

mujeremprendedora

Entrevistas:

Carme Chacón

Ministra de
Defensa


Begoña Elices

Directiva
de Repsol

50 razones
para estar en los
medios sociales

Mujer y uniforme





Más de **130 acciones**
contra piratas en el Índico.

Más de **80 intervenciones**
en incendios, inundaciones
y nevadas.

Más de **2.500 militares**
y **policías** formados en
Afganistán en 2010.

Más de **30.000 personas**
atendidas en el terremoto de Haití.

Cada día nuestras Fuerzas Armadas se ganan
la admiración y el respeto de miles de personas,
dentro y fuera de nuestras fronteras.

SUS LOGROS
SON DE TODOS

12 DE OCTUBRE
DÍA DE LA FIESTA NACIONAL

Ven al desfile en el Paseo de la Castellana de Madrid o síguelo en directo en www.mde.es/12octubre10



El valor de servir



Fotografía cedida por el Ministerio de Defensa



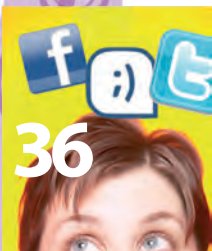
8

Los coloquios de
Mujerempresadora:
Orgullo a "boca llena".
Mujer y uniforme



16

Entrevista a
Carme
Chacón,
ministra de
Defensa



50 razones
para estar
presente en
los medios
sociales

5 ZONA OPINIÓN

- Reglas simples**
- 7 Gloria Bellido Zanin
- Mi rincón**
- 8 Mónica Urgoiti Arístegui
- Los coloquios de
Mujerempresadora
Mujer y uniforme**

11 ZONA HECHOS

- 11 Noticias
- La ventana**
- Isabel García
- 12 Tema de portada
- Mujeres al mando
- 19 Andalucía Innova
- 20 Medio Ambiente
- 22 Diputación de Sevilla
- 23 Turismo

25 ZONA MUJER

- 26 Entrevista
- Begoña Elices
- Directora Corporativa de
Comunicación y Gabinete
de Presidencia de Repsol
- 28 Emprendedora
- Laura Bahamonde
- 29 Ejecutiva
- Paloma Santaolalla

31 ZONA REDES

- 32 Reportaje

- 34 Plataforma Andaluza de
Apoyo al Lobby Europeo
- Entrevista
Ana María García.
Presidenta de Amupema

36 ZONA EMPLEO

- 36 Reportaje
- 50 razones para estar
en los medios sociales
- 39 Opinión
- M^o Ángeles Tejada
- 40 CCOO-Andalucía
- 41 UGT-Andalucía
- 43 Opinión
- Ana María Herrero
- 44 Reportaje
- Cómo elegir franquicia en
cinco pasos

47 ZONA OCIO

- 48 Decoración
- 49 Entrevista
- María Arenaza
- 50 Tendencias
- 52 Viajes
- Claves para el turismo**
- Vanessa Calvo
- 54 Opinión
- Susana Muñoz
- 57 Agenda

58 ZONA OPINIÓN

- Las obras de arte de cada día
- Manuel Bellido

staff

EDITA: Grupo Informaria, empresa informativa fundada en 1996

FUNDADOR: Manuel Bellido

PRESIDENTA-EDITORIA: Gloria Bellido Zanin

DIRECTORA: Mónica Urgoiti

REDACCIÓN Y COLABORADORES:

Isabel García, José Santos, Antonio Collado, M^a Ángeles Tejada, Ana Pagador,
Lourdes Otero, Vanessa Calvo, Ana María Herrero y Susana Muñoz

DIAGRAMACIÓN:

Francisco Javier Collados y Antonio Collado

FOTOGRAFÍA: Archivo Mujerempresadora, Agencias

PUBLICIDAD: Vanesa Delgado

Dirección, Administración,

Distribución y Publicidad:

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

Tel.: 954 53 98 47 / 98 72 22

Fax: 954 53 31 43

ISSN 1575-9377

Depósito Legal: SE-3043-99

www.mujerempresadora.net

E-mail: mujerempresadora@mujerempresadora.net redaccion@mujerempresadora.net;
digital@mujerempresadora.net

Premio
ALMUR



Premio
ARCO
IRIS





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.



para empezar
gloriaBELLIDO
 Editora

Reglas simples

El otro día volviendo a casa me paré en uno de esos puestecitos de higos chumbos que en Sevilla, en esta época del año, proliferan. El hombre, un anciano sonriente, cogía los higos uno a uno y los iba pelando para después meterlos limpios en la bolsa de plástico. Antes de meter uno, lo examinaba bien y si no estaba del todo sano lo tiraba. Posiblemente, por los seis higos de cada bolsita, tres los había tirado antes por no estar en buenas condiciones. Uno puede pensar que ese no es un buen negocio sacando un euro por cada bolsa, pero una clienta fija desde luego la ha conseguido porque a los dos días volví a por otra bolsa y a por algo de simpatía.

Creo que, ocupados como estamos muchas veces en todos los detalles de una empresa, se nos puede olvidar que honestidad y amabilidad son los pilares básicos que consiguen la verdadera fidelidad de los clientes. Puede que un puestecito de comida sea simplificar en exceso a una gran empresa, pero el principio es el mismo: una compraventa de bienes o servicios.

A nadie le gusta sentirse engañado, timado o darse cuenta de que se están aprovechando de su confianza y, tarde o temprano, esas

cosas se descubren. Lamentablemente muchas organizaciones piensan sólo en el beneficio inmediato que les puede suponer engañar a sus clientes y no tienen en cuenta que lo importante es la lealtad de esos clientes que, sólo si se sienten bien tratados, volverán. Y no se trata sólo de una experiencia directa o de sentido común, hay estudios muy interesantes que relacionan comportamientos éticos con resultados empresariales.

Lo mismo ocurre con la amabilidad. Es increíble lo fácil que es sonreír y decir las cosas con un poco de paciencia y simpatía y, sin embargo, cuántas veces nos hemos encontrado con personas que trabajan de cara al público que son la antítesis de todo eso.

