedro y posteriormente en política hace ya quince años.

En este sentido, entiendo el esfuerzo y la capacidad como compañeros de viaje irrenunciables para todos, hombre y mujeres. Esta es mi visión, la validez de las personas debe predominar por encima del género y debe estar acompañada de una trayectoria que nos dote de experiencia y conocimiento.

En todo lo anterior, las alcaldesas no nos diferenciamos de los alcaldes. Estoy convencida de que la mayoría de los alcaldes y alcaldesas estamos en política porque nos apasiona, y para ello debemos renunciar a una parcela muy importante de nuestra vida familiar. Y aquí nos encontramos con la contradicción de que en determinados aspectos, a las mujeres nos es imposible renunciar. Todas tenemos una casa que atender, una familia con la que queremos estar, o unos hijos a los que arropar por la noche... y aunque renunciamos a mucho, sacamos el tiempo de donde no lo tenemos para poder hacerlo todo. En esta cuestión es muy importante el

apoyo de nuestras parejas, y en este sentido yo he tenido mucha suerte, ya que mi familia ha entendido que la política me apasiona y siempre he podido contar con su apoyo incondicional.

En este, las alcaldesas somos muy parecidas a las mujeres emprendedoras. Por ello, estoy muy agradecida a esta publicación por ofrecernos la oportunidad de animar a todas esas mujeres a seguir adelante y continúen haciendo historia tanto en política como en liderazgo y proyectos empresariales que enriquezcan nuestra economía. Porque todas nosotras, con nuestro trabajo, estamos construyendo el futuro.



Ángeles Muñoz
Alcaldesa de
Marbella desde
2007

Si bien es cierto que la incorporación de la mujer al mercado laboral implica un activo muy propio de nuestra naturaleza, y me estoy refiriendo a la capacidad de estirar nuestro tiempo, siempre he pensado que el resto de cualidades, van a estar determinadas, por encima de todo, por los méritos y la cualificación de las personas, independientemente de su género.

En mi caso, en este reto de llevar las riendas de la gran ciudad que es Marbella, la familia es un apoyo fundamental, a la que le dedico el escaso tiempo que me deja mi responsabilidad al frente de las tareas de Gobernación. Así que, trato de disfrutar al máximo el tiempo que paso con ella, como cualquier otra persona, hombre o mujer, supongo que también haría en cualquier otro ámbito profesional.

Y pese al sacrificio personal que supone, es precisamente su respaldo lo que me motiva a seguir trabajando en mi objetivo y el de mis compañeros de Gobierno, que no es otro más que Marbella siga avanzada. En definitiva, aspirar a cambiar y mejorar mi ciudad, que fue lo que me llevó a estar en política.

Mujer y comunicación institucional, un servicio al público

La Comunicación Institucional puede definirse como el tipo de comunicación realizada de modo organizado por una institución o sus representantes, y dirigida a las personas y grupos del entorno social en el que desarrolla su actividad. Tiene como objetivo establecer relaciones de calidad entre la institución y los públicos con quienes se relaciona, adquiriendo una autoridad social e imágenes pública adecuada a sus fines y actividades, pero se da en el día a día esa realidad. Los políticos, una vez que alcanzan el Gobierno, comprueban que tienen bajo su mando un mecanismo de defensa-ataque básico para sus intereses.

Aunque se ha producido un cambio, porque algunos gabinetes de prensa institucionales se han convertido en un coto vedado al que sólo tendrán acceso aquellos que tengan afinidad, o algún interés particular. Estamos ante un nuevo escenario en el que el control de la visibilidad pública se ejerce modulando el acceso a las fuentes informadas, secuestrando información de interés público y tratando de canalizar como información lo que sólo es propaganda. Y esta dinámica es sólo una consecuencia más de la creciente y agobiante paritización de la vida pública española.

La difusión de ideas en la sociedad siempre ha estado presente. Lo que ha variado, a lo largo de la historia, es el modo de realizarse. La comunicación institucional está relacionada con el marketing, la publicidad y las relaciones públicas, pero ya más allá de las funciones realizadas por ellas, pues busca transmitir la personalidad de la institución y los valores que la fundamentan. No puede separarse la identidad de una institución, sus valores, del modo de comunicar. Su identidad debe estar en armonía con el contenido, con el modo y con la finalidad de su comunicación.

¿Cómo podríamos concebir o definir la

comunicación institucional y establecer los mensajes unificados?

Victoria Cabo: Hacer llegar a tu público objetivo la gestión de tu empresa, de tu identidad. Es lo que se pretende al final con la comunicación en general. En cuanto a cómo hacemos llegar esos mensajes al público objetivo. En nuestras organizaciones, tenemos varios públicos, varios sectores a los que comunicar, por lo que utilizamos varias herramientas; todas intentamos coordinar ese mensaje o idea que quiere transmitir el cabeza visible, tanto hacia el exterior como, no nos olvidemos, del público interior. Lo que si entiendo es que, Comunicación Institucional es real cuando hay una retroalimentación. Tu comunicación institucional es buena cuando el público conoce y reconoce tus mensajes. Lo mismo ocurre, cuando en el ámbito interno, los trabajadores o las personas que forman esa congregación responden en el mismo sentido del mensaje que tu has querido trasladar.

1. Laura Ruiz

Responsable de comunicación de CEPES-Andalucía

2. Mª Piedad Pérez

Portavoz de la comisión ejecutiva de UGT-Andalucía

3. Victoria Cabo

Gabinete de Comunicación de la Diputación de Sevilla

4. Rocío Márquez

Gabinete de Comunicación de CC.OO. Andalucía

Mª Piedad Pérez: Trasladar a lo que la institución en sí está realizando. Cuáles son sus objetivos, sus prioridades, cuál es su desarrollo, su actividad fundamental. De todas formas es bastante complejo, por la propia dimensión de las organizaciones. La UGT es una institución muy vertebrada en base a sectores, hay una serie de organismos y es complejo porque no siempre se actúan en un mismo ámbito. Nuestro pleno principal es el laboral al ser un sindicato, pero eso no quita



La comunicación institucional y el papel que tienen los gabinetes de prensa en el mundo de la empresa o de la política tiene un factor influyente y de servicio a la sociedad. Para intentar aclarar y llegar al fondo de esta forma de comunicación hemos contado, en este número de mayo, con cuatro mujeres comunicadoras y con ideas muy claras sobre cuál debe de ser el fin de la comunicación institucional

que tengamos más campos de intervención y de actuación. A la hora de unificar los mensajes, existe una comunicación transversal que lo que proyecta de la organización son sus principios y valores y luego hay otros muchos campos de actuación. Existe un departamento de comunicación que intenta coordinar y trasladar esos mensajes, de conjunto.

Rocío Marmol: Lo ideal es tener un plan de comunicación, analizar las características de tu organización y establece los mensajes para que lleguen a tu público objetivo. El Plan de

comunicación va a depender de las características de tu organización, porque cada una tendrá las suyas propias. Nosotros, en Comisiones Obreras, tenemos un gabinete de prensa que se encarga de elaborar los mensajes, son el intermediario entre la organización y el público; y luego una organización compleja como la nuestra, en la que nos movemos a varios niveles y tenemos muchas estructuras tenemos un objetivo, buscar una imagen homogénea y unificada que cuando se vea o se lea el mensaje nos identifique como marca. Que sepan que detrás hay una

organización que es Comisiones Obreras, y que se nos identifique como una empresa seria y con unos valores. Que nos identifiquen con una asociación que tiene muchas cosas que decir y que llegamos al público.

Laura Ruiz: Por centrar un poco el tema de la elaboración de los mensajes, creo que existe una estrecha relación entre los responsables políticos o empresariales y los del área de comunicación. Los valores y los principios que hay que transmitir de la identidad, una vez que están dados, se conocen las ideas fuerza que se quieren difundir a nivel político, son los técnicos del área de comunicación quién construye los mensajes y deciden los soportes. Los grandes valores, los mensajes, en nuestro caso, están sujetos a distintas coyunturas por lo que se revisan en función de la situación.

¿Se percibe la Comunicación Institucional como un servicio real al ciudadano?

Victoria Cabo: El ciudadano, yo creo, que está algo receloso por el engaño, está sufriendo realmente por el engaño. Porque el ciudadano está cansado del mal profesional de la comunicación o del medio de comunicación que no son del todo sinceros con el público. Y el ciudadano no es tonto y hasta que llega





Victoria Cabo

a entender que lo que le comunicamos es veraz y no le engañamos pasa cierto tiempo y la discriminación de la información es tremadamente difícil porque hay saturación. Por ello es difícil posicionar tu mensaje. Si realmente sí el objetivo existe, existe la política, y se trabaja por ello, el mensaje llega y el ciudadano lo captó. Cuando cambia la persona, cambia todo, porque cambia la ideología o los intereses de la persona que llega.

M. Piedad Pérez: Cada agrupación, entidad, empresa es distinta. Nosotros tenemos vertientes, indudablemente la externa, que es importante, pero también contamos con la interna, que es nuestro potencial, que son los afiliados. UGT Andalucía tiene 240.000 afiliados, y ellos son destinatarios y transmisores de comunicación, a la vez, tenemos delegados sindicales en las empresas, que también hacen una labor de transmisores de información. UGT al ahorita de establecer los mensajes, y la marca ya está creada porque se ha consolidado en el tiempo, periódicamente se revisan los principios y valores sobre los que se van a trabajar es en los congresos, donde establecemos la guía de ruta en materia de comunicación. Cada cuatro años se establecen las líneas generales de la comunicación. A nosotros el color político no nos cambia, porque siempre tenemos el mismo, pero si que nos cambian alguno de los mensajes dependiendo de la coyuntura.

Rocío Márquez: La ideología es el mismo, aunque la persona cambia. El objetivo debe de ser el mismo aunque las herramientas que se utilizan son distintas. Es un poco complejo para el ciudadano porque lo que entiende es la comunicación publicitaria, porque estás vendiendo un producto y eso lo entiendes,

pero aquí hablamos de "vender" valores, valores intangibles y el ciudadano no lo percibe igual, y para contrarrestar esto, lo mejor es asociarlo a un trabajo que vaya a tener una consecuencia material, algo que vaya a poder medirlo y cuantificarlo. En el tema del acuerdo de concertación social, por ejemplo, le dices a un ciudadano que hemos firmado dicho acuerdo, lo primero que se preguntan es ¿y a mí en qué me repercute? Pero si le explicás que gracias a ese acuerdo, se han hecho más carreteras, se ha creado puesto de trabajo y se han hecho más viviendas, ese mensaje cala mucho más. Así que lo que se tiene que hacer es adaptar el mensaje al segmento de la población al que te diriges.

Laura Ruiz: La comunicación desde CEPES

es muy parecida a lo que han estado contando mis compañeras. Nosotros también tenemos una comunicación interna y una externa, que engloba varios segmentos de población objetiva al que le tenemos que hacer llegar nuestros mensajes, lo que también debemos hacer es decidir el soporte que mejor sirva a los intereses. El mensaje que lanzas a través de los medios de comunicación llega encajado a la sociedad, que no quiere decir esto que sea la mejor herramienta, es una más y todas son complementarias.

¿Cuál es el mejor soporte y el más adecuado sobre el que se apoya esta comunicación?

M. Piedad Pérez: Un solo soporte no es suficiente y más ahora con los avances en las nuevas tecnologías y las redes sociales, que son muy importantes, porque ya la información no llega en bloque, llega de tú a tú. En función del tipo de mensaje utilizarás la herramienta acorde al público objetivo. Nosotros trabajamos con personas, con trabajadoras y trabajadores y eso si se percibe como un servicio. Nosotros utilizamos muchos canales, aunque siempre desde un control. Administrar los mensajes en determinadas herramientas o soportes nos hace ser precavidos, puesto que aun hay muchas lagunas en el mundo "ciber".

Rocío Márquez: A parte de las nuevas tecnologías, las redes sociales, facebook, tumblr, los blogs, etc., pero estamos cayendo, en general, en una despersonalización. Es importante llegar a todo el público y no perder el contacto entre personas, las asambleas, las visitas a las empresas, etc.

Victoria Cabo: Es muy difícil vender servicios. Es muy difícil posicionar tu gestión de



Laura Ruiz

servicios, y al fin y al cabo, al ciudadano lo que le estás ofreciendo es calidad de vida, a través de subidas salariales o haciendo vivienda, pero eso es muy difícil que llegue al ciudadano, ahí hay que medir muy bien los tiempos. Porque el ciudadano puede saturarse del mismo mensaje. Simplemente estas reforzando tu idea. El ciudadano puede llegar a pensar que no le está dando nada nuevo, y sin embargo tu idea es informarle del estado de todo el proceso. Un producto comercial consigues justo lo contrario, con la repetición, se te queda en la memoria y quizás por eso lo compras. La publicidad también es una manera de "vender" nuestros "productos", siempre hablando de comunicación exterior. Los medios de comunicación necesitan comercialización. Son empresas igual que cualquier marca comercial, generan puestos de trabajo y dan un servicio igual.

Laura Ruiz: Cada soporte complementa al otro. La publicidad tiene su importancia, pero también es importante las redes sociales, las nuevas tecnologías dependiendo siempre como servicio. Lo interesante de la comunicación institucional es entenderla como algo integral y que hoy estás editando una página web, mañana eres una directora de una televisión digital, nuestra profesión tiene esa riqueza esa versatilidad. La comunicación es algo innato a las personas, todo el mundo cree que sabe de comunicación, incluido la institucional, quizás es donde más puede engordar un rumbos generar una llama social. Tenemos una obligación con estas nuevas formas de comunicación, sms, blogs, ... pero debemos hacer el mejor uso de ello.

¿Es necesario introducir una vertiente de comunicación "en femenino"?



Mª Piedad Pérez

Rocío Márquez: Yo creo que no es cuestión de hablar en masculino o femenino, sino de adecuar y respetar la comunicación entre hombres y mujeres y que quede patente en los mensajes que comunicas. Desde CCOO tenemos muy claro que la igualdad es un eje transversal que está presente en todas las políticas y en todos los mensajes, forma parte de toda la comunicación, del propio lenguaje que se utiliza. No creo que se trate de hablar de comunicación en femenino, ni comunicación en masculino, simplemente es respetar el lenguaje de la igualdad.