Creemos que con dar un buen servicio es suficiente y no contamos con que, además de clientes, tenemos en frente a personas que siempre agradecerán una palabra amable o un gesto simpático. Si nos reciben con frialdad o antipatía seremos mucho más reacios a volver la próxima vez.

Y todo esto, como siempre, es también aplicable a los demás ámbitos de la vida, a nuestra familia, el resto de nuestras relaciones sociales... Porque todos nos sentimos más cómodos con personas sinceras y amables.

Sin embargo, esta manera de ser que a algunos les cuesta tanto, no es nada que no hayamos aprendido desde que éramos muy pequeños en casa y en la guardería: no digas mentiras y aprende a decir gracias y por favor. Son reglas básicas y bastante sencillas, pero ¡qué fácilmente las olvidamos cuando crecemos un poco!

“Creemos que con dar un buen servicio es suficiente y no contamos con que, además de clientes, tenemos en frente a personas que siempre agradecerán una palabra amable”



Restaurante
Emporion



Calle Santa María la Blanca, 5
41004 – Sevilla
Tel.: 95 441 51 50
restaurante_emporion@casasypalacios.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 Sabor Mediterráneo,
vinculada a nuestra manera de ser,
a la cultura y a nuestra historia*



mi rincón

mónicaURGOITIArístegui

Directora de Mujeremprendedora

Voz de mando

Esto es una abuela que le pregunta a su nieta: -¿Tú de mayor, cielo, quieres ser médico como papá?-. ¡No abuelita, yo voy a ser piloto de caza como mamá! Esto que forma parte de lo irónico de mi imaginación ilustra perfectamente lo que está ocurriendo hoy día en el ejército y en los cuerpos de seguridad españoles.

Este mes de octubre hemos querido rendir un homenaje a las mujeres uniformadas, aquellas mujeres cuyos trabajos hacen nuestras vidas algo más seguras. Mujeres de bandera. Lejos de comentar episodios como los vividos en Melilla, que son censurables por sí mismos (y suceden más a menudo de lo que se publican), nos centraremos en la mujer que viste de uniforme, como madres, mujeres y compañeras. Este verano he tenido la fortuna de conocer a dos mujeres militares, una de alta graduación (Paloma) y otra, soldado raso (Fátima); ambas hablaban del ejército con verdadero orgullo. Las anécdotas, las experiencias que me contaron hicieron que fuera fraguándose en mi cabeza de periodista, que no cuelga el cartel de cerrado por vacaciones, la idea de acercar la labor de este “gremio” a la sociedad.

En el especial “Mujer y Uniforme” hemos podido contar con la inestimable participa-

ción de la ministra de Defensa Carme Chacón, primera mujer al frente de un Ministerio de tradición masculina; que ella defiende con voz de mando y sin que le tiemble el pulso a pesar de las críticas que inicialmente recibió. Hoy nadie pone en duda su buen quehacer en el cargo. Las palabras de Belén Caballud, del Observatorio de la Mujer, nos da una visión muy interesante de la mujer uniformada.

Pero quiero agradecer de manera especial la disposición de los compañeros de prensa de los tres cuerpos, Ejército (Verónica), Policía Nacional (Marcos) y Guardia Civil (Fran y Guillermo). Desde el primer momento que les planteamos el reportaje, se volcaron, nos dieron todo tipo de facilidades y sin ellos no hubiéramos podido lograrlo. Espero que al leer este otoñal número de octubre os pase como a mí, el descubrir una versión completamente distinta de estas mujeres (y hombres) que dedican sus horas de trabajo a preservar y cuidar de nosotros y del orden público. En sus “empresas” tienen los mismos problemas y ventajas que cualquier trabajador@ del sector que sea. Conciliación, igualdad, oportunidades de ascensos, (...) La única diferencia que he visto en ellas, en estas mujeres con uniforme, es el orgullo a boca llena de los colores que visten. He desmitificado el viejo mito del Guardia Civil recaudador, del Policía Nacional con cara de pocos amigos. Ahora cuando vea una patrulla de la guardia civil veré en él a Noelia. En un tanque del ejército, a Maite. Y en una “lechera” de la Policía Nacional, a Anabelén. Mujeres, madres y uniforme. Y su trabajo les hace especiales y por eso se merecen este número especial.

No quiero romper filas sin dar un abrazo muy fuerte a todos aquellos soldados, policías y guardias civiles que por desempeño de su trabajo han muerto en acto de servicio. Desde Mi Rincón, gracias!

“Espero que al leer este otoñal número de octubre os pase como a mí, el descubrir una versión completamente distinta de estas mujeres (y hombres) que dedican sus horas de “trabajo” a preservar y cuidar de nosotros y del orden público”

Orgullo a “boca llena” Mujer y Uniforme

Verde, blanco y azul, parecen los colores de una bandera, pero no lo son. Son los tres colores que las protagonistas de nuestro último coloquio llevan a gala. Verde, la Guardia Civil; blanco, del Ejército Español; y azul, la Policía Nacional. Son aún una minoría, pero están y llegará el día en que los porcentajes mujeres-hombres estén a la par

La mujeres de nuestro coloquio de este mes, son tres mujeres con uniforme que no sólo no esconden su condición de pertenecer a las fuerzas del orden y del ejército español, sino que se sienten “patria” de su trabajo. Mujeres, madres y profesionales que desempeñan su labor con el mayor orgullo de saber que el buen hacer en su trabajo redundará en el bien de todos los españoles. Os las presentamos: Capitana María Teresa García, secretario-relator en el Tribunal de Justicia Militar; Ana Belén Gómez, inspectora jefa del Grupo Oculares de la Policía Nacional; y Noelia Cuartero, integrante de la Unidad de Seguridad Ciudadana de la Guardia Civil, conocida como USECIC.

MujerEmprendedora: Para situar a nuestro público lector, ¿nos podéis explicar exactamente cuál es vuestra misión/función? (El protocolo manda. Comienza la de mayor graduación...)