Mª Piedad Pérez: El lenguaje es importante y hay que cuidarlo pero a la hora de trasladar la comunicación tienen que haber un

equilibrio. Las organizaciones sindicales han ido creciendo exponencialmente porque se han ido incorporando de forma escalonada las mujeres y evidentemente que si queremos representar a la sociedad, eso debe de estar reflejado. Si es importante tenerlo en cuenta. La comunicación en femenino va más allá del usos.

Victoria Cahuzac: Yo creo que debe englobarse en el mensaje, no tanto en la forma como el fondo de lo que quieras transmitir. Yo creo que la igualdad, en mi institución también está identificada transversalmente. Pero la igualdad entendida como elaboras el mensaje final, que es un ejercicio de reflexión de un grupo formado tanto por mujeres como por hombres. Es que no solo debemos hablar en femenino, porque si no les obviaremos y arrinconaremos como nos han hecho hasta ahora. Todos los ismos deberían erradicarlos. Necesitamos un diccionario que nos explique qué es lo "políticamente correcto" que se espera del lenguaje institucional. Elabora una nota de prensa es una labor muy ardua porque no queremos caer en la desigualdad del lenguaje.

Laura Ruiz: Mi identidad se ha incorporado tarde al tema de la comunicación de género. Es un movimiento que se ha movido desde los sindicatos o partidos políticos, pero ahora nosotros estamos obligados a dar esa visibilidad de la igualdad. El lenguaje de género va muchas veces en contra de las pautas que estudiamos sobre el lenguaje periodístico, brevedad y concisión, pero es necesario introducirla.

Mónica Urquiza Aristegui



Rocío Márquez



Una plataforma de televisión en internet
Una nueva forma de conocer Andalucía

PREMIO FORO EUSA EMPRESAS 2010
"COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN" 

www.andaluciaenlaweb.com - www.andaluciaenlaweb.tv

Andalucía en la web.tv se define como una plataforma de TV en Internet con 5 canales temáticos diferenciados: Canal Info y Eventos, Canal Turismo, Canal Patrimonio, Empresas e Instituciones y finalmente el canal Andalucía Rural. La razón de ser de esta plataforma multicanal es mostrar Andalucía desde diferentes puntos de vista y con contenidos tan variados como la gestión de información, la promoción turística, la difusión patrimonial de nuestra historia, la potenciación de las actividades empresariales e institucionales de Andalucía y el desarrollo sostenible del mundo rural andaluz. Para ello, la plataforma televisiva utiliza las nuevas tecnologías donde Internet representa el medio de comunicación perfecto para llegar más lejos.

GRUPO EUROPROGRAMMES 

PARQUE EMPRESARIAL LA CERCA DEL PINO C/Comercio, 9 41980 Sevilla
Tel: 95 476 33 13 | Fax: 95 476 32 12 | info@andaluciaenlaweb.com



RECURSOS HUMANOS

Ana M. Herrero

Directora de Montaner & Asociados

EL CONFLICTO ENTRE GRUPOS

La empresa es un organismo social que como tal, está formada por varios grupos interconectados entre sí, los cuales tienen una única misión general y global, la misión de la empresa, que está por encima de todos. El directorio es el principal responsable de conseguir que los grupos canalicen sus energías hacia la consecución de la misión. Los grupos, sin lugar a dudas, tienen fronteras y los individuos tienen conciencia de pertenencia o falta de pertenencia a estos grupos (endogrupo vs. exogrupo), por ubicación geográfica, jerarquía, preocupaciones comunes, etc. Para resolver conflictos intergrupales sin exacerbar las diferencias, os propongo varias opciones:

Generar situaciones que tengan objetivos o metas de un nivel superior que, a la vez que despierten el interés de los miembros de ambos grupos, sólo pueden ser alcanzadas con la colaboración de todos. Las finalidades superiores que implican indistintamente a ambos grupos favorecen la reducción de las incompatibilidades. Podemos pensar en la participación en un nuevo proyecto, en reforzar el sentido de la misión de la empresa, etc.

Romper con la visión de grupo cerrado favoreciendo la comunicación y el conocimiento de manera particular de algunos miembros del grupo en conflicto. Haciendo que se conozcan individual y personalmente, se reduce la tensión. En muchas ocasiones, personas que trabajan juntas durante años, no se conocen personalmente.

Potenciar la capacidad de empatía, es decir facilitar el conocimiento de las ventajas y dificultades de pertenecer a los otros departamentos, para ponerse en su lugar y entenderlos mejor. Cuando a través de los seminarios de formación, por ejemplo, entran en relación personas de diferentes departamentos, poseen de manifiesto como valor añadido del seminario el haberse dado cuenta del funcionamiento interno de los otros departamentos, lo que les ayuda a entender ciertas exigencias o peticiones tildeadas hasta entonces como "máximas". Hablamos de seminarios pero también podemos hacer referencia a realizar visitas a los otros departamentos, celebración de actos en que tengan que coincidir, etc..

Confrontar el conflicto intergrupal. Consiste en juntar los grupos en conflicto y facilitar que cada miembro individualmente manifieste cómo ve al grupo y a cada uno de sus integrantes como miembros del mismo.

Reforzar los lazos cooperativos. Los propios individuos o grupos pueden imponer sus propios límites al conflicto a fin de que éste no ponga en peligro otros aspectos de la relación mutua, satisfactorios para ambos. No tiene sentido discutir sobre quién tiene la razón o la posición de fuerza cuando se puede encontrar una salida negociada al conflicto donde ambas partes salgan ganando.

Valurar los costos del conflicto. Muchos conflictos pueden resolverse cuando se pone encima de la mesa la siguiente pregunta ¿vale la pena mantener y alimentar el conflicto? A veces, es puramente una cuestión de costos.

Ahora bien, en ocasiones es necesaria la colaboración de terceras partes que actúen como árbitros, conciliadores o mediadores. Puede pensarse en alguna persona de nivel jerárquico superior.

Puede ocurrir que los medios, estrategias a utilizar para la consecución de los objetivos, lleguen a convertirse en fines, en objetivos prioritarios, quedando en segundo término la misión y los objetivos a alcanzar como consecuencia de ella.

Es de gran importancia para el directorio, detectar y aislar cuanto antes el conflicto, dirigirse a sus causas y buscar los mecanismos correctores. En esta época es prioritaria la resolución del conflicto.

► **Las finalidades superiores que implican indistintamente a ambos grupos favorecen la reducción de las incompatibilidades**

A su paso por Sevilla para participar en el I Encuentro Regional de Empresarias de Economía Social organizado por FEM-PES, la presidenta de FEDEPE, repasa con Mujeremprendedora los factores para el desarrollo profesional de la mujer directiva, para un liderazgo de éxito, y para la aplicación de los sentimientos a la economía

¿Cuáles son los principales retos a los que se enfrentan las organizaciones empresariales actuales?

Hay de muy distinta índole aunque diría que el reto fundamental pasa por creer desde ellas en las personas. Porque si se creyera en las personas más que en los resultados, se conseguirían mejor estos últimos. El problema es que se cree más en los resultados, una realidad que lo único que consigue es generar mal ambiente, falta de rendimiento, de productividad. Si de verdad creyéramos en las personas, que es lo más complicado pero a la vez lo más satisfactorio, lograremos tener a las personas involucradas, de modo que desde la exigencia se podría conseguir el máximo rendimiento de las mismas.

Un líder, ¿nace o se hace?

Daría que las dos cosas, que un líder nace y se hace. Lo cierto es que todo el mundo tiene unas facetas de liderazgo. Porque el liderazgo en el fondo es aquello que nos hace distintos a los demás y que por ese "ser distinto" atrae a los demás. No hay dos personas iguales, todo el mundo es distinto. Y precisamente identificar ese diferencial es la clave del liderazgo. Pero, ¿cuál es el problema? Que la mayor parte se va a la tumba sin identificar su diferenciación con los demás, habiéndose enfrentando a lo largo de su vida a lo que es igual a los demás.

¿Cómo se puede saber qué es lo que nos diferencia del resto?



Pilar Gómez-Acebo, presidenta de honor de FEDEPE

Lo que nos diferencia está siempre en aquello que constituye nuestros puntos fuertes. En aquello que se nos da bien. La clave es tener horas de sí mismo. El que tiene horas de sí mismo y el que triunfa, es el que juega a sí mismo. Cuando uno analiza y reflexiona qué le ha salido bien y qué factores están detrás de aquello que le ha salido bien, encontrará su radical exclusividad. Cada persona combina esos factores de diferente forma. Mirando los logros profesionales y personales es de donde se saca el distintivo de cada uno. Y entiendo por logro no aquello que yo he hecho bien y de lo que me he beneficiado yo, sino aquello que yo he hecho bien y se han beneficiado otros, que es lo que de verdad genera diferenciación.

¿Qué modelo de liderazgo es el más adecuado en momentos de incertidumbre como el actual?

Daría que el liderazgo es el mismo. Quizá la clave sea que hay que poner más énfasis en las personas que en los productos y en los resultados que en una época anterior. Simplemente el hecho de producir cuando no había hasta ahora. Hoy cuando hay exceso de producción por todos lados lo que hay que conseguir es ofrecer algo más allá de lo existente. En estos momentos el modelo de liderazgo debe de

estar basado en la exigencia pero exigencia con mano tendida, no exigencia con mano dura. Exigencia con mayúsculas pero con la otra persona. Hay que exigir a tope, hasta el final, pero eso radica también en la forma de exigir. Ya no se trata de trabajar por cantidad sino por calidad, trabajar por exigencia y no por presencia.

Viene hablando desde hace tiempo de la "Economía de los Sentimientos". ¿Cómo aplicar la economía a los sentimientos?

Se trata de priorizar los intangibles sobre los tangibles. El sentimiento, emociones y voluntades conforman el 90% de cada persona, mientras que tan sólo el 10% lo conforma el componente racional. El saber dónde vibra la persona, dónde siente, dónde palpita... esa es la clave de actuación, donde hay que priorizar y focalizar cualquier estilo de actuación y, desde ahí, de nuevo exigir. Pero no exigir lo que a mí me da la gana a costa de plegar la voluntad del otro, eso estaría condenado al fracaso. Sin embargo, si veo donde la otra persona tiene ese 90% qué le hace por un lado ser distinto y vivir de manera propia lo que hace, priorizare los sentimientos y ahí estará mi mayor ganancia. Yo gano si de verdad consigo hacer guitar a los demás. Esa es la clave, dar a

“Mientras las se dividan entre cuotas sí y cuotas no seguirá el que está”

guitar es ganar siempre, pero en vez de partir de mí mismo tengo que partir de los demás. Y si con ello ellos ganan, yo ganaré también.

¿En esto de los sentimientos las mujeres salimos ganando?

De hecho llevamos generaciones y generaciones trabajando más esa faceta. Es más, creo que curiosamente coincide con la plena incorporación de la mujer al mercado de trabajo y con su subida a los primeros niveles de decisión. Y es que ya estaba toda la parte racional puesta en funcionamiento pero faltaba la parte de las emociones y los sentimientos, que es en la que de alguna manera podemos apoyar más las mujeres porque les tenemos más puesta en escena, más entrena. Si de verdad conseguimos no desplazar lo racional, sino incorporar a eso lo emocional, es donde de verdad podemos las mujeres hacer una aportación significativa a la economía, a la empresa, y a todo el mercado en general.

Y sin embargo el acceso de las mujeres a los Consejos de Administración en las sociedades españolas sigue siendo una asignatura pendiente. ¿Existe un rechazo previo a que

la mujer pueda estar en el topo? ¿Es un rechazo consciente o inconsciente?

Hay una gran parte inconsciente. De hecho las cifras suben un poco para después volver a caer precisamente porque no se ha hecho consciente la forma de llevarlo a cabo. Lo que han sentido los hombres que ya estaban es que se trataba de una mera lucha por el poder, si están las mujeres no están ellos. Esto lo que produce es que de una forma consciente o inconsciente se desfieban. Si el ascenso de las mujeres a los Consejos de Administración se hiciera no con resashismo, no quitando la parte existente sino dando a guitar a lo existente, entonces el proceso sería mucho más fácil y generaría muchas menos resistencias. El problema es que se está viviendo el ascenso de la mujer a los como el darles a perder, ellos pierden y nosotros ganamos. Mientras ésa sea la tesis, el sistema no va a funcionar, se va a seguir dando algún paso para delante y varios para atrás. Hay que hacerlo con inteligencia emocional, dándoles a guitar, logrando que se sientan más seguros.

En cierta ocasión se manifestó sobre el establecimiento de cuotas afirmando que nadie

las quería pero que eran necesarias. ¿Cree que están consiguiendo su fin?
Cuando una sociedad como la nuestra es tan reacia, hay que meter un pequeño correctivo. Pero esto es como un calzador en el zapato, simplemente hay que ponerlo para obligarle a entrar pero no hay que dejarlo puesto. Hay que saber poner el calzado y retirarlo. De todas formas el tener que elegir entre cuotas sí o cuotas no se convierte siempre en una trampa porque permite dividir a las mujeres en los que están a favor y en contra. Mientras las mujeres se dividan en este sentido ganará el que está. Es un sistema que permite afianzar al que está en el poder mientras enfrenta a las mujeres en lugar de conseguir que cada vez más vayan en común hacia esa línea de enriquecimiento de complejidad y complementariedad del poder.

¿Cuáles son los principales retos con los que se encuentran las directivas hoy?

No caer en la trampa a pesar de que son muchas las presiones de poner el estilo existente de competitividad en vez de competencia, de agresividad, de corto plazo, eso que puede parecer que en un primer momento generó resultados es el gran destructor a continuación. El saber poner aspectos que hoy están fallando, como ese ámbito emocional. Es desde el corto dar cabida al medio y al largo. Son retos que las mujeres tienen que abordar si quieren de alguna manera llegar y permanecer. No se trata sólo de llegar, sino también de permanecer para cambiar desde dentro las cosas.

Como presidenta de honor de FEDEPE, ¿qué le ha supuesto su presencia en este tipo de redes empresariales femeninas?