Capitana García: Mi trabajo como secretario relator en el tribunal consiste en la guardia y custodia de los documentos del Tribunal Militar, procedimiento de todos los juzgados militares que depende del Tribunal de Sevilla, que son Málaga, Almería, Ceuta y Melilla, San Fernando y la propia Sevilla. En este Tribunal se celebran todos los procedimientos militares y mi función es como la de cualquier secretario judicial, pero con la índole militar. Debo levantar acta y dar fe de todo lo que sucede dentro del Tribunal. Además también depende de Sevilla el Archivo Histórico Militar de la Guerra Civil de toda la zona sur.

Inspectora Gómez: Llevo el grupo de inspecciones oculares de la Policía Nacional de

Sevilla. Supone coordinar y dirigir todos los hechos susceptibles de delito, robos con fuerza en domicilios o establecimientos, vehículos, etc. Existen otros grupos que llevan delitos violentos contra la personas, pero nuestro grupo es como el CSI americano. Supervisar en el sitio del delito que se hayan recogido las pruebas sin romper la cadena de custodia y una vez recogidas, se trasladan y se analizan cada prueba en su departamento o laboratorio correspondiente.

Guardia Civil Cuartero: Perteneczo a la Unidad de Seguridad Ciudadana (USECIC). El objetivo de la unidad está enfocado a tener un grupo que dé respuesta más rápida a los problemas de delincuencia de una zona. La manera de trabajar de la USECIC es la siguiente: se sale de patrulla, siempre de uniforme de campaña, sale la unidad y se dirige a una zona, donde haya problemas de delincuencia y se realizan puntos identificativos, siempre contando con la ventaja de que se apoyan todas las patrullas entre sí. Por otro lado cada mes se tienen una serie de actividades “especiales” si lo determina la comandancia a la que pertenecemos, es decir se acude a eventos deportivos, orden público como son romerías y ferias, posibles disturbios, detenciones. Hay alrededor de 15 en toda España, se fueron creando en comandancias más conflictivas. La pionera fue la de Murcia (Los Linceces), pero hay también en Oviedo, Gijón, Orense, Pamplona, Alicante, Torreveja, Valencia, Tres Cantos (Madrid), Huelva, Cádiz, Sevilla, Algeciras...

MujerEmprendedora: ¿Cómo ha sido la incorporación de la mujer en el cuerpo de

seguridad y ejército al que pertenecéis?

Capitana García: La incorporación de la mujer al ejército ha sido de forma progresiva. Llevamos 22 años en él. Pero yo creo que es ahora cuando está completamente integrada y normalizada. Puedo hablar desde el punto de vista de la oficialidad, intervención, psicólogos, ... y creo que está normalizada. Me incorporé en el año 97, y en mi promoción éramos ocho personas, de ellas cinco mujeres. Estamos al mismo nivel hombres que mujeres.

Guardia Civil Cuartero: La mujer entró en la Guardia Civil en 1988, yo entré ocho promociones después, en 1996. Somos una minoría, pero animo a la mujer que se incorpore a la Guardia Civil porque hay una enorme demanda de mujeres guardias, somos supernecesarias. Ahora, en mi grupo de la USECIC somos dos mujeres sólo y creo que tenemos más trabajo que el que podemos abarcar.

Inspectora Gómez: La mujer lleva 30 años en la Policía Nacional. Actualmente 5.858 mujeres forman parte de la plantilla de la Policía Nacional, algo más de un 10% del total, y otras 2.132 están realizando su periodo de formación en Ávila o concluyendo su prácticas en distintas dependencias. Ingresé en la academia en 1993 y en 1996 juré cargo. Mi primer destino fue Expulsiones y la verdad recién llegada a las Palmas de Gran Canaria, un destino así, te cambia mucho. Te fortalece.

MujerEmprendedora: ¿Existe igualdad entre mujer y hombre en vuestro “trabajo”?

Capitana García: En el ejército las oportunidades son exactamente iguales. Las pruebas son iguales y, una vez que has ingresado, realizas las mismas funciones que un hombre y el ascenso, lo mismo. O es por antigüedad o por méritos propios, y eso no mira el sexo del que asciende. Como en la vida civil, depende también quién te toque como superior o como compañero, pero lo importante es hacerte un sitio. Tienes que buscar tu hueco y, al principio, imponerte. Distinto es la tropa. La mujer que está en el cuartel siempre va a estar más limitada que un hombre para desempeñar determinadas acciones, pero sólo por cuestio-



1. M^a Teresa García
Capitana del Ejército Español

2. Noelia Cuartero
Guardia Civil

3. Ana Belén Gómez
Inspectora Jefa de la Policía Nacional

nes físicas. Por fuerza. La mujer no tiene la misma complejión que un hombre, por lo tanto hay actuaciones en las que la mujer se ve limitada. Pero en el cuerpo jurídico, que es de lo que yo realmente puedo hablar, no hay ninguna diferencia. Es más, la mujer está dotada de un sexto sentido que en el desempeño de mis tareas es bueno. Cuando llegué a Melilla con 26 años, recién salida de la academia, me tocó un subteniente con muchos años en el ejército que le costó mucho aceptarme. Me decía que podía ser su hija. Pero al final, logré imponerme y colocarme en el puesto para el que estaba preparada.

Inspectora Gómez: En la Policía Nacional también existe la igualdad de oportunidades y

de trato. La única excepción es que en la unidad de GEOS no hay mujeres. Cuando llegamos a la prueba psicológica no la pasamos. No me preguntes por qué, pero así es. Además del esfuerzo físico sobrehumano que exige este cuerpo. Yo no puedo cargar con una ariete de 100 kilos y subir tres pisos...

Guardia Civil Cuartero: Opino igual que mis compañeras, en la Guardia Civil también se da la igualdad de oportunidades. Yo me saco mi oposición como se la saca un compañero. Cobramos lo mismo, tenemos las mismas opciones para ascender. Es más, quizás lo tengamos un poquito más sencillo porque nuestras pruebas físicas son un poco más suaves. Y también tenemos cuerpos especiales en los que la mujer ni se plantea entrar como es el GAR (Grupo de Acción Rápida, dedicada a la lucha terrorista) o la UEI (Unidad especial de intervención), pero en el resto, todo es igual. Creo que hay más "machismo" en la calle que en nuestro equipo.

MujerEmprendedora: ¿Está la sociedad preparada para una mujer uniformada?

Capitana García: En mi caso sí. Mi círculo más cercano, vecinos, (etc) saben que pertenezco al ejército. Incluso tengo amigas que presumen de ello. Como yo no salgo unifor-

mada a la calle, no he sentido ningún rechazo por parte de la sociedad. Pero tengo una anécdota muy graciosa que nos ocurrió a una compañera y a mí en el club de militares en Melilla. Estábamos invitadas a una fiesta de capitanes y comandantes, por lo tanto tenías que ser oficial para estar allí. Cuando se nos acerca la mujer de un oficial y nos pregunta que si nuestro marido era capitán, y nosotras, no; pues será comandante, y nosotras, no. Entonces, nos dice, no podéis estar aquí, es una fiesta para oficiales... Nos miramos mi compañera y yo... es que las oficiales somos nosotras. Se volvió con la cara roja y un insulto que no quiero repetir. Ese es el único tipo de rechazo que hemos podido notar.

Guardia Civil Cuartero: A mí me pasó algo parecido. Era mi primer destino. La mujer de un guardia fue al despacho del sargento para pedir que no me pusieran turno con su marido. El sargento, que me conocía, no sólo no le escuchó sino que me puso todos los turnos con el guardia. Piensan de nosotras que somos peligrosas o que estamos allí para otra cosa que no sea desempeñar nuestro trabajo igual o mejor que lo hacen sus maridos. En cuanto a la sociedad, yo creo que el uniforme impresiona seas hombre o mujer. En un control tienes que

ponerte en tu sitio y yo tengo fama de ponerme muy bien en mi sitio.

Inspectora Gómez: Cuando me vienen al despacho mis compañeros para explicarme que si su mujer “no sé qué”, lo primero que les digo es tráemela. Que vea que soy de carne y hueso, que no somos Claudia Schiffer. Creo que hay que desmitificar nuestra imagen entre las mujeres de los compañeros. Que nos pongan cara, que vengan y vean cómo trabajamos.

MujerEmprendedora: ¿Es fácil conciliar?

Capitana García: En mi familia hemos decidido que el trabajo de mi marido (que es sargento de la Guardia Civil) va por delante. Pero no por un tema de machismo, sino porque su trabajo repercute directamente en la sociedad. Mi puesto es un puesto digamos de oficina, más burocrático, mientras que el suyo tiene un componente de responsabilidad social. Cuando nos casamos pasamos los primeros ocho meses él destinado en Badajoz y yo en Melilla. Pasé los primeros meses de embarazo aislada allí porque tuvimos el conflicto de Perejil. Así que de los trece años de relación hemos vivido como una familia estos últimos seis años. Y ahora hemos postergado los dos nuestros ascensos porque consideramos que el equilibrio de los niños es muy importante. Pero no lo abandonas, sólo lo retrasas hasta que las condiciones familiares sean las apropiadas.

Inspectora Gómez: Yo tengo dos niñas y estando en la científica me separé. Opté por una plaza de delegada de formación, porque lógicamente me planteé, o mi carrera o mis niñas y lógicamente mis hijas son lo principal. Cuando han ido creciendo han ido entendiendo mi carrera y volví a la científica y este año, que ellas ya son más mayores, me voy a presentar a por el ascenso. Estoy con la capitana, lo apartas, pero no lo desiertas.

Guardia Civil Cuartero: Mi marido y yo somos guardias civiles y los dos hemos paralizado el ascenso por nuestra hija. Mi calidad de vida, hoy por hoy, pasa por mi hija y mi marido. Llevo 16 años en la calle y sólo lo he dejado los 9 meses que duró mi embarazo, porque eso sí es un riesgo que ni una misma ni el cuerpo debe correr. Tienes los mismos permisos, las mismas semanas de baja por maternidad y paternidad y el período de lactancia.

MujerEmprendedora: ¿Vuestros hijos cómo os ven?

Inspectora Gómez: Mi hija mayor quiere ser policía desde que no levanta un palmo del suelo. Y la otra, princesa.

Capitana García: Los míos van más por la profesión del padre que por la mía. Lo



María Teresa García



Noelia Cuartero



Ana Belén Gómez

único que tienen claro es que quieren ser capitán como su madre.

Guardia Civil Cuartero: Mi hija me pregunta si he detenido algún malo, si ya he metido en la cárcel a algún maltratador. Sabe que estuve un tiempo destinada al grupo especial de víctimas de género.

MujerEmprendedora: ¿Y cómo fue tu experiencia?

Guardia Civil Cuartero: Fue muy enriquecedora, pero también muy dura. Les hacía el seguimiento de las víctimas y veías unos dramas tremendos. Necesitan mucha ayuda y apoyo, pero yo no tenía la preparación suficiente para ello, por eso lo dejé. Llegó a afectarme y lo que estas mujeres necesitan es ayuda psicológica. Llegan destrozadas. Tengo el caso de una niña que con 16 años le pegaba su novio; no sabes lo reconfortante que es dejarla con casi 19 años y que se sepa valer por sí misma, que recupere la autoestima con mi ayuda. Esa es la mejor recompensa de nuestro trabajo.

MujerEmprendedora: Cada vez se ven más delitos cometidos por menores, ¿qué pensáis de la Ley del Menor?

Inspectora Gómez: Se ha “rejuvenecido” un montón la delincuencia común actual. Hay un montón de casos, sobretudo los fines de semana. Cuando los bajas al calabozo, encima, te provocan y te chulean. Aguantas el tipo como puedes ante sus insultos y escupitajos, y además ellos te dicen “¡soy menor, no puedes tocarme!”. Hemos tenido casos que incluso nos amenazan con denunciarnos por utilizar la violencia a con ellos. Se las saben todas.