Toda la vida he estado en movimientos asociativos porque creo que el equipo está por encima del individuo, y que la mejor manera de cambiar las cosas y de acceder a una mayor realidad es con los demás. Uno sólo por muy potente e inteligente que sea, siempre tendrá una cuota muy limitada. ¿Cómo puede crecer permanentemente? Con otros. Lo que hay es que buscar entidades en las que nos vemos más implicados, y participar en ellas en el nivel que corresponda. En la Federación me tocó dar un impulso en un momento distinto al de ahora, cuando el objetivo pasaba por la incorporación de la mujer al mercado laboral. Hoy en día la lucha llega a los puestos de dirección. Por eso creo que hoy es más rentable mi postura como presidenta de honor, ya que te permite una distancia que te hace mucho más eficaz.

Isabel García

Licenciada en Sociología y en Ciencias Políticas por la Universidad Complutense de Madrid y Master en Recursos Humanos y Dirección de Empresas en el Centro Internacional de Dirección de Empresas. Pilar Gómez-Acebo es consejera de Conecta, vicepresidenta del Club de Consejeros, presidenta de honor de la Federación Española de Mujeres Directivas y Empresarias (FEDEPE) e integrante del equipo fundador de International Women Forum (IWF), presidente de la Comisión Ética y Social del Directorio de la Confederación Española de Directivos de Empresa (CEDE), y miembro de la Junta Directiva del Club Financiero Licenova.

Perfil

Usos del tiempo, la doble e inacabable jornada

El tiempo de las mujeres es continuo, no tiene horario, y se repite día tras día. Mientras que el tiempo del hombre es discontinuo, con horarios y se da una diferencia de apreciación entre los días laborables y festivos.

Si contrastáramos encuestas de hace veinte años y de hoy, los datos han variado muy poco, o casi nada; los hombres y las mujeres utilizan el tiempo de manera muy desigual. Dicha desigualdad se ve rápidamente en cuanto comparas variables como el tiempo que dedica el hombre a los trabajos domésticos en el ámbito familiar y lo que dedican las mujeres. Las mujeres dedican al trabajo doméstico dentro del ámbito familiar cuatro horas y doce minutos más de tiempo que los hombres.

Esto, que supone la "doble jornada" para las mujeres, les impide integrarse en condiciones de igualdad en los otros ámbitos como el del trabajo remunerado o el que se refiere a la toma de decisiones. Las mujeres han ido incorporándose de manera creciente al mercado laboral, mientras que el hombre no lo ha hecho de manera proporcional al trabajo en el ámbito doméstico. Por ello se habla de la necesidad de repartir las tareas domésticas y cuidado de las personas

dependientes dentro del entorno familiar. Son muchas las variables que condicionan la general distribución del tiempo. Comenzando por la cuestión del sexo, hombre vs. mujer, por la existencia o no de hijos, por el estatus profesional, ...

Pero, ¿qué pasa cuando la mujer trabaja fuera del hogar?

El tiempo de las mujeres es continuo, no tiene horario, y se repite día tras día. Tareas domésticas, cuidado de niños (si los hay), su dedicación al trabajo remunerado fuera del hogar. Mientras que el tiempo del hombre es discontinuo, con horarios y se da una diferencia de apreciación entre los días laborables y festivos. La mujer no diferencia entre el fin de semana, festivo o día laboreable.

Las mujeres usan el tiempo en función del tiempo de los demás, es decir, primero tienen en cuenta las necesidades del resto de la familia y del hogar, por eso el tiempo de ocio es menor. El hombre asume los distintos roles, ya sea el rol del trabajo en el trabajo y el rol de la familia en el hogar; la mujer no, la mujer acumula todos los roles. No hace distinciones. Las cifras hablan por sí mismas. En Andalucía 8 de cada 10 mujeres compaginan el trabajo remunerado con las tareas del ámbito doméstico, y 1 de cada 4, lo hace además con jornada reducida. El 83'30 % del contrato a tiempo parcial son de mujeres. (*)

El no repartir las tareas obliga a la mujer a elegir entre el trabajo remunerado y la familia, a buscar trabajos a tiempo parcial para poder seguir con la responsabilidad familiar, a buscar ayuda en los familiares más cercanos para que cuide de los niños, a prescindir de su propio tiempo libre y espacio para si mismas, a estar menos motivadas en su promoción profesional. Por ello, un reparto equitativo fomentaría la igualdad de oportunidades.



Es cierto que los hombres se van incorporando a los trabajos del hogar y cuidado de la familia, pero la mayoría de las veces desde una actitud de ayuda y no de corresponsabilidad. ¿Cuántos hombres conoces que se levantan por la noche para cuidar de una persona dependiente?, ¿cuántas mujeres conoces que hacen las labores de la casa y además trabajan fuera de ella?, ¿cuántas veces te has sentido identificada con la idea de "yo tengo suerte porque mi marido me ayuda en las tareas de la casa". Comencemos por asumir que no es ayuda lo que necesitamos sino un reparto igualitario de las tareas del hogar para dejar de tener una doble e inacabable jornada laboral.

Datos extraídos de "La igualdad, un trabajo en equipo", Material de corresponsabilidad elaborado por el Instituto Andaluz de la Mujer

Mónica Urquiza Aristegui

Diferencias en el Uso del Tiempo, según Sexo

	Mujeres	Hombres
Necesidades personales	10 h 34'	10 h 34'
Trabajo Doméstico	7 h 22'	3 h 10'
Estudio	0 h 29'	0 h 44'
Trabajo Remunerado	1 h 52'	3 h 28'
Tiempo Libre	9 h 17'	9 h 59'

Datos página
<http://www.mujeraprogresadas.org>

Variedad y experiencia en el sector

Voy Volando es una franquicia de restauración de origen andaluz que ofrece una amplia variedad de pizzas junto a una cuidada selección de platos de pasta

La comida italiana, en especial la pizza, siempre ha sido el producto estrella de los más jóvenes urgidos por el tiempo y también por la baja solvencia económica. Pero no sólo, la juventud se ha sentido atraída por este plato, también ha fascinado a personas de todas las edades y de diferentes lugares.

Voy Volando es una cadena de pizzas con un gran espíritu emprendedor que tiene sus comienzos en Granada pero que impulsa sus franquicias en otras ciudades de Andalucía y en otros territorios como Murcia y Albacete.

Para ofrecer unos buenos servicios en todos sus establecimientos Voy Volando, refuerza su sede central con el objetivo de garantizar el mismo soporte en el resto del país.

Después de 17 años de experiencia, esta cadena ha logrado reunir una extensa oferta de pizzas basadas en el desarrollo constante de novedades. Y una selección cuidada de platos de pasta compuesta por espaguetis, tallarines, lasagna, cazzolones, etc. Platos en los que prima la calidad, a unos precios asequibles para todos los bolsillos. Una comida



Fernando Rivero, director general de Voy Volando

que por ser rápida no deja de ser saludable; y en el que la higiene y la seguridad en los productos es lo más importante.

Esta cadena de pizzerías de origen andaluz incluye un elemento innovador, el horno electrónico de cinta horizontal. Horno que garantiza la rápida cocción de las pizzas, la uniformidad en su elaboración y un consumo energético muy por debajo de los hornos convencionales estáticos.

La inversión necesaria para instalar una franquicia Voy Volando parte de 40.000 euros, dependiendo del estado de los locales, que deben estar ubicados en poblaciones con un mínimo de 8.000 habitantes.

Si el local procede de traspaso de un tipo de negocio similar se puede estimar un coste para apertura desde 6.000 euros. Si

se trata de un local tipo despacho el coste estaría desde los 12.000 euros y para un local tipo tienda desde 30.000 euros. No se debe pagar nada en concepto de royalties y ofrece financiación en el canon de entrada, que son unos 20.000 euros.

Voy Volando te aporta uno de los pilares imprescindible para que funcione tu empresa, el horno. Que va incluido en régimen de depósito en tu establecimiento. Electrónico, bajo consumo y totalmente automático.

También contará con software informático propio, desarrollado y testado a lo largo del tiempo en nuestros establecimientos.

Para más información:
www.voyvolando.com

- ***Inversión inicial:**
40.000 euros
- ***Canon de entrada:** 20.000 euros (ofrece financiación)
- ***Núcleo poblacional:**
mínimo 8.000 habitantes
- ***Royalties:** no cobra
- ***Franchising en Andalucía:** 76
- ***Superficie de las tiendas:** más de 60 metros cuadrados



Sexismo y publicidad

El Instituto Andaluz de la Mujer elabora un nuevo decálogo para identificar el sexismio en la publicidad que recoge los diez criterios para definir qué se considera lesivo en las campañas publicitarias

El Observatorio Andaluz de la Publicidad no sexista, dependiente del Instituto Andaluz de la Mujer (IAM), ha elaborado un nuevo decálogo para identificar el sexismio en la publicidad. Estos diez criterios actualizan el documento elaborado en el año 2004 y se adapta al marco legislativo del Estado y de la comunidad autónoma, además de redifinir los indicadores contenidos en el I Plan Estratégico para la Igualdad de Mujeres y Hombres en Andalucía 2010-2013.

El nuevo decálogo, que puede consultarse en la página web del Observatorio, incorpora tres nuevos puntos que se han detectado a través de las quejas de la ciudadanía y del sistema de alertas: 'Presentación de la mujer de forma vejezaria, atentando con su dignidad como

persona'; 'Transmisión de una imagen errónea de las mujeres con discapacidad' y 'Utilización de lenguaje sexista'.

Con la finalidad de difundir el decálogo, el IAM ha editado un folleto informativo que recoge los diez criterios que se deben tener en cuenta en materia publicitaria. Este decálogo es, junto al Código Deontológico en Publicidad Sexista para la Comunidad Andaluza, uno de los recursos que se utilizan para definir qué se considera lesivo y sexista en las campañas publicitarias.

Se trata de un documento abierto de trabajo, que se actualiza en función de los avances y cambios advertidos en la sociedad y en la realidad percibida a través de la publicidad y los medios de comunicación. Asimismo, es una herramienta de trabajo al

servicio de la ciudadanía que trata de sistematizar las quejas y simplificar los aspectos técnicos del lenguaje publicitario y mediático para favorecer un mayor entendimiento entre la sociedad, las empresas anunciantes y las personas profesionales de la publicidad y los medios de comunicación.

Con esta modificación, el Instituto Andaluz de la Mujer pretende una mayor sensibilización y formación de la sociedad y los anunciantes y publicistas. Su renovación y adecuación a la nueva situación detectada desde el Observatorio Andaluz de la Publicidad no sexista, coincide con la nueva página web presentada recientemente. El portal da respuesta a la creciente demanda de la ciudadanía y se actualiza con contenidos didácticos, pedagógicos y otras herramientas como el boletín digital, guías o publicaciones.

Para más información:

[www.juntadeandalucia.es
/institutodelamujer/observatorio
/web/observatorio](http://www.juntadeandalucia.es/institutodelamujer/observatorio/web/observatorio)

Poder y género

Porque el talento de no conoce de sexos, desde Adepmá, asociación empresarial femenina con sede en Málaga, trabajan por promover y consolidar el acceso de las mujeres a puestos directivos y al mundo empresarial



Pilar Serrano junto a Cristina Guerrero



Cristina Guerrero y Francisco de la Torre



Almuerzo con la directora del IAM

Promover el acceso de las mujeres a cargos directivos y puestos de decisión en cualquier ámbito organizativo; fomentar entre las mujeres el interés por acceder a cargos de responsabilidad política, económica y financiera; identificar las barreras existentes para el acceso de mujeres a cargos directivos y puestos de decisión; y contribuir a la promoción de las condiciones que permitan contribuir a la igualdad de oportunidades para hombres y mujeres, son, entre otros, los objetivos de las Asociación de Directivas, Empresarias y

Profesionales, Mujeres de Andalucía (Adepmá).

Con sede en Málaga y presidida por Cristina Guerrero desde finales de 2008, Adepmá es una organización sin ánimo de lucro, formada por mujeres directivas, ejecutivas, profesionales, empresarias y en general, todas aquellas que tengan intereses profesionales en el terreno directivo en el ámbito de Andalucía. Y es que el trabajo de esta asociación pasa por ofrecer un espacio de debate, formación y

apoyo para estimular el desarrollo de las carreras profesionales de las mujeres y su acceso a puestos de dirección y responsabilidad profesional, en un plano de absoluta igualdad, potenciando de diferentes maneras

su promoción y visibilidad tanto a nivel personal como colectivo.

Con esta premisa, Adepmá pretende servir de plataforma para el desarrollo de unas nuevas relaciones sociales de género; cooperar con otras iniciativas redunden en mejorar la cualificación profesional y la calidad de vida de las mujeres y entre otros principios, promover y consolidar su acceso a puestos directivos y al mundo empresarial.

Para más información:

www.adepma.com
www.adepma.blogspot.com



Consumibles de alta calidad

Consulte su punto de venta más cercano

www.s10consumibles.es

máxima economía de impresión
mínimos costes de impresión
máxima calidad de impresión



Doñana tendrá un Centro Tecnológico de Desarrollo Sostenible

José Antonio Griñán anuncia la puesta en marcha de esta iniciativa pionera que "permitirá promover nuevos proyectos de investigación aplicada"

Foto: Junta de Andalucía



El presidente de la Junta de Andalucía, José Antonio Griñán, anunció el pasado mes de abril la creación de un Centro Tecnológico Regional de Desarrollo Sostenible en Doñana, una iniciativa pionera, que, según apuntó, "permitirá promover nuevos proyectos de investigación aplicada", así como "recolectar, procesar y poner al servicio del tejido productivo" toda la experiencia adquirida en la comarca. El anuncio de Griñán tuvo lugar durante su presencia en Almonte (Huelva)

para la conmemoración del 40 aniversario de la declaración de este enclave como Parque Nacional, coincidiendo también con los 20 años de la Ley de Inventariado de los Espacios Naturales Protegidos de Andalucía y los 30 de su declaración como Reserva de la Biosfera.

El acto que se celebró en el Centro Internacional de Convenciones Ecológicas y Medioambientales (CIECEMA), contó, entre otras personalidades, con la asistencia del pre-

sidente del consejo de Participación de Doñana, Felipe González; la presidenta del Parlamento, Funesanta Coves, y el consejero de Medio Ambiente, José Juan Díaz Trillo.