Capitana García: Como abogada, creo que la Ley de menor debería modificarse. Hay que adaptarla a los nuevos tiempos y a los nuevos delitos. Igual que el ejército ha sabido cambiar con los tiempos, las leyes deberían ser igual de abiertas y cambiarse a la par que la sociedad. Es un gran error que una mujer con 16 años pueda abortar, pero si comete un asesinato no se pueda juzgar como un adulto. Algo falla. Y hablo como abogada, mujer y madre. Creo que les estamos mandando un mensaje a nuestros jóvenes de que vale todo, como no vas a tener casi pena pues comete el delito. Eso es un gravísimo error. Me vienen casos como el de Sandra Palo o Marta del Castillo, ... inexplicable. Y el problema es que la solución tiene que venir desde abajo, desde el entorno de la familia. No sólo un endurecimiento de la pena es la solución, el problema está en la permisibilidad familiar. Ahora es como si todo valiera. “Mi hijo no ha podido ser”, “imposible, ¿si conoceré yo a mi hijo?”... con estas frases flaco favor hacemos a la educación de ese joven.

MujerEmprendedora: ¿Os creéis la tregua anunciada recientemente por ETA?

Las tres responden al unísono: NO

mónicaURGOITIartístegui

En cinco vistazos

FLASHES DE LA ACTUALIDAD

>>zona**HECHOS**

la ventana
isabelGARCÍA
Abstenerse las feas



Ahora ya sé por qué no he logrado presentar cualquier informativo del mediodía. Ni cualquier informativo de la noche. Ni cualquiera de los de primera mañana. Y, ni siquiera, los de madrugada o los del fin de semana. Me falta belleza. Sí, belleza. No necesito ningún máster en televisión, ni dominar idiomas, ni acumular muchas horas de prácticas... y, por supuesto, si me apuráis, no hubiera necesitado ni terminar la licenciatura de Periodismo. Y es que no sería de extrañar que en un futuro, no muy lejano, apareciese un pie de página con el “abstenerse las feas” cuando se busquen presentadoras de telediarios. Helena Resano, Cristina Villanueva, Sara Carbonero, Cristina Saavedra, Marta Fernández, Mónica Carrillo,... ¿alguna fea? Ninguna. Vamos, que si los ingredientes que llevan años vendiéndonos de objetividad, credibilidad, neutralidad y, entre otros, rigurosidad los mezclan con una cara guapa y joven, por su puesto, mejor que mejor. Pero claro, una cara guapa femenina, no nos confundamos. Porque aquello que nos cuentan en la facultad de que en el mundo de la televisión la apariencia externa del producto es determinante, parece medirse con un doble rasero, el de los hombres y el de las mujeres. Soy consciente de que en ningún caso la profesionalidad y la juventud o belleza están reñidas, pero esta característica común, tan llamativa entre las mujeres, no la encontramos tan evidente entre los hombres del telediario. ¿Qué diferencias hay entre la imagen que ha de proyectar una comunicadora de la de un comunicador? ¿Por qué entre las mujeres la juventud parece ser un valor, y entre los hombres lo es la madurez? ¿Es más importante la juventud y belleza en una mujer que en un hombre a la hora de conducir un telediario? Lo que sí está claro es que... jóvenes estudiantes de Periodismo, si sois feos, abstenerse a enviar vuestras candidaturas a televisión, no recibirán respuesta.

>>Encuentro de empresarias hispano africanas

Cinco empresarias inscritas en la ‘Red de Cooperación de Emprendedoras’ de la Junta de Andalucía asistieron el mes pasado en Mali a un encuentro internacional de empresarias españolas y africanas que el Centro de Cooperación Intercultural de Mujeres Africanas (CODAF) y la Red de Turismo Cultural la IBERTUR organizaron.



1

>>Concurso de proyectos medioambientales

La Obra Social de Ibercaja ha presentado la octava edición de la “Convocatoria Ibercaja para Proyectos Medioambientales” con el objetivo de brindar apoyo económico al desarrollo de proyectos que tengan como objetivo la protección, conservación y conocimiento de la naturaleza.



3

>>Teléfono de las personas mayores

El Teléfono de Atención a las Personas Mayores de Andalucía (900 858 381), gestionado por la Consejería para la Igualdad y Bienestar Social, ha recibido un total de 15.945 llamadas desde 2006, de las que el 70% fueron realizadas por mujeres.



2

>>Ayudas para proyectos

El Instituto Andaluz de la Mujer (IAM) ha concedido un total de 137.700 euros para la realización de 21 proyectos que fomentan la participación social de las mujeres y la promoción de la igualdad de género en nuestra Comunidad. La iniciativa está dirigida a asociaciones y federaciones de mujeres con sede en Andalucía.



4

>>Certamen Mejor Joven Diseñador

Sara Ostos, de 22 años de edad, ha sido la ganadora del Certamen al Mejor Joven Diseñador de la Comunidad de Madrid con una colección inspirada en la Ruta de la Seda con un patronaje muy elaborado.



5



Fotos: mdeles

Mujeres al mando

Las mujeres han demostrado que pueden desarrollar cualquier actividad policial o militar con total eficacia e incluso aportar un plus en muchos aspectos y disciplinas. La incorporación de la mujer a estos “trabajos” es un logro de suma importancia y una apertura a toda la sociedad. Nombres como Patricia

Ortega, Rocío González Torres o Pilar Allúe no le deben sonar; pero si les digo que son, la primera mujer en incorporarse a las Fuerzas Armadas españolas (hoy, teniente coronel), la primera mujer en lograr el número uno de una promoción de pilotos de caza, y la primera mujer en alcanzar una jefatura superior en la Policía

Nacional, respectivamente, que no les sorprenda. Porque las mujeres pilotan helicópteros, tanques, aviones, están en la Legión, son asesoras jurídicas militares, o han patrullado a bordo de los blindados por Irak. De hecho, sólo existen dos cuerpos militares de carrera en los que ellas no han entrado -la escala de oficiales de especialistas del Ejército de Tierra y la escala superior de Músicas Militares-, pero lo harán pronto, porque ningún obstáculo legal se lo impide.