Durante su intervención, el dirigente andaluz indicó que el futuro centro ofrecerá, además, servicios de gestión y asesoría en iniciativas de I+D+i Sostenible, "para diagnósticos de situación, implantación de procesos o soporte tecnológico". Para el presidente de la Junta, la promoción de nuevos proyectos en actividades emergentes permitirán "mejorar la competitividad y ganar en estabilidad a los sectores económicos".

Plan de Desarrollo Sostenible. Griñán también avanzó la próxima puesta en marcha del segundo Plan de Desarrollo Sostenible de Doñana, que, en su opinión, permitirá "dar un salto de calidad" en el espacio natural gracias a la modernización de las estructuras productivas y al fomento de la agricultura ecológica o el turismo. La ejecución del primer plan, ha subrayado, "impulsó el desarrollo económico y el bienestar social, sin perjudicar la calidad ambiental". En este sentido, resaltó que en los últimos cinco años se ha producido una "sustancial mejora" en la biodiversidad del enclave, al tiempo que se han puesto en marcha proyectos socioeconómicos y sostenibles.

La nueva ley de espacios naturales inicia su andadura

La Consejería de Medio Ambiente impulsará una nueva ley de gestión de los espacios naturales de Andalucía. El anuncio se produjo en el marco de la inauguración del seminario internacional que reúne a expertos en la gestión de los espacios naturales protegidos para debatir el futuro de estos enclaves ante los retos que conlleva para los mismos el cambio global. El seminario internacional, organizado por la Junta, reunió a prestigiosos académicos procedentes de las ciencias



sociales y humanas, responsables políticos, así como representantes de organizaciones sociales y territoriales, con el fin de construir un modelo de gestión compartido que ayude a integrar las diferentes visiones sobre qué y cómo administrar el patrimonio natural de Andalucía. Durante su intervención, Trillo destacó la necesidad de que los territorios protegidos y la sociedad de su entorno se unan, ya que hoy día no se entiende la protección y la conservación de la naturaleza enfrentada al desarrollo.

Andalucía acogerá en 2012 el Comité de la Red Europea de Geoparques

La Consejería de Medio Ambiente avanza en la candidatura de la Sierra Norte de Sevilla para lograr esta declaración, que será evaluada el próximo verano

Andalucía acogerá en la primavera del 2012 la reunión del Comité de la Red Europea de Geoparques, después de la propuesta presentada por la Consejería de Medio Ambiente en el último encuentro de este órgano reunido en la localidad francesa de Louperon. Durante esta reunión, la Consejería avanza también en el proceso de declaración del nuevo geoparque de la Sierra Norte de Sevilla, que será evaluado el próximo verano por la red. La Junta presentará este año la candidatura del paisaje protegido del Río Tinto, en Huelva, cuya tramitación se abordará a lo largo de 2011.

Estos espacios aspiran a formar parte de la Red de Geoparques Europeos y de la Red Mundial de Geoparques de la UNESCO, del que forman parte ya los parques de Cabo de



Foto: Sevillita en Flickr

Gata-Níjar (Almería) y las Sierras Subbéticas (Córdoba), espacios que revalidaron recientemente esta figura de protección que atribuye a estos valiosos territorios geológicos una estrategia de desarrollo territorial sostenible. De hecho, esta iniciativa persigue fomentar la dinamización socioeconómica de estos parques a través de la puesta en valor de su patrimonio geológico y el fomento del geoturismo. Entre los requisitos para la declaración de los nuevos geopar-

ques andaluces, se encuentran el contar con límites claramente definidos y una extensión suficiente para un desarrollo económico y territorial conjunto, así como comprender cierto número de lugares geológicos de singular importancia en términos de calidad científica, rareza, valores estéticos y educacionales. Estos lugares, además de ser parte del patrimonio geológico, también deben presentar interés arqueológico, ecológico, histórico y cultural.

Educación ambiental

Antequera (Málaga) fue el lugar escogido el pasado abril para la celebración de un encuentro en el que se dieron a conocer los distintos proyectos de educación ambiental que se llevan a cabo en Andalucía. El seminario, que se celebró también en el municipio sevillano de Osuna, sirvió para intercambiar experiencias y reflexionar sobre el papel que desarrollan las asociaciones en la promoción de la educación ambiental en el medio ambiente urbano y en la conservación de la biodiversidad. En esta iniciativa participaron los representantes de las distintas entidades sociales que desarrollan proyectos de educación ambiental en Andalucía, especialmente las que realizan actuaciones subvencionadas por la Junta, y aquellas que están adheridas a la Estrategia Andaluza de Educación Ambiental. Este encuentro se desarrolló en el marco de 'La estrategia andaluza de educación ambiental', puesta en marcha por la Consejería de Medio Ambiente para promover la educación y participación de los distintos sectores sociales en la conservación de los recursos naturales y en la calidad ambiental de Andalucía.

Mayor participación social

El Gobierno andaluz, a través de la Consejería de Medio Ambiente, reformará la participación social en la gestión de los espacios naturales de Andalucía para potenciar el papel de los agentes que actúan en el territorio. Esta iniciativa fue anunciada el pasado abril por el consejero, José Juan Díaz Trillo, en el transcurso de una reunión en Sevilla con los presidentes de las juntas rectoras, patronatos y consejos de participación de estos enclave protegidos. En concreto, la Consejería pretende mejorar, cuantitativa y cualitativamente, los instrumentos de participación para escuchar la voz de los actores sociales y económicos que operan en estos espacios y recoger sus propuestas con vistas a hacer más sostenible la gestión. El consejero resaltó que "el futuro de estos espacios protegidos necesita del empeño conjunto y unánime de todos porque no está exclusivamente en manos de la administración, sino que se gestiona es una tarea colectiva y compartida con la población local de estos territorios, su tejido social y económico y también con la comunidad científica, universidades, investigadores y colectivos conservacionistas".



Foto: Junta de Andalucía

Marbella revaloriza su litoral

La Junta de Andalucía impulsa una inversión de 2,7 millones de euros para dos nuevas instalaciones turísticas en Marbella

sobre el río Vélez y la remodelación de las terrazas deportivas del Puerto Deportivo, iniciativas para las que la Consejería ha impulsado una inversión de 2,7 millones de euros.

Los nuevos equipamientos están financiados en un 86% por el departamento que dirige Luciano Alonso que, según dijo, supone "dos acciones simbólicas" que representan el "esfuerzo de la Junta" en el municipio. Por otra parte, el consejero incidió en que con estas infraestructuras "la ciudad se hace más grande, los recursos más singulares y el destino más atractivo" y recordó que su departamento desarrolla en estos momentos actuaciones en la Costa del Sol por valor de 110 millones de euros a través de distintos programas. Entre ellos, citó el Plan Qualifica, que tiene comprometidos 70 millones, y el Plan Turístico de Marbella (9,5 millones).

En cuanto a las infraestructuras inauguradas, la pasarela peatonal que conecta el Paseo Marítimo y Puerto Banús, construida en madera y sin apoyos intermedios, ha sumado una inversión de 850.000 euros y tiene 70 metros de longitud, lo que la convierte "en la más larga de España de sus características", destacó Alonso. Se trata de un puente abatible de madera para tráfico peatonal, pero cuya estructura se ha calculado para soportar el tráfico ocasional de un vehículo de emergencias. Asimismo cabe decir que la pasarela peatonal es una actuación incluida en el Plan de Actuación Puerto Deportivo de

Marbella, en el que la Consejería aporta la totalidad del presupuesto y que se centra fundamentalmente en la revitalización de las terrazas superiores de los locales del puerto y de sus zonas anexas mediante una ordenación del espacio público, poniéndolas en valor estético y de uso, aprovechando la posición privilegiada que ocupa este espacio situado entre la ciudad y la ribera marítima portuaria.

Por su parte, las actuaciones en las terrazas superiores de Puerto Banús han consistido en la remodelación de las instalaciones, la eliminación de barreras arquitectónicas, la mejora de los servicios y la calidad ambiental, y la recuperación del valor turístico de la zona. La actuación ha supuesto la recuperación de 7.000 metros cuadrados creando un espacio abierto y un nuevo atractivo turístico del paseo marítimo que incluye además una zona de juegos infantiles y un auditorio para la celebración de conciertos durante el fin de semana. El proyecto, enmarcado en el plan Qualifica, ha contado con un presupuesto de más de 1,85 millones, de los que el 80% han sido financiados por la Junta de Andalucía, y ha incluido la creación de accesos a las terrazas desde el paseo mediante escaleras y rampas que eliminan barreras arquitectónicas, la instalación de alumbrado público, la creación de zonas verdes y áreas de sombra alrededor de los jardines con la colocación de pérgolas perpendiculares al mar y una plaza.



Luciano Alonso en su visita a Marbella

"Recobrar su estatus de capital turística internacional" y reforzar "la imagen de la Costa del Sol como destino atractivo y renovado" es el objetivo de las dos nuevas infraestructuras turísticas de la localidad de Marbella (Málaga), inauguradas recientemente por el consejero de Turismo, Comercio y Deporte, Luciano Alonso, el director general de Planificación y Ordenación Turística, Antonio Muñoz, y la alcaldesa de Marbella, Ángeles Muñoz. En concreto, estas nuevas infraestructuras han sido la construcción de una pasarela peatonal

La Junta y el ICO acuerdan la cofinanciación de proyectos empresariales



El consejero de Economía y el presidente del ICO firman un convenio, en el marco del Fondo de Economía Sostenible, para apoyar a las pymes andaluzas

El consejero de Economía, Innovación y Ciencia de la Junta de Andalucía, Antonio Ávila, y el presidente del Instituto de Crédito Oficial (ICO), José María Ayala, firmaron el pasado mes de abril un convenio de colaboración por el que ambas instituciones se comprometen a cofinanciar proyectos aprobados en el marco del Fondo Jeremie, un instrumento destinado a facilitar el acceso a la

financiación de empresas andaluzas, fundamentalmente pymes.

La participación del ICO en el Jeremie, que se realiza en el marco del Fondo nacional de Economía Sostenible, se instrumentalizará a través de Axis Participaciones Empresariales, sociedad gestora de entidades de capital riesgo dependiente del Instituto de Crédito Oficial.

La aportación de Axis se realizará mediante la co-inversión en proyectos aprobados por el Fondo andaluz y será preferentemente de un mínimo de 750.000 euros por proyecto, alcanzando hasta un 50% de la financiación del préstamo o producto financiero propuesto por el Jeremie.

El ICO destinará a esta medida una aportación inicial de 20 millones de euros, cantidad que podría ampliarse posteriormente y que se sumará a los 235 millones con los que cuenta ya el Fondo, lo que permitirá al Gobierno andaluz financiar más proyectos a través de este instrumento.

El Fondo Jeremie, gestionado por el Gobierno andaluz a través de la Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía (IDEA), cuenta con una dotación de 235 millones de euros para apoyar proyectos de empresas andaluzas o que se desarrolleen en Andalucía, preferentemente de pymes, a través de fondos e instrumentos de capital riesgo, garantía o de crédito aplicables en las fases de creación, primeras etapas o en la fase expansiva de las empresas.

Las oportunidades del sector audiovisual

Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior ha elaborado el estudio 'Internacionalización del Sector Audiovisual de Andalucía' que presentó recientemente en la sede de la entidad y que tiene por objeto conocer las fortalezas, debilidades y herramientas para mejorar la posición competitiva de las empresas andaluzas del sector audiovisual en el mundo.

Según las conclusiones de este estudio existe la necesidad de que sea el propio sector el que tome medidas que le fortalezcan ante los nuevos retos competitivos que se presentan en los mercados exteriores. Para ello, Extenda ha realizado una serie de propuestas de acciones empresariales concretas, tanto de carácter individual como sectorial, que puedan contribuir a dar un salto cualitativo en el proceso de internacionalización de las empresas.

Por otro lado el estudio señala como fortalezas del sector el aumento en el número de empresas, un alto nivel de asociacionismo, la existencia de empresas tutrices, unos niveles de inversión de I+D+i crecientes y la existencia de subsectores con un importante grado de potencial de internacionalización (largometrajes documentales y TV movies). Además se puntuiza la imagen de alta cre-

Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior ha presentado un estudio sobre el perfil actual del sector, sus potencialidades y oportunidades de negocio



atividad que se tienen del audiovisual andaluz. Asimismo, las oportunidades que se destacan contemplan el alto nivel de compromiso institucional y que los operadores locales permiten el lanzamiento de nuevos promotores audiovisuales y microempresas. En Andalucía existe una multitud de festivales genéricos y un potencial de crecimiento del sector en animación, videojuegos y videos enfocados al ocio (Internet).

Balance. En los últimos diez años el audiovisual andaluz de producción de contenidos ha experimentado una evolución positiva en generación de ingresos y puestos de trabajo. El sector presenta un crecimiento de su cifra de negocio cercano al 20% anual durante el periodo 2006-2008, situándose como la tercera comunidad en importancia en el ámbito nacional, por detrás de Cataluña y la Comunidad de Madrid.

LA CIFRA

14%

Es el porcentaje de las empresas lideradas por mujeres que llevan a cabo actividades fuera de España según un estudio de la Organización de Mujeres Empresarias y Gerencia Activa (Omega) y la Fundación Banesto.

Becas de Internacionalización

Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior ha convocado 40 becas de internacionalización para la formación de expertos en comercio internacional. Financiadas por el Fondo Social Europeo, estas becas tienen como objetivo la creación de una red de profesionales especializados en comercio internacional, para que ello redunde positivamente en la internacionalización de la economía y de las empresas andaluzas. El plazo de presentación de la solicitud y la documentación requerida finalizará el próximo 7 de mayo.

Para más información:
www.extenda.es

Negocio

VISITA NUESTRA WEB
www.diarionegocio.es

**Edición Impresa en formato PDF, accesible
desde las 6.00 horas**



Difusión OJD enero 2009: 84.786 ejemplares (pendiente de control).



Grifán preside por primera vez los premios Arco Iris

La 'Central de Balances de Economía Social de Andalucía', realizado por la empresa Nexo por encargo de CEPES-A, recibió el premio a la Mejor Investigación Cooperativa

El presidente de la Junta, José Antonio Grifán, presidió por primera vez la entrega anual de los Premios Arco Iris al Cooperativismo que se celebraron recientemente en el Monasterio de Santa María de las Cuevas de la Isla de la Cartuja. En la XXI edición de esta gran fiesta del cooperativismo andaluz el presidente de la Junta estuvo acompañado por los representantes del sector en Andalucía y por el recién nombrado consejero de Economía, Innovación y Ciencia, Antonio Ávila. En su discurso Grifán destacó el cooperativismo como una seña de identidad andaluza, y ha querido indicar que "desde el gobierno andaluz consideramos a la Economía Social como un movimiento empresarial estratégico, que va a tener un papel relevante en la salida de la crisis". Para el presidente de la Junta de Andalucía "el futuro es el conocimiento, la educación

y la igualdad de oportunidades. El futuro será de aquellas empresas que sean capaces de generar entornos laborales justos, inclusivos, en los que la ventaja competitiva sea el ser humano, precisamente, lo que ya practican desde siempre las sociedades de Economía Social".

El Consejo Andaluz de Cooperación de la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa concede cada año los Premios Arco Iris para premiar la labor realizada por aquellas cooperativas que han potenciado en su actividad los principios cooperativos y han desempeñado una gestión empresarial eficaz, reconociéndose expresamente la contribución de las personas físicas o jurídicas e instituciones públicas o privadas al desarrollo del cooperativismo andaluz mediante una actividad continuada y relevante. Además, se distingue la actividad de

la investigación y el estudio de temas relacionados con el cooperativismo andaluz así como la contribución a la difusión de los resultados obtenidos.

Los galardones este año han sido concedidos a la empresa Kronia, el Premio Arco Iris a la Mejor Cooperativa Innovadora; a El Grupo, de Granada, como Mejor Cooperativa; Gener, de Almería, como Mejor Experiencia De Cooperativa Juvenil; Coperaula, de Huelva, como Mejor Iniciativa Cooperativa; N-TIC, de Málaga, como Mejor Experiencia de Integración Cooperativa; el almeriense José Luis Suárez Mayor, como la Mejor Líder De Fomento Del Cooperativismo; y la 'Central de balances de empresas cooperativas de Andalucía', realizado por la empresa sevillana Nexo, como Mejor Investigación Cooperativa.

Todos los distinguidos con el Premio Arco Iris del Cooperativismo recibieron una estatuilla de bronce, alusiva al símbolo cooperativo, mientras que la Mejor Investigación Cooperativa obtuvo, además, una dotación económica de 9.000 euros.

Jornadas para jóvenes empresarios

Prodetur organizó un seminario que contó con la participación de empresarios de reconocido prestigio al que asistieron más de 80 jóvenes principalmente universitarios



Técnicos de Prodetur y empresarios

Sevilla Seed Capital, sociedad de capital riesgo de Prudetur, organizó recientemente la quinta edición del seminario 'Alternativas de financiación a nuevos emprendedores', en convenio de colaboración con la Universidad de Sevilla, a través de su departamento de Economía aplicada III, dirigido por el profesor José Vallés Ferrer.

En la jornada intervinieron varios especialistas como la economista y analista de riesgos de Sevilla Seed Capital, Lola Martín con su ponencia 'Motivación para el emprendimiento' que alentó a los jóvenes a emprenderse en el autoempleo. Julio

Ruiz, también analista de riesgo de Sevilla Seed Capital, analizó las diferentes instrumentos y posibilidades de financiación existentes para la puesta en marcha de nuevas empresas en su ponencia 'Financiación para el emprendimiento'.

El acto concluyó con una mesa redonda bajo el título 'Oportunidades para emprender. Presente y futuro' en el que empresarios de reconocido prestigio expusieron de forma práctica su experiencia y trayectoria vital en el mundo de los negocios. Empresarios como Rafael Pérez Rodríguez, presidente del Mediterranean Capital Desarrollo, S.A y consejero delegado del Instituto Cartuja de Técnicas Avanzadas en Medicina; y de Cristóbal García Ruiz, presidente de Biocidiesel de Andalucía, sociedad participada por Sevilla Seed Capital y que reduce el coste de la producción de biocombustibles en un 70%.

Plan +30



Presentación del Plan +30

El pasado mes de abril los representantes de la patronal y de las centrales sindicales de la provincia acompañaron al presidente de la Diputación de Sevilla, Fernando Rodríguez Villalobos, en la presentación del Plan +30, dotado de los remanentes del 2009.

Las tres líneas fundamentales de acción del Plan +30 son la creación directa de empleo, el apoyo financiero a los ayuntamientos y la mejora de equipamientos en las nuevas infraestructuras municipales. Las bases reguladoras de cada una de estas tres líneas de actuación serán publicadas a partir de primera de este mes en el Boletín Oficial de la Provincial.



Interior de la exposición

Mazdi, agua en Malawi

La Diputación de Sevilla y la organización 'Por África' han producido, 'Mazdi agua en Malawi', una exposición de fotografías comisariada por la periodista Nuria Tamayo, que ha seleccionado una treintena de fotografías de la obra del fotoperiodista José Antonio de Lamadrid.

Con esta exposición se quiere concienciar a los sevillanos de cómo la escasez de agua incide en el subdesarrollo de los países más empobrecidos, tomando como ejemplo Malawi, uno de los países más pobres de África.



Toxo resalta el valor del diálogo social

El secretario general de Comisiones Obreras, Ignacio Fernández Toxo, ofreció el pasado mes de abril en la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla la conferencia "La concertación social: Balance, objetivos, instrumentos", dentro del ciclo "Coyuntura económica y relaciones laborales". Una cita en la que Toxo destacó el valor del diálogo social, "sobre todo en estos momentos en los que es más difícil alcanzar acuerdos", y en la que afirmó que la creación de empleo es el "reto más importante y a él deben destinarse todos los recursos, aunque sin olvidar dar protección a los que han perdido su puesto de trabajo". Para ello, el dirigente consideró "fundamental" una reforma financiera y declaró que, si bien las causas de la crisis son "sobradamente" conocidas, la que se está viviendo en España no puede compararse a las de otros países porque, "aunque la crisis financiera internacional no

El secretario general de CCOO imparte una conferencia en la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla en la que afirma que el empleo es el "reto más importante y al que deben destinarse todos los recursos"

se hubiese dado, nuestro país habría entrado igualmente en crisis ya que lo que nos ha llevado a ella ha sido nuestro modelo productivo, sustentado sobre todo en la construcción y los servicios". De hecho, Fernández Toxo explicó que mientras que la caída del PIB ha sido del 3%, la de la recaudación fiscal ha sido del 25% ya que una gran parte de ella provenía, precisamente, de la construcción".

En relación a la salida de la crisis, el dirigente sindical, que estuvo acompañado por su homólogo en Andalucía, Francisco

Carbonero y en Sevilla, Alfonso Vidán, dijo que hay sistemas de recuperación pero que aún son "inciertos y contradictorios en algunos casos" y pidió cautela porque "pueden producirse recaídas y reproducirse los peores escenarios". Igualmente señaló que la crisis del Producto Interior Bruto (PIB) debe ponerte en correspondencia con la del empleo "porque tienen connotaciones distintas". De hecho, el responsable de CCOO afirmó que la economía va a crecer pero al mismo tiempo apuntó que "España tiene que ganar en productividad y gran parte de ella recae en la generación de empleo".

Colaboración entre CCOO y WAC



Firma del acuerdo

Carmen Bravo Suescum, secretaria confederal de la Mujer de CCOO, y Roni Ben Efrat, una de las líderes de la organización israelí Workers Advice Center (WAC) y responsable de relaciones internacionales,

además de coordinadora de un proyecto de cooperación internacional en Israel y en Jerusalén Este, puesto en marcha por la Fundación Paz y Solidaridad Serafín Aliaga, se reunieron el pasado mes de abril para estudiar planes de colaboración conjunta. Workers Advice Center es una ONG, conformada por israelíes y árabes, que lleva algunos años poniendo su mirada en las condiciones laborales en Israel y, en la actualidad, busca la oportunidad de convertirse en un sindicato.



OPINIÓN

Ana Pérez Luna

Secretaria de Mujer de UGT Andalucía

MUJERES DE HOY EN EL 1 DE MAYO

Cierto veinte años llevamos la clase trabajadora conmemorando, festejando, celebrando logros, y de paso, denunciando injusticias, en un día que une a numerosos países en una misma finalidad: la mejora de las condiciones laborales. El movimiento obrero ha pasado por distintas fases desde sus orígenes a principios del siglo XIX hasta nuestros días. La consolidación de las democracias occidentales tras la II Guerra Mundial legítima derechos que en otros tiempos fueron motivo de huelgas. Quienes quieran adjetivar de "desmantelada" a la lucha de clases no entiende que el mundo de hoy sigue dividido entre ricos y pobres.

Sin embargo, el valor de la fuerza de trabajo de las mujeres hoy día sigue siendo disentido, aminorado, depreciado, y en lo que al ámbito privado se refiere, todavía gratuito, sin agradecer y sin reconocer. La desigualdad de las mujeres en el Mercado Laboral no es otra cosa que una carrera de obstáculos: mayores dificultades de acceso al empleo, precariedad laboral en concepto de contratos temporales y parciales, segregación ocupacional, mayores exigencias para promocionar y una discriminación salarial que supera los 5 mil euros anuales respecto a los hombres. Las responsabilidades familiares asumidas todavía por las mujeres, en su mayoría, provocan que su tasa de actividad no alcance el 50%, siendo la de los hombres de un 67%. Hoy por hoy, hay medio millón de mujeres más que de hombres fuera del Mercado Laboral, a pesar de que la crisis se haya ensañado en un principio en sectores masculinizados.

Repasemos la Historia y recordemos donde han estado las mujeres por cada 1 de Mayo: al pie del cañón, en las casas, propias y ajena, con sus criaturas y en las fábricas, cuidando a mayores y en el campo, de esposas y en las minas.

Motivos tenemos las mujeres, sindicalistas y feministas, todas, para ser partícipes de cada 1 de Mayo; y es por ello que UGT Andalucía, sindicato al que cada vez se suman más mujeres, gusta conmemorarlo como festejo por nuestras conquistas, pero también como acicate para la igualdad verdadera, y no de papel. La incorporación de las mujeres al mundo laboral esta vez no es de reemplazo, ni para dar cobertura a determinadas necesidades; valemos en cada uno de los puestos, de los rangos y de los cargos, y no nos da miedo asumir las responsabilidades, pese a los que todavía duden de nuestro empoderamiento, porque siempre hemos sido responsables, polifacéticas, y capaces de estar a la altura de las circunstancias, aún salvando los obstáculos de las discriminaciones dadas y de las encuestadas. En este 1 de Mayo de 2010 mujeres y hombres, trabajadoras y trabajadores, saldremos a la calle "Por el empleo con derechos y la garantía de nuestras pensiones", por un Trabajo Decente.

Hoy tenemos una Ley de Igualdad en la que nuestro sindicato ha desempeñado un papel crucial y de respaldo a las mujeres en su lucha. UGT Andalucía, y a través de los servicios prestados por la Secretaría de la Mujer, no duda en trasladar los principios rectores de esta Ley a los centros de trabajo, defendiendo la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, y denunciando las discriminaciones laborales que por razón de sexo siguen produciéndose; pues el ideario de UGT no es otro que el de la conformación de una sociedad necesariamente justa y deseablemente solidaria.



"La desigualdad de las mujeres en el Mercado Laboral no es otra cosa que una carrera de obstáculos"



CONJUGANDO

Lourdes Otero

Periodista

VIAJAR

Desde pequeña mi sueño era pasar la vida viajando. Transportarme a otros lugares, otras culturas, conocer otras gentes... No sé en qué medida hasta el día de hoy he completado mi sueño. Cuanto menos he disfrutado de lo visto y lo vivido. Y amenazo con seguir viajando.

Viajar es abrir la mente. Permite conocerte mejor, si vijas sola; y conocer mejor a tus compañeros de viaje, si vas acompañada. Los viajes aportan las luces y las sombras que le faltan a nuestro paisaje personal. Sobre todo si vamos lejos podemos darnos cuenta de nuestra realidad. Si no nos movemos de un pequeño entorno, viviremos una vida subjetiva; lo cual no sé si es bueno o malo. En cualquier caso me parece más enriquecedor y objetivo tener otros referentes.

Viajar, también es recordar, cuando lo hacemos hacia el pasado. A veces es beneficioso dejar atrás el pasado, incluso puede ser necesario olvidar cosas. Pero no creo que los recuerdos deban desecharse para siempre, entre otros motivos porque sumos seres con memoria y ésta no nos lo permitiría. Nuestra mente es esa alhacena que nos permite ir guardando todos los frutos de nuestra cosecha vital. Los buenos recuerdos están ahí casi siempre, pero sobre todo cuando estamos más débiles son como vitaminas para impulsarnos a levantarnos y pensar que sí hemos sido capaces de viajar a través de esas buenas experiencias (por qué no podemos volverlo a repetir?)

Los recuerdos dolorosos, aunque te parezca que están perdonados y olvidados, están en la frecuencia; conservados hasta que estés lista para enfrentarlos de verdad, lista para echar fuera esa carga, quedar libre del dolor y mirarlos como una experiencia que ha aportado algo en tu vida. Todos los recuerdos tienen un propósito, pero hay que saber utilizarlos.

Viajar en el presente se resume en la palabra hoy. Vivir el hoy significa que el ayer ya se fue y de nada sirve querer cambiar el pasado porque es eso, pasado. Lo mismo pasa con el mañana, es futuro. Esto no significa que tengamos que permanecer inmóviles en el presente, si no todo lo contrario. Tenemos que viajar cada día en nuestro presente porque éste reorganiza el pasado; pero sobre todo, dependiendo de cómo vivamos nuestro presente así se planteará nuestro futuro.

El viaje más doloroso es el viaje a ninguna parte. Es ese viaje extraviado en el que andamos perdidas. Es el viaje de la desesperación, de la confusión. Y sobre todo es agotador porque lo único que haces es dar vueltas alrededor de ti misma. Si alguna vez te has montado en los coches de choque de la feria entenderás cómo es este viaje. Avanzas sin sentido y lo único que logras es hacer círculos. De repente otro coche viene, choca contigo y te cambia la dirección; pero vuelves a hacer círculos. Posiblemente pases un buen rato, pero es definitiva lo que te está sucediendo es que no vas a ningún lado y recibes golpes por todas partes.