A fecha 1 de marzo de 2005, el número de mujeres incorporadas a las filas de las Fuerzas Armadas españolas ascendía a 12.695, un 11% del total, al que no han llegado siquiera otros países que fueron avanzadilla en este



A fecha de 1 de marzo, el número de mujeres incorporadas a las filas de las Fuerzas Armadas españolas ascendía a **12.695, un 11% del total**

MUJERES POR EMPELO Y EJÉRCITO (2008) Fuente: ABC

	Comandante	Capitán	Teniente	Alférez	Sargento	Cabo 1º	Cabo	Soldado	Marinero	TOTAL
Tierra	2	39	52	54	86	252	381	5996	-	1881
Armada	-	14	8	32	12	146	545	1538	992	2313
Aire	-	27	37	57	55	54	-	-	-	561
C. Común	47	236	215	54	9	-	2385	7830	-	12695
TOTAL	49	316	312	197	162	452			992	

ámbito. Un ejemplo: Canadá reguló formalmente el acceso en 1941 y sesenta años después, en 2000, la proporción respecto a los compañeros varones era del 8,6%: 90.000 miembros en activo, de los que 7.740 eran mujeres. Estas cifras han convertido a España en el país de la OTAN con el ritmo más destacado en lo que afecta a la incorporación de féminas.

La mujer hoy está plenamente integrada en casi todas las unidades de la Guardia Civil, Policía Nacional

Ejemplos que prueban la integración en la vida militar es la de la primera mujer militar embarazada que jura bandera, Rosa M^a Yubero o el triste ejemplo de la primera mujer que falleció en cumplimiento de servicio, Idoia Rodríguez; falleció en 2007, tras la explosión de una mina de alta potencia en las inmediaciones de Shindand, en el sur de la provincia afgana de Herat.

La conciliación familiar es uno de los puntos problemáticos para las mujeres soldado, sin embargo el de la

incorporación de la mujer a esta institución. Veintinueve mujeres fueron las pioneras. Actualmente la cifra asciende a 5.858 mujeres, algo más de un 10% del total. En periodo de formación hay 2.132 mujeres más.

La Policía Nacional fue la pionera en la incorporación de la mujer y a lo largo de estos años ha impulsado la igualdad de derechos entre mujeres y hombres policías. En estas tres décadas la mujer Policía ha ascendido en la escala llegando a Comisario, se ha hecho un hueco en las unidades especiales como la UIP, guías caninos, unidades de protección; la primera Jefa Superior de Policía en Cantabria y en Canarias. Mención especial tiene la creación del Observatorio de la Mujer. En estos treinta años se ha ido limando todos aquellos aspectos que pudieran conllevar una desigualdad entre mujeres y hombres policías. Se fomenta la igualdad de oportunidades, no sólo en las cuotas de acceso, sino también en los procesos de selección, acceso a la promoción interna o especialización, o las dirigidas a compaginar la vida familiar y la profesional. Incluso se cambió por motivos de género la denominación oficial de las categorías y plazas integrantes en la Policía Nacional. A partir de entonces se debe usar: comisaria, inspectora, inspectora jefe.

1988, primera mujer Guardia Civil. El 22 de marzo de 1988 se publica en el BOE la resolución por la que se regula las pruebas selectivas para el ingreso de la mujer en la Guardia Civil. De las 2.817 aspirantes que se presentaron a dicha convocatoria superaron las pruebas de aptitud un total de 196 mujeres que se integraron en la correspondiente promoción con el resto de sus compañeros. Desde entonces hasta hoy estas pruebas físicas han tenido que adaptarse a la constitución de la mujer. Incluso por razones de igualdad, puesto que la fuerza de un hombre no es igual que la de una mujer. Sin embargo a la hora de ascender, no existe obstáculo ni limitación alguna por condición sexual. Actualmente hay mujeres capitán, tenientes, alférez cabo y sargentos.

Independientemente de las leyes y demás reglamentos que rigen las diversas situaciones administrati-

Si en países como Holanda una mujer no puede servir en un submarino, y en Estados Unidos tiene prohibido por ley tomar parte activa en el combate, en España una mujer no tiene fronteras: puede acceder a cualquier unidad tanto del ejército como de los cuerpos y fuerzas de seguridad

y Ejército Español, debiendo afrontar y tratar de superar los problemas que pueden plantearse por su condición de mujer, al igual que los que pudieran surgirle a cualquier mujer en otro ámbito laboral o profesional.

15.400 mujeres españolas militares. En septiembre de 1988 ingresaban en las academias militares españolas las primeras mujeres soldados. Hoy, 22 años después, una de cada ocho miembros de las Fuerzas Armadas es mujer. Hay más de 15.400 mujeres militares, lo que eleva la presencia femenina al 12'3% del total de las Fuerzas Armadas, cuando en 1991 eran un 1%. Teniente Coronel es el empleo militar más alto alcanzado por una mujer y se espera para 2015 la primera general de Brigada.

En el año 2008 se graduaron 455 nuevos sargentos de esta academia, de los cuales 64 eran mujeres, el doble de las que lo hicieron el año pasado. Por ejércitos, el de Tierra cuenta con 9.700 mujeres (12%); el de Aire, con 2.725 (12'5%) y la Armada, con 2.380 (11'7%).

igualdad a la hora de acceso o de ascenso es el mejor. Las pruebas de acceso son para todos por igual, mujeres y hombres; y a la hora de ascender, hasta Teniente Coronel se asciende por antigüedad, los siguientes grados (Coronel, Coronel General), son por méritos propios.

En septiembre de 2008 se celebró, por todo lo alto, la llegada de la mujer al Ejército. Se realizó una campaña publicitaria protagonizada por la número uno de la promoción de pilotos de caza, Rocío González, la marinero de fragata, Montse Martínez y la comandante de la Unidad Militar de Emergencias, Pilar Hernández. Dentro de la campaña conmemorativa, se realizó una exposición multimedia que inauguró la Ministra de Defensa, Carme Chacón y se instauró el Premio "Soldado Idoia Rodríguez, Mujer en las Fuerzas Armadas", que este año 2010 ha recaído en la cabo del Ejército de Tierra Lucía Peraíta García.