El viaje más plácido es el viaje hacia el infinito, hacia lo eterno. Sentarte a contemplar el paisaje, perder la mirada en el horizonte y poder comprobar que no hay límites. Comprobar que cualquier viaje es posible, sólo tienes que proponértelo en tu mente.

► "Nuestra mente es esa alhacena que nos permite ir guardando todos los frutos de nuestra cosecha vital"

Hotel El Convento

En el corazón del conjunto Histórico-Artístico de Arcos, parte del convento de las monjas Mercedarias se ha transformado en el Hotel El Convento para que los visitantes puedan disfrutar en calma de la antigua belleza de este pueblo bético monumento de claridad. Desde sus habitaciones o desde una amplia terraza se contemplan magníficas vistas sobre la Peña y la Vega del río Guadalete en un enclave tranquilo, entre iglesias y casas señoriales.

Una reciente remodelación y ampliación ha mejorado la comodidad de sus habitaciones que disponen de TV, teléfono, aire acondicionado y baño completo. Un trato cordial y atento contribuye a hacer inolvidable su estancia.



c/Maldonado, 2 Arcos de la Frontera (Cádiz)

Tel: 956 70 23 33 - Fax: 956 70 41 28 - e-mail: hotelelconvento@terra.es - www.webdearcos.com/elconvento

Arte a pie de calle

Casi quince años avalan el trabajo de Pilar Rodríguez al frente de Rotulando, empresa sevillana de rotulación e impresión digital especializada en vallas publicitarias, stands, expositores portátiles, y puntos de venta e información

Mucho ha cambiado la vida de Pilar Rodríguez desde que en el año 1992 ella y su marido vieran cómo cerraba las puertas de la empresa en la que ambos trabajaban. Un cierre que puede decirse que fue el 'culpable' no sólo de horas de desvelo ante un futuro que se les antojaba incierto, sino también el responsable de un sueño cumplido, del nacimiento de Rotulando, empresa

sevillana que dirige desde 1996 esta emprendedora que confiesa a Mujeremprendedora su firme deseo desde su juventud por llegar a tener su propio negocio. El deseo de Pilar se convertiría en realidad con esta empresa de artes gráficas, imagen corporativa, publicidad promocional exterior e interior, decoración de vehículo, estornos comerciales... un sector que tanto ella como su pareja ya conocían y en el que superaron encontrar un hueco en el que ya llevan asentados casi quince años. Años de esfuerzo, trabajo, empeño, sacrificios, problemas e ilusiones que arrancaron cuando un buen día deciden irse a Madrid a una feria de artes gráficas en la que adquieren su primera máquina. Un local pequeño y a trabajar. "En un principio nos orientamos mucho a la rotulación de comercios y vehículos, aunque ahora trabajamos más con las empresas de cara a su participación en ferias de muestras y

exposiciones", comenta Pilar. Y es que es en esta parcela donde Rotulando centra sus miras, ya que aunque por el momento aseguran que el proyecto más inmediato pasa por mantenerse y poder resistir a la crisis económica actual, afirma que parte de los planes de futuro de la enseña pasa por "ampliar la empresa, diversificarla creando un área concreto que se centre aún más en la organización de stands para congresos y ferias de muestras". "La idea es aprovechar la estructura con la que ya a día de hoy contamos y que nos permite ofrecer un servicio integral a nuestros clientes de fabricación, montaje y desmontaje de stands y expositores portátiles", explica.

Pero para explicar el éxito del hoy de Rotulando hay que viajar en el tiempo trasladándonos hasta el día en el que decidieron apostar por la impresión digital, "un momento clave para la empresa" que les permitió "despegar definitivamente". "Supimos ver dónde estaba en ese momento la necesidad del mercado, vimos que el cliente ya no se iba a conformar con poner el nombre de su empresa, había que ofrecer más", apunta. Y ofrecieron tanto que les valió el reconocimiento nacional e internacional con la llegada de galardones como el III Premio de Rotulación de Vehículos en España, entre otros.

Reconocimientos profesionales y personales como el haber sido capaz junto a su pareja de levantar Rotulando y de poder haber compatibilizado su trabajo al frente de la empresa con la crianza de sus tres hijos. "Es cierto que ha sido complicado porque he tenido que tirar mucho de abuelos y tíos mientras nos daban las doce de la noche en la oficina, pero ya hoy afortunadamente la empresa está asentada y me puedo permitir delegar más para poder atender también a mis hijos. Personalmente Rotulando ha significado una gran satisfacción, sobre todo al comprobar que en los tiempos que corren nosotros seguimos ahí, luchando", afirma satisfecha.

Ficha técnica

Nombre de la empresa: Rotulando, S.L.
Actividad: Rotulación y artes gráficas.
Fecha de creación: Mayo de 1996.
Dirección:
Polígono París, C/ París I, nave 17
Tel: 954 25 39 64
Web: www.rotulando.com
Email: rotulando@rotulando.com



Pilar Rodríguez

Isabel García

Nos ha citado para la entrevista en su tienda-taller de la sevillana calle de Linares, que bien podía cambiarse el nombre por la calle de los lunares, en homenaje a ella y a su arte de transformar las telas en preciosos vestidos de flamenca, "de flamenca o de gitana, pero nunca de faralaes" nos apunta Lina Fernández, Lina



Con un sencillo moño, sus gafas colgadas al cuello y sus "tijeritas para cortar los hilos. Me las debería quitar para la foto, pero no me siento cómoda sin ellas". En sus ojos hay un brillo especial cuando habla de sus principios, de cómo, "sin que en casa nadie se dedicara a la aguja", ella cogió su cajita de recortes y una mañeca de haro a la que intentaba vestir con trajes de época pero nunca conseguía hacerlo "puesto que se le rompián los brazos y tenía que pegarla con jabón verde y agua". De esos primeros vestidos hasta hoy han pasado "muchos metros de tela". Y muchos vestido "especiales", el que hizo para la entonces Princesa Sofía, el de boda de Isabel Pantoja, y muchos otros que recuerda con cariño, pero "para mí fue ver un sueño cumplido cuando me llamaron del Ayuntamiento de Sevilla y me pidieron hacer, en 24 horas, el traje para Grace Kelly. Esa mujer tan bella. Su historia siempre me gustó, porque fue como un cuento, de esos que cuando empiezas si te imaginas ver cumplido".

"A un traje de flamenca nunca le debe faltar un volante de capa o franciso, el color y mucha ilusión", y sonríe Lina recordando una de las peticiones más extrañas que le han hecho en su vida profesional: una bata de cola con forma de centauro. "Se la hice, claramente que se la hice, porque no era para lucirla aquí. Era un matrimonio catalán -al que les solía coser- que viajaban fuera de España, montaba sus tablao

Entre lunares y volantes de capa

y sus chiringuitos y hacían su número". Pero sus clientes saben que la firma Lina es marca de arte y estilo, con poco de rocamboleco y si mucho de aquí, de Sevilla.

Este año ha celebrado dobles bodas de oro, la profesional y la personal, porque coinciden en el tiempo, se casó en 1960 y ese mismo año abrieron la tienda. Cuando se casó no tenía ni para celebrar la boda. Su marido, y compañero de vida, Francisco Montero, le dio sus últimas cinco pesetas y ésta las enmarcó y las colgó en su casa. Cuando las cosas fueron un poquito mejor, tampoco celebraron las de Plata, "mi madre estaba tan malita que no tenía ganas de nada"; aunque hace ahora cinco años que murió su marido, si quiso celebrar su cincuenta aniversario, "porque sin Francisco la marca no hubiera llegado a nada. Él era muy orgulloso y, aunque iba para torero, aprendió hasta bordar para darle un toque exclusivo a nuestras telas". Y bien que lo celebró. Organizó un desfile en el Palacio de Bailén al que asistieron muchas de sus

amigas, famosas y no famosas, "de las amigas de toda la vida", nos señala Lina con cierto rubor. Porque si por algo se caracteriza Lina es por su sencillez. En las palabras, en los modos y en cómo habla de sus "méritos". Echa balones fuera y con ellos los piropos que ha recibido de toda la sociedad sevillana que reconoce en su Lina una marca propia.

Ahora le toca el turno a sus hijos, "que tavimos seis, no te creas que entre volante y traje de cola, nos dio tiempo a todo". Nos habla de manera muy especial de su hija Rocío, "que está mucho más preparada y hace las cosas más bonitas que yo. El futuro de la firma está asegurado con ella y, porque no, con mis ocho nietos". Aunque se ha jubilado, no dejó de ir al taller "a echar una manita", porque ahora en plena Feria de Abril en Sevilla, cualquier ayuda es poca para este arte del traje de flamenca. "Jubilarme yo?, no, no creo que pueda estar en casa sin coser. Me he hecho adicta a esto".

Mónica Urgoiti Aristequi



Gemma Cernuda

Un slogan de género femenino

Es una apasionada de las citas, de las citas de mujeres exclusivamente y de esta afición ha hecho un negocio. Fundó Peix&CO hace ocho años casi como un juego. Juego, que con el tiempo se ha transformado en estrategia de comunicación y un negocio rentable. Gemma Cernuda, licenciada en Publicidad y master en Gestión de Comunicación, se ha propuesto romper tópicos y cambiar la mentalidad de las empresas que la contratan y proponer acciones de comunicaciones sutiles pero que conectan con el lado emocional del público. Piensa en femenino, habla en femenino e irradiia femenino

¿Cómo surge la idea de PEIX&CO?

La idea surge hace ocho años, después de darme cuenta del gran recurso comunicativo que son las citas y darme cuenta que sólo me encontraba con citas de hombres. Una cita es un recurso "superinspirador", claro, evidente y sutil. Una cita se utiliza en todo tipo de eventos, de relaciones personales, de actos de comunicación, sirven para romper el hielo. Desde Platón, Shakespeare, Cervantes,... siempre hombres. Así que inicié la búsqueda, fui recopilando citas de mujeres para intentar vincularlas en estrategias de comunicación. Tras varios años, hoy cuento en mi base de datos con más de 3200 citas de mujeres de toda condición, de cualquier parte del mundo.

¿Por qué comunicación en femenino?

Porque no estamos incluidas en los mensajes publicitarios. Porque, históricamente, nos han obviado, y claro, a nadie le gusta ser excluido. Fue entonces cuando un "click" me hizo darme cuenta de que no me identificaba con el producto que estaban intentando venderme. E introduciendo la variable femenina, la mujer se puede sentir más en consonancia con el producto.

La mujer tenemos muchos valores que conectan con lo emocional, yo lo he llamado "un decálogo + uno". Estos once valores van desde la assertividad, transparencia, complicidad hasta la resolución y el valor once es el gris.

... el gris?

Sí, porque los hombres no ven más que el blanco o el negro de una situación, nosotros tenemos la capacidad de ver tantas tonalidades entre el blanco y el negro como gama de colo-

res hay. Nosotras no buscamos el asilir la opinión del hombre, buscamos el hacer un tú y yo, un nosotros. Porque juntos podemos conseguir más que por separado. El gris es un punto de encuentro.

El gris como intento también de conciliar vida laboral y vida familiar. La mujer intenta ser lo más práctica y resolutiva posible, el hombre, alarga su faceta laboral pensando que así se es más eficiente. Pero cada vez hay más hombres que quieren disfrutar de su parte "gris", basando ese punto de anclaje con su vida familiar. Pero aun nos queda mucho por desaprender.

¿Qué es el "Capsularium"?

Son las citas. Cada día hacemos el ejercicio de enviar a maestros clásicos una cápsula inspiradora, una idea que te puede inspirar en un momento de tu día a día, despiertan una parte de la vida o el desarrollo de tu trabajo. Los localizamos en los libros, en la radio, en la tv. Actualizo diariamente la base de datos. Existen citas para las cosas más inventivas que te puedes imaginar. Estas novedades haremos, para una funeralaria, un libro de citas: "El libro de la vida". Un libro con cien citas que de alguna forma, en esos momentos de duelo, te acompañan. Citas de esperanza, de vida, de muerte y de futuro,...

¿Qué perfil de empresas tienes como clientes?

Todos. No hay más interés en una empresa dirigida por mujeres que en una dirigida por hombres. El mercado está duro, pero en estos ocho años, hemos trabajado para organismos oficiales, empresas públicas y privadas. Desde marcas de joyería y complementos hasta

empresas de investigación biomédicas. Más que el producto es conectar con la idea.

¿Crees que la mujer comunica mejor que el hombre?

La mujer creo que empatiza más, que tiene más cualidades para localizar el punto de encuentro, el gris del que nates te hablaba. Si es ser una experta bióloga, si médico, la mujer tiene cuatro conexiones más que el hombre entre el hemisferio derecho y el izquierdo. La mujer maximiza, tiene la capacidad de estar en tres cosas a la vez. El hombre prioriza.

¿Qué debe tener un buen comunicador, sea hombre o mujer?

Lo primero que tiene que hacer una buena comunicadora es saber escuchar. Después debe cogerse de argumentos, apoyarse en datos es una manera de consolidar cualquier discurso, y luego está la trasparencia del mensaje. La mujer no demuestra que sabe más por hablar más, ni gritar más.

Me puedes poner un ejemplo de un buen comunicador o una buena comunicadora

En España tenemos mucha gente que sabe comunicar, que empatiza con su discurso. Yo destacaría a Julia Otero. Es una excelente comunicadora de mensajes. Y ¿un hombre?, Jordi González, porque sabe hablar desde su lado gris, su lado más humano. Un ejemplo de buen comunicador es Barack Obama. Realizó una de las mejores campañas que he visto. Utilizaba mucho mejor su lado emocional que Hillary Clinton, que se mostraba más fría, menos gris.

Mónica Urgoiti Aristegui

aes

asociación de Empresarias de Sevilla

visitánuestra web

www.aeseysilla.org



anunciate en nuestra revista
DATE A CONOCER A TRAVÉS DE NUESTRA REVISTA

TE DAMOS EL APOYO QUE NECESITAS. TE AYUDAMOS A CRECER

www.aeseysilla.org

Avda. Blas Infante 4, 4^a izqda. / 41011 SEVILLA / Telf.: 954 27 11 40 / Fax: 954 28 43 18 / E-mail: info@aeseysilla.org

cuidemos la salud

Déjate llevar...