30 años de la mujer en la Policía Nacional. En septiembre de 2009 se celebró en Toledo los actos de conmemoración de los 30 años de la



En el año 2008 se graduaron 455 nuevos sargentos de la academia militar, de los cuales **64 eran mujeres, el doble de las que lo hicieron el año pasado**

vas, permisos y licencias de los funcionarios públicos y, que tratan de favorecer una mayor conciliación de la vida familiar y laboral, y que pueden afectar indistintamente tanto a hombres como a mujeres, existen diversas normas que contienen preceptos específicamente dirigidos al personal femenino entre las que destacaríamos: “Si alguna de las aspirantes no pudiera efectuar las pruebas físicas establecidas en la convocatoria por embarazo o parto, debidamente acreditados, realizará todas las demás, quedando la plaza que, en su caso, obtuviera, condicionada a la superación de aquellas”.

En la actualidad, transcurridos más de 18 años desde la incorporación de las primeras mujeres a la Guardia Civil, acontecimiento que supuso una innovación cualitativa en la mentalidad corporativa que había prevalecido siempre en la misma, las distintas mujeres han ido integrándose en el organigrama de las diferentes Unidades y, prácticamente en todas las especialidades que se desarrollan en el Cuerpo.

La mujer actualmente está plenamente integrada en la Guardia Civil. No obstante, resulta significativo el escaso número de mujeres Guardia Civiles, que no representan más del 4%, si las comparamos con otras fuerzas de seguridad del Estado, como el 10% de la Policía nacional.

El Observatorio de la Mujer en las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado. Bajo la presidencia del director general de la Policía y de la Guardia Civil, Joan Mesquida Ferrando, en la mañana día 18 de julio de 2007, tuvo lugar la primera reunión del Observatorio de la Mujer en las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado. El Observatorio de la Mujer se crea para disponer de un conocimiento actualizado de la situación de la mujer en el Cuerpo Nacional de Policía y en el Cuerpo de la Guardia Civil, y formular recomendaciones en materia de igualdad de género. El Observatorio de la Mujer está com-

>>>
Actualmente hay 5.858 mujeres en la Policía Nacional, algo más de un 10% del total

>>>
Hoy día la mujer está integrada en la Guardia Civil. No obstante, resulta significativo el escaso número de mujeres Guardia Civiles, que no representan más del 4%



puesto por vocales de la Guardia Civil y de la Policía Nacional. Entre alguno de sus principios inspiradores se encuentran los de la no discriminación y la Igualdad, la redefinición de los miembros del Cuerpo Nacional de Policía: en concordancia con la igualdad de género, así como la transversalidad en la perspectiva de género.

Según el reglamento de organización y funcionamiento interno del Observatorio de la Mujer en las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad, son funciones del mismo, especificadas en sus tres primeros artículos, las siguientes: Artículo 1.- El Observatorio de la Mujer en las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del

Estado es un órgano colegiado cuyo fin es detectar áreas potenciales de discriminación y elevar propuestas de acción positiva que puedan equilibrar su situación respecto a los hombres. Artículo 2.- El Observatorio de la Mujer estará adscrito a la Dirección General de la Policía y de la Guardia Civil, si bien no formará parte de su estructura jerárquica. Artículo 3.- Son funciones del Observatorio de la Mujer en las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado las señaladas en la Resolución de 25 de abril de 2007, por la que se crea dicho Órgano, además de las que puedan ser aprobadas por unanimidad en el Pleno.

mónicaURGOITIArístegul

DISTRIBUCIÓN ENTRE HOMBRES Y MUJERES EN LA GUARDIA CIVIL EN 2007

	Hombres	Mujeres	%
Escala Superior de Oficiales	11.049	28	2'67%
Escala Facultativa Superior	62	3	4'84%
Escala de Oficiales	11.785	4	0'22%
Escala Facultativa Técnica	49	2	4'65%
Escala de Suboficiales	6.151	58	0'96%
Cabos	5.759	146	2'54%
Guardias	49.215	2.178	4'43%
TOTALES	64.064	2.420	3'78%

La mujer en las fuerzas armadas españolas

Su aportación a la defensa y la paz

En poco más de 20 años, las Fuerzas Armadas españolas han protagonizado una profunda transformación que ha afectado tanto a su organización, misión, procedencia como a su composición. Y uno de los elementos fundamentales del cambio ha sido la feminización de nuestro Ejército, que ha caminado paralelo a su profesionalización.

En 1988, 25 pioneras se incorporaban a filas: eran las primeras mujeres que entraban en el ejército español desafiando a quienes opinaban que la profesión militar no era un ámbito propio de mujeres. A partir de ese momento, se persigue la igualdad legal, y progresivamente se va ampliando las posibilidades de incorporación y de carrera de la mujer en las Fuerzas Armadas españolas, primero a todas las categorías (oficiales, suboficiales y tropa y marinería), luego a todos los Cuerpos y Escalas y después a todos los destinos, incluidos los relacionados directamente con el combate.

Hoy, las militares españolas, el 12% del total de efectivos de las Fuerzas Armadas, han alcanzado ese importante estado de igualdad legal en el acceso y en la carrera. Por ello, el Ministerio de Defensa en conjunto y, el Observatorio de la Mujer en las Fuerzas Armadas desde su creación en 2005, trabajan para conseguir la igualdad efectiva de las mujeres y hombres de las Fuerzas Armadas españolas, es decir, en la remoción de obstáculos y adopción de medidas para que la igualdad formal conseguida sea una realidad en la práctica. Dentro de nuestro Ejército, las mujeres pilotan aeronaves, son expertas en guerra electrónica, conducen



carros de combate, prestan servicio como comandantes de patrullera, son parte de las dotaciones de los submarinos, pertenecen a unidades de élite como la Brigada Legionaria y la Paracaidista y desempeñan profesiones técnicas, jurídicas, económicas y sanitarias en el ámbito de la Defensa.