Te presentamos el Spa & Wellness Center del Barceló Sancti Petri Spa Resort, un cinco estrellas ubicado en un marco incomparable para el relax y el descanso

Situado en la paradisíaca playa de arena de ocho kilómetros de longitud de La Buerba, en Cádiz, se encuentra el lujoso hotel Barceló Sancti Petri Spa Resort. Rodeado de bosques de pinos, este cinco estrellas se emplaza en un marco incomparable para el relax y el descanso. Un marco incomparable para un exclusivo hotel de estilo vanguardista que cuenta con 191 habitaciones de lujo, la mayoría de ellas con vistas al mar o a sus jardines tropicales.

Pero sin duda, una de las joyas de este Barceló es su Spa & Wellness Center de 3.650 metros cuadrados divididos en dos plantas. Un espacio único en la provincia de Cádiz en el que podrás redescubrir el concepto de bienestar, salud y belleza y que cuenta con piscinas de relax, con camas de hidromasaje, cunas de eiras, escadas, chorros de masaje

vertical, jacuzzi, piscina contracorriente, piscina de contrastes, pediluvio, duchas de sensaciones, sauna finlandesa, baño turco, terma romana, ducha jet, ducha vichy, pozo frío y gruta de hielo. Mediante una amplia gama de productos de alta calidad y última generación, aplican los programas y tratamientos más innovadores personalizados para cada tipo de piel. Déjate llevar y aconsejar por sus especialistas y siente todo el bienestar que proporcionan sus terapias.

Para más información:
Urbanización Loma de Sancti Petri
s/n. 11130
Chiclana de la Frontera (Cádiz)
Tel: 956 242 790
www.barcelosanctipetri.com

Restaurante
Emporion

Calle Santa María la Blanca, 5
41004 - Sevilla
Tel.: 95 441 51 50
restaurante_emporion@casaespalacios.com

Junto al Hotel Las Casas de la Judería
En pleno casco histórico, a escasos metros de la Catedral
y junto a la Iglesia Santa María La Blanca
Decoración Esmerada *Comedores Privados*. Ambiente Cosmopolita

Cocina con Sabores Mediterráneos,
vinculada a nuestra manera de ser,
a la cultura y a nuestra historia



¡ASÓCIATE!

*Trabajan en la cultura
son profesionales
son autónomos /as*



Para más información :

902 404 104

www.uppta-andalucia.org



ARTES DE VIDA

Susana Muñoz

Periodista

CYBORG, PRINCIPIOS Y ASTEROIDES

Fn 1960, en plena carrera espacial entre EEUU y la Unión Soviética, Manfred E. Clynes y Nathan S. Kline acuñaron el término 'Cyborg' para designar una criatura compuesta de elementos orgánicos y dispositivos tecnológicos, concebido como un ser humano mejorado para sobrevivir en entornos extraterrestres. Un lustro después, algunos recuperan el concepto para aplicarlo a quienes sobreviven, mutan y migran navegando por el ciberspaço, con un abanico de alter egos. Es la identidad digital, la construcción –para algunos, casi compulsiva– de un Yo digital, que muta o se difumina según donde se desarrolle: redes sociales, espacios de discusión o blogs. Una identidad expandida que potencia habilidades y capacita para estar en contactos con otros usuarios en diferentes niveles de relación, compromiso o intimidad.

El número de personas que a diario escribe en Facebook, tiene perfil en Tuenti, escribe en su blog o twitea compulsivamente sus pensamientos y acciones aumenta progresivamente. Para un número elevado de ellos, la atención a sus múltiples yos, acaba por convertirse en una auténtica obsesión, multiplicando su ansiedad, como si no estar presente en la red supusiera su desaparición como persona. Algunos teóricos se preguntan si existe realmente una identidad para el individuo distinta a la que le otorga su cuerpo; o si las redes sociales están comenzando a ser poderosas extremidades que nacen en nuestra mente y aprenden cada día a hacer nuevas cosas. Ciertos estudios señalan que muchos de los 'nativos digitales' (quienes conocieron la Red al mismo tiempo que aprendían a pensar) dedican más tiempo a la parte tecnológica de su cuerpo 'cyborg' que a la de carne y hueso, algo realmente preocupante a mi juicio. Otros, más moderados, apuntan a una posible involución y vuelta a la "realidad" de quienes –como El Principito de Saint-Exupéry– abandonaron un día su Asteroide 612 para recorrer el universo.

Al margen de estas teorías fatalistas, lo que es una evidencia es que la aparición de las nuevas herramientas tecnológicas nos ha dado la capacidad de usar la Red, pero sobre todo de estar en ella. Dos son las fórmulas principales de ejercer nuestra vida digital: las redes de amigos y las redes de interés. Las primeras son "comunidades íntimas a tiempo completo", caso de Tuenti, Facebook o Myspace. En las segundas, las relaciones de nuestro 'Yo' digital se establecen a partir de intereses similares, siendo canales para ganar visibilidad y reputación. Este sería el caso de una persona que conjuga su blog con widgets (programas o aplicaciones gratuitas), como GoogleFriendConnect o Facebook Connect, y porta sus datos profesionales a redes basadas en el empleo cualificado y directivo y la actividad empresarial, como LinkedIn, Viadeo o Networking Activo.

Esta segunda tendencia es la Identidad Digital Profesional, sin lugar a dudas la más interesante. No es una fórmula de búsqueda de empleo, sino de reputación y valoración profesional. Disponer de un perfil profesional riguroso y conectado a personas destacadas del sector en el que se trabaja es una tendencia que cada vez pesa más en el currículum de los profesionales. Como contrapartida, para expandir tu identidad y llegar a confines imposibles para tu 'Yo' de carne y hueso, los agentes de tráfico de la Red (los buscadores de Internet) deben encontrar tu pequeño asteroide y mandarte visitantes y ello pasa fundamentalmente por tener un dominio propio (.es), que te permitirá ser encontrado y posicionado de manera. Si no, como Le Petit Prince, tendremos que emprender nuestro universal viaje, recorrer seis planetas y llegar a la tierra.

► La aparición de las nuevas herramientas tecnológicas nos ha dado la capacidad de usar la Red, pero sobre todo de estar en ella

La revista con toda la información necesaria para conocer el mundo empresarial



SECTOR EJECUTIVO

Paseo de Santa María de la Cabeza, 42 ■ 1º ■ 28045 MADRID (España) ■ Tel. +34 91 539 28 50 ■ Fax + 34 91 467 37 16
sector-ejecutivo.com ■ sector ejecutivo@telefonica.net



ACTUALIDAD

Mujeres sin tierra

Foto: C. Bernad



Foto: Clemente Bernad



Hasta el próximo 14 de mayo la Sala de Exposiciones Eugenio Lafauci del municipio malagueño de Archidona albergará una de las cuatro exposiciones que viajan a Málaga dentro de Fotomanías 2010, evento fotográfico organizado por la Delegación de Cultura de la Diputación de Málaga y del que se celebra este año la segunda edición, que incluye además tres muestras en la capital, talleres, conferencias y montajes audiovisuales. Se trata de la muestra 'Mujeres sin tierra', de Clemente Bernad, que expone un material que pertenece a los fondos del Centro Andaluz de la Fotografía. Para 'Mujeres sin tierra', por la que su autor recibió el premio FotoPress de derechos humanos en 1994, Bernad viajó a los campamentos de refugiados en el sur de Argelia para narrar la vida cotidiana de las mujeres saharauis, que en silencio hacen crecer la vida en el desierto y soportan el peso infinito de tanto sufrimiento. Mujeres que luchan por la independencia, organizando en la más pura miseria la vida de cerca de 200.000 refugiados. La vida del pueblo saharauí que otorga un ritmo especial a sus días, a sus silencios, a su espera, y que gira alrededor de la ceremonia del té.

Videos contra violencia

La organización Witness, creada por el cantante Peter Gabriel, ha realizado un llamamiento urgente de videos en el sitio de YouTube, para "no bajar la guardia y terminar con la violencia en contra de las mujeres y las niñas". Para ello ha iniciado la campaña de reafirmación "Using Video to Stop Violence", que incluye el trabajo de Witness para destacar el valor de la denuncia y la lucha para garantizar los derechos de las mujeres en el mundo. En la selección de videos destaca que más del 60% de las mujeres en el mundo han experimentado violencia psicológica o sexual en su vida.

**CINE****EL PLAN B**

Dirigida por Alan Poul e interpretada por Jennifer Lopez y Alex O'Loughlin, entre otros

El Plan B es una comedia que se adentra en el mundo de las zonas, del amor, del matrimonio y de la familia, pero invirtiendo el orden lógico. Después de tener que salir con chicos durante años, Zoe (Jennifer Lopez) ha decidido que no está dispuesta a seguir esperando a que aparezca su pareja perfecta. Empeñada en convertirse en madre, trama un plan y pide una cita médica, decidiendo hacerlo en solitario. Ese mismo día, Zoe se encuentra con Stan (Alex O'Loughlin), un candidato con muchas posibilidades.

**CINE EN CASA****EJECUTIVA EN APURÓS**

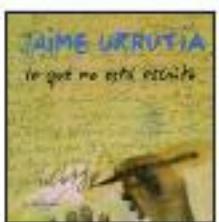
Dirigida por Jonas Elmer e interpretada por Renée Zellweger, Harry Connick Jr., entre otros

Lucy Hill (Renée Zellweger) es una ejecutiva ambiciosa con mucho futuro que vive en Miami, encantada además con su estilo de vida en la bulliciosa ciudad. Cuando de un día para otro le ofrecen un puesto temporal lejos de su ciudad, en una pequeña población rural de Minnesota, para reestructurar una fábrica, Lucy acepta inmediatamente, sabiendo que un gran ascenso no anda muy lejos. Pero lo que empieza siendo una experiencia que le cambiará la vida,

**MÚSICA****JAI ME URRUTIA**

Lo que no
está escrito

El esperado nuevo disco de Jaime Urrutia, 'Lo que no está escrito', verá la luz el próximo 11 de mayo en una edición limitada en formato CD + libro de 36 páginas con las partituras de todas las canciones y textos de Juan Puchades y El Horsetano, autor este último -recientemente galardonado con la Medalla de Oro de las Bellas Artes- de la portada.

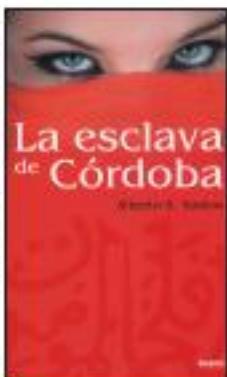


EL BALCÓN

LA ESLAVA DE CÓRDOBA

Alberto S. Santos
Umbral
446 páginas

Apasionante viaje a la Córdoba andaluza, en la que se recrea el sufrimiento de Ouroana una novicia que esconde un sínfín de secretos y que prisoneera tras el asedio del monasterio de Paço de Souza. Destaca la recreación de la época que hace el autor, un tiempo de conflictos e inestabilidad general, además de esplendor en otros ámbitos como la cultura. Lectura obligada para los amantes de la historia de España.



LOS LIBROS

50 CLÁSICOS DE LA PSICOLOGÍA

Tom Butler-Bowdon
Sirio
416 páginas

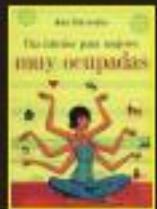
Desde Sigmund Freud hasta Abraham Maslow pasando por Carl Jung, este libro dedica un capítulo a cada uno de los 50 imprescindibles de esta materia.



PAZ INTERIOR PARA MUJERES

MUY OCUPADAS
Joan Borysenko
Sirio
222 págs

Enfoque práctico sobre como la mujer puede organizar su tiempo para dedicarle a todas sus ocupaciones y preocupaciones.



COCINA TRADICIONAL DE EXTREMADURA

Teclo Villalón y Pedro Plasencia
Everest
226 págs

Recetas típicas de la región vecina, en la que abundan los caldos y sopas, así como los platos de caza y el pescado.



Una nueva mirada



museoPICASSOmálaga

Palacio de Buenavista, c/ San Agustín, 8. 29015 Málaga. Teléfono 952 127 600
www.museopicassomalaga.org





Mayo florido en ESCOCIA

Toma nota

Festival de la fauna de Arran

Del 12 al 19 de mayo 2010, Arran y las aguas que lo circundan alojan varias de las especies más emblemáticas de la fauna escocesa.

Festival de senderismo y montañismo

Del 8 al 14 de mayo 2010, se organizan rutas con guía a través del imponente paisaje de Aviemore y los Cairngorms, con dos noches en refugios de montaña; o deportes de aventura, como la bicicleta de montaña, piragüismo, descenso de aguas bravas en rafting, escalada, bárcumismo y muchos otros. <http://www.aviamorewalking.com>

Festival del whisky 'Spirit of Speyside'

Del 2 al 3 de mayo 2010, el festival del whisky 'Spirit of Speyside' es una alegre oda a la belida nacional de Escocia que se celebra en una de sus regiones productoras más bellas. En Speyside se concentran cerca de cincuenta destilerías de fama mundial. Puedes visitar la mayoría de estas destilerías durante el festival, a través del cual se organizan también sesiones

de degustación, una cena de gala, un criadil y exposiciones. <http://www.spiritofspeyside.com/>

Festival Folk de las Shetland

Del 29 de abril al 2 de mayo 2010, muestra lo mejor de la música folk de las Shetland y el resto del mundo que atrae a entusiastas locales y foráneos. <http://www.shetlandfolkfestival.com/>

Highland Games

De mayo a septiembre 2010, unos 100 encuentros y juegos de las Tierras Altas con una mezcla de música de gaita, eventos atléticos y danza de las Highlands.

Islay Festival Of Malt And Music

Del 22 al 30 de mayo 2010, Feis Ile, el Festival de Islay de Malta y Música, celebra el legado y la cultura de la Isla de Islay. Conciertos, bailes tradicionales con mísica, juntadas abiertas en destilerías, paseos guiados y eventos deportivos; siempre hay algo para el gusto de cada uno. <http://www.feis.streamlinenettrial.co.uk>

Ciudades resplandecientes, paisajes de belleza unrebatida, una historia evocadora e inquietante, festivales maravillosos y una gente cálida y hospitalaria. Escocia es todo esto y mucho más. Es un país orgulloso y apasionado con un patrimonio impresionante, una cultura palpable y una identidad muy característica. Es un país que, sin duda, merece la pena visitar, sobre todo durante el mes de mayo, cuando la Corriente del Golfo calienta toda la costa oeste de Escocia, dando lugar a florecientes jardines y huertas que cautivan tanto a jardineros aficionados como a especialistas.