En estos 20 años se ha constatado que la contribución de las mujeres de forma activa y profesional a la Defensa y Seguridad de nuestro país no sólo es una cuestión de derecho, sino de eficacia y eficiencia, y ha producido, entre otros aspectos, una mayor operatividad de nuestros Ejércitos. En la actualidad, por ejemplo, sin la presencia de las mujeres en los contingentes sería inviable alcanzar los objetivos de una misión en el exterior, donde se ha demostrado que su aportación resulta especialmente relevante.

Para reforzar esa política, desde el año 2007 España cuenta con un Plan de Acción Nacional para potenciar

la participación de mujeres en las misiones en el exterior, promover la inclusión de la perspectiva de género en todas las actividades de construcción de la paz, asegurar la formación específica del personal que participa en operaciones en materia de igualdad y sobre los distintos aspectos de la Resolución 1.325 de Naciones Unidas sobre mujer, paz y seguridad, y proteger los derechos humanos de las mujeres y niñas en zonas de conflicto y posconflicto, entre otros.

Todos estos avances hablan de lo mucho que se ha avanzado en estos 22 años. No obstante, como en el resto de la sociedad española, debe seguirse trabajando para que la igualdad entre mujeres y hombres sea una realidad. No es sólo una cuestión de derecho, sino de eficiencia y operatividad.

belén CABALLUD
Portavoz del Observatorio
de la Mujer



El Ministerio de Defensa en conjunto y, el Observatorio de la Mujer en las Fuerzas Armadas desde su creación en 2005, trabajan para conseguir la igualdad efectiva de las mujeres y hombres de las Fuerzas Armadas

Una "cartera" llena de orgullo y admiración

Entre sus primeras actuaciones en el cargo fue una visita a las tropas españolas del Destacamento español en Herat (Afganistán). Momentos duros al cargo de este Ministerio, como el asistir a los funerales de los dos militares fallecidos en el atentado suicida en Afganistán del 9 de noviembre de 2008, o el de acompañar en la repatriación de los cuatro militares fallecidos en accidente de helicóptero en Haití en abril de este año. Pero también ha vivido momentos que le gustaría recordar con agrado, porque no todo ha sido malo, como la celebración del 20 aniversario de la entrada de la mujer en el ejército.

MujerEmprendedora: Balance de su paso por el Ministerio

Carme Chacón: Ser ministra de Defensa es un gran honor y también una gran responsabilidad, ya que supone estar al frente de más de 130.000 hombres y mujeres que trabajan a diario por la seguridad de todos los españoles. En los más de dos años que llevo al frente del Ministerio, lo que más orgullo me produce es que hoy las Fuerzas Armadas sean la institución más valorada por los españoles. Y tengo que decir que el reconocimiento que en estos momentos reciben los militares españoles por parte de la sociedad es ampliamente merecido. La gran transfor-

mación que han vivido nuestras Fuerzas Armadas en las últimas décadas, y la eficacia y la profesionalidad con que llevan a cabo su labor ha propiciado que los lazos entre la sociedad y nuestros ejércitos sean hoy más estrechos que nunca.

ME: Valoración de los 20 años de las mujeres en las Fuerzas Armadas

CC: La incorporación de las mujeres a las Fuerzas Armadas españolas ha sido un pilar esencial de la modernización de nuestros Ejércitos, junto con la participación de los militares en misiones internacionales y la profesionalización de la carrera militar. Una sociedad avanzada debe tener una presencia pública equilibrada entre mujeres y hombres, ya que ninguna sociedad que quiera afrontar con éxito el futuro puede prescindir del 50% del talento de su población. España ha avanzado mucho y en poco tiempo en la incorporación de la mujer en muchos ámbitos sociales. En el caso de nuestros ejércitos, hay un dato que debe llenarnos de orgullo: en España uno de cada ocho militares es mujer, el 12% de nuestros efectivos. Esto nos sitúa como segundo país de la Unión Europea con mayor presencia de mujeres en las Fuerzas Armadas, a pesar de que hace poco más de 20 años las mujeres tenían vedado el acceso a los ejércitos.

ME: Futuro de las mujeres en el ejército

CC: La igualdad es hoy un hecho en nuestras Fuerzas Armadas. Hombres y mujeres pueden desempeñar las mismas tareas, tienen los mismos salarios, y reciben la misma formación. Pero todavía podemos y debemos avanzar más. Hoy contamos con un Observatorio de la Mujer que realiza una gran labor de asesoramiento y de planificación. En los últimos años hemos tomado medidas para que la maternidad no represente un impedimento para la carrera militar. Y también hemos ampliado las medidas de conciliación de la vida laboral, familiar y personal, tanto para hombres como para mujeres. Por ejemplo, para este curso escolar ya contamos con 24 centros infantiles en instalaciones militares. España también ha tenido una implicación importante en la conmemoración del décimo



Carme Chacón, ministra de Defensa

El 14 de abril de 2008, Carme Chacón, embarazada de siete meses, se convirtió en la primera ministra de Defensa de España. De esto y de otras muchas cosas nos ha hablado en una cordial entrevista concedida a la revista *MujerEmprendedora*

aniversario de la Resolución 1325 de las Naciones Unidas sobre 'Mujer, Paz y Seguridad'. Y puedo anunciarle que en los próximos meses vamos a formar a los primeros militares españoles que serán asesores de género para operaciones internacionales, de forma que España será uno de los primeros países del mundo en contar con esta figura.

ME: Las mujeres de las Fuerzas Armadas en misiones fuera de España

CC: Sin duda los 3.000 hombres y mujeres que están participando en las distintas misiones internacionales, asumiendo riesgos por la seguridad de todos los españoles, son una de mis principales prioridades. Por eso evaluamos constantemente cómo podemos mejorar sus condiciones de trabajo y, sobre todo, cómo ofrecerles la máxima seguridad en aquellos lugares más peligrosos, como es el caso de Afganistán. Nuestros