Y es que en mayo, los bosques siguen alfombrados con campanillas azules, convirtiéndose en el mejor momento para que los parques y jardines de los castillos y casas solariegas se conviertan en el centro de atención. Un ejemplo son los jardines del Duque y la Duquesa de Argyll en Inverary, embajadores y guías durante el mes mayo en la campaña de VisitScotland "Conoce a los Escoceses".

El mes de mayo es el más soleado del año en Escocia y con temperaturas muy agradables. Esto le convierte en la época ideal para realizar actividades de exterior: paseos, ciclismo, picnics, deportes de aventura y sobre todo observar las flores y la naturaleza que emergen en todo su esplendor. El color de

Cargado de colorido y de paisajes excepcionales, Escocia es un lugar digno de visitar. Y aún lo es más en estos días, cuando sus jardines cobran vida compitiendo incluso con el drama del mismo Castillo



Escocia en el mes de mayo sorprende incluso a los propios escoceses año tras año.

Los rododendros, las primulas y las campañillas hacen una exhibición sensacional. Toda la costa oeste de Escocia se beneficia de la cálida Corriente del Golfo, el clima es mucho más benigno de lo que la gente espera y permite que crezcan plantas inesperadas. Para descubrir las plantas de Escocia más exóticas, VisitScotland aconseja una visita al jardín botánico Logan Botanic Gardens, situado al suroeste del país, con una numerosa colección de plantas de climas más cálidos.

Completamente sin la ayuda del hombre, los machair, terrenos bajos y fértiles típicos de climas como el escocés, también florecen completamente en mayo. Son franjas arenosas entre la playa y la tierra interior que se encuentran a lo largo de la costa noroeste y en las islas de Escocia, sobre todo en las Hébridas Exteriores. Son el hábitat de flores extrañas como los bucles de dama (Lady's Tresses) islandesa, orquídeas y cascabeles amarillos. La bahía de Sandwood, al Norte, es el lugar perfecto para ver los machair, el contraste entre el mar de flores silvestres de



gran colorido, la playa blanca y el océano de un azul intenso es absolutamente impresionante.

También mayo es el mes fundamental para que florezca una planta de aspecto no muy bello ni impresionante pero importantísima para los escoceses, y para el resto del mundo, por ser la fuente de un producto destacado, se trata del grano. Malteado, molido, fermentado, destilado, madurado y embotellado, es homenajeado en el Spirit of Speyside Whisky Festival. El Festival es un evento ineludible: whisky, comida, música, patrimonio y cultura.

Para más información:
info@touristforum.net
www.touristforum.net

CLAVES PARA EL TURISMO
por Vanessa Calvo

FUSIÓN DE SENTIDOS: VIAJE A LA TIERRA DEL VINO



A lo largo de la historia el vino ha ocupado un lugar verdaderamente destacado en muchas civilizaciones llegando, incluso, a adquirir grandes dosis de simbolismo en diversos ámbitos de las diferentes culturas. Como todo en esta vida ha pasado por épocas de decadencia a las que, después de la oportuna recuperación, han seguido momentos de prosperidad; pero es, desde hace pocos años, cuando la cultura del vino está gozando de un notable protagonismo desde la perspectiva turística.

Hacemos referencia al llamado turismo enológico o enoturismo, es decir, esa modalidad turística dirigida a fomentar y gestionar el patrimonio vitivinícola de una determinada área permitiendo al visitante conocer "in situ" todo lo que el mundo del vino concierne. La oferta, destinada a curiosos, interesados y amantes del buen vino, suele abarcar visitas guiadas a bodegas que permiten al turista conocer en primera persona y con todo tipo de detalle los pasos a seguir en el proceso de su elaboración; aprender el arte de la cata contando con el asesoramiento y consejo de profesionales; excursiones para contemplar la belleza de los viñedos; visitas a museos especializados así como la asistencia a fiestas o actos en los que el vino sea el auténtico protagonista.

El enoturismo contribuye de esta manera a que nos acerquemos a la naturaleza y disfrutemos del vino en contacto directo con su contexto a través de la vista, el olfato, el sabor...; en definitiva, un único viaje en el que todos nuestros sentidos estarán a flor de piel.

Para las mamás

Presentamos algunas propuestas de las firma para celebrar una fecha tan especial como es el Día de la Madre

El bouquet vivier

Roger Vivier, siempre fiel a sus raíces de elegancia y sofisticación, la quintesencia de la moda parisina regala con sus diseños una imagen chic para una madre prêt-à-porter.



El inicio más dulce

Esprit prepara su regalo más original en forma de caramelo. Para recordar los primeros momentos más especiales de una madre, este charme de plata e incrustaciones de circonitas aporta un toque infantil y divertido a un día lleno de sorpresas.

Tecnología femenina

La firma Bang & Olufsen presenta uno de sus productos más femeninos para el Día de la Madre, el BeoSound 5. Se trata de un reproductor de música digital con una calidad de sonido que acerca al usuario a la calidá de grahamación original.

Mamás en hora

 La firma Tommy Hilfiger muestra su lado deportivo más dulce y se entrega a la modernidad con su nuevo reloj femenino Reilly.

Una pieza recién salida de una maleta color pastel y cargada sutilmente de brillante purpura, lista para completar el look de una mujer moderna y divertida.

Explosión de flores

Explosión de flores, volantes y colores de los mares azules. Así es la colección que la firma danesa Jackpot presenta para esta primavera diseñada por Ann Hage, el culpable de una colección viva llena y llena de contrastes que viene a evocar la época de la decadencia francesa. Elegancia y sofisticación conforman la silueta de la temporada primaveral Jackpot con líneas suaves en hombros y cintura y con una paleta de materiales en la que prima el algodón y la seda. Camisetas y vestidos envolventes, chaquetas acolchadas, blusas de seda, pantalones de lino plissado,... todo ello se mezcla con bordados, encajes y pañuelos de cokines ofreciéndote un look perfecto para los cálidos días de primavera.



Para más información:
www.jackpot.dk



Día de la Pro vincia

23 de mayo
2 0 1 0



Puro lujo



Rolls-Royce Ghost 2010 es el auto más poderoso que ha construido la firma hasta el momento, inspirado en la decoración y arquitectura de yates

La firma Rolls-Royce anunció el debut de un modelo nuevo hace cuatro años y desde entonces sus diseñadores e ingenieros se dedicaron a mejorar lo que ya existía dentro de la misma marca. Ahora, tanto tiempo de estudio tiene resultado: el nuevo Ghost 2010. Este nuevo modelo está equipado con un motor V12 de 6.6 litros con 563 caballos de fuerza y una aceleración de 0 a 60 en solo 4.7 segundos. Con todo este equipo, el Rolls-Royce Ghost 2010 es el auto más poderoso que ha construido Rolls-Royce hasta el momento, pero esta potencia está diseñada de manera elegante que algunos lo describen como un poder diseñado para bajar el pulso, no para aumentarlo.

El Ghost 2010 cumple la promesa de un Rolls-Royce moderno con más dinamismo, pero sin perder la herencia del manejo sobre una alfombra voladora de lujo, para lo cual se inspiraron en la decoración y arquitectura de los yates.

En palabras de sus creadores, del 200EX —el prototipo que dio paso el nuevo Ghost— es la ejecución moderna de la elegancia eterna de Rolls-Royce que rompe algunas áreas de tradición, pero mantiene algunos valores que la hacen una marca única, ideal para quienes aprecian la fusión del refinamiento con la nueva tecnología y un estilo contemporáneo.



El objetivo principal del Ghost 2010 es ofrecer simplicidad, por lo que cada elemento está diseñado y colocado de manera que mejore la experiencia de conducción y no la complique. Las líneas del Ghost están dominadas por el majestuoso estilo tipo yate. La superficie larga e ininterrumpida corre horizontalmente para ofrecer una gran definición y crear un perfil poderoso. Al incorporar las líneas clásicas del diseño de Rolls-Royce, el Ghost muestra un aura más informal, gracias a los faros de xenón por ejemplo o el nuevo diseño de la parrilla. Algunos elementos dejaron de tener el estilo de Putén y tomaron más el diseño de un jet.

Por dentro, se mezcla el ambiente contemporáneo con la tradición de Rolls-Royce al usar

los materiales más finos y ofrecer un confort incomparable. El diseño de las puestas estilo suíza, es el que caracteriza a todos los Rolls-Royce y tiene 83 grados de apertura, una vez que los pasajeros están dentro, las puertas pueden cerrarse con solo tocar un botón para facilitar su operación, mientras que el interior se llena con luz natural gracias al sunroof panorámico. El conductor se sienta en una posición elevada detrás del volante que hace mucho más clara la vista del camino y los controles están elegantemente esculpidos, enfatizando las funciones más importantes.

El panel de instrumentos tiene una iluminación suave y las funciones de navegación, comunicación y entretenimiento se proyectan en un centro de control rotatorio con botones de fácil acceso, ubicados en la consola central. Tiene un display en el parabrisas con información de velocidad y direcciones de navegación que solo puede ser visible por el conductor. Integra cuatro zonas de aire acondicionado y cuenta con recirculación automática para prevenir la condensación del mismo. Los asientos individuales están disponibles con una función de masajes; el auto incluye copas de champagne y hielera, mesas de picnic que combinan con el resto del interior y para mejorar el ambiente, se ofrece un sistema de audio de 600 watts con 16 bocinas. Tiene conexión para USB y entrada auxiliar de audio así como un disco duro de 12.5 GB. Todas las funciones se proyectan a través de dos pantallas LCD de 9.2 pulgadas en la parte trasera de los asientos frontales y que funcionan independientemente. ¿Se puede pedir más?



CON PERMISO

Manuel Bellido

bellido@mujeremprendedora.net
<http://manuelbellido.com>

SENTIRSE BIEN CON UNO MISMO

Llegó hace unos días a la redacción un estudio publicado en el *American Journal of Physiology* que explicaba, de manera muy clara y argumentada, que sin actividad física ninguna dieta adelgazante es suficiente. Este estudio me venía a confirmar lo que hace tiempo le escuché decir a un monito del gimnasio donde acudo cada mañana a una chica que se quejaba de los resultados de una dieta. "Si quieres adelgazar y quieres hacerlo con una cierta rapidez no hagas caso de las píldoras y de los brechajos milagrosos, ni hay dietas revolucionarias ni masajes exóticos, nada de nada. Si quieres adelgazar tienes que sudar". Adelgazar se ha convertido en la obsesión de nuestro tiempo. Que acetemos o no en el modo de eliminar kilos, de hacer más suave nuestra piel o mantener el cuerpo limpio y sano, lo cierto es que estamos bombardeados constantemente, desde los más variados púlpitos y a través de medios de comunicación especializados, sobre cuáles son los cánones de perfección estética, sea masculino que femenino. Quizás por ese motivo cada vez que nos miramos al espejo nos encontramos mil pequeñas imperfecciones: los cabellos demasiados finos, la nariz grande, los ojos demasiado pequeños, las arrugas de la piel y, sobre todo, kilos de más... y no queremos comprender que en el fondo nuestras peculiaridades, aunque sean algo imperfectas, contribuyen a hacernos únicos y originales.

¿Quién puede, mirándose al espejo, ver siempre reflejada una imagen impecable?

Nuestro aspecto exterior dice mucho de nosotros, pero nuestra percepción personal también. Si nos aceptamos como somos, porque creemos que nuestra naturaleza es única y minimizamos las cosas con sabiduría, nos descubriremos diferentes uno de otros, cada uno con su belleza e inteligencia particulares. No sé cuánto habrán cuidado su aspecto exterior mujeres como Hipatia de Alejandría o la paleontóloga Mary Leakey, o Marie Curie, Emilie de Chatelet, Rosalind Franklin, Lise Meitner, Ana Lovelace o la española María Andrea Casamayor; lo que sí sé, y que todo el mundo reconoce, es que han pasado a la historia por su destacada contribución al progreso científico y al progreso de la humanidad. Quizás fueran sometidas en su época al desprecio de sus compañeros de profesión, a la indiferencia de las universidades o instituciones académicas e incluso a las resistencias de la comunidad científica del otro sexo, pero con ellas se vuelve a demostrar que los seres humanos somos algo más que un aspecto corporal, estamos dotados de un espíritu, de una mente y, si queremos, de unos valores, que hacen que seamos lo que realmente queremos ser. No podemos olvidar que lo que sentimos internamente, lo que vivimos y apreciamos, las emociones, nuestros pensamientos, positivos o negativos, se reflejan en la cara, en la postura del cuerpo, en los gestos. Incluso nuestro interior influye en la ropa que nos ponemos, en la decisión que tomamos con el peluquero para un nuevo corte de pelo, en los colores que usamos para nuestros vestidos y nuestros ambientes. Todo es modificable o mejorable, pero si la imagen, como dicen los expertos, sirve para generar confianza en los demás, quizás tengamos que preocuparnos antes de ganarla con nosotros mismos y para eso, a veces, vale la pena pararse, serenarse, relajarse, sonreír, sorprenderse por estar vivos, por sentir, por pensar y por ese verdadero tesoro de plenitud que la vida me regala ahora: el momento presente. ¿Qué otra cosa tenemos entre las manos, mientras escribo y mientras me lees sino es el aquí y el ahora?

► ¡Qué otra cosa tenemos entre las manos, mientras escribo y mientras me lees sino es el aquí y el ahora!

AGENDA

de la empresa

www.agendaempresa.com

Ya
en su
kiosco
P.V.P.: 4 euros



Para suscribirse
llama al
teléfono:
954 53 98 47

 **informaria**



25 años contigo, en todo el mundo

En **EXTENDA** - Agencia Andaluza de Promoción Exterior, celebramos que llevamos 25 años dando servicio a las empresas andaluzas para su internacionalización.

Si tú vas, vamos. VAMOS ALLÁ

www.extenda.es

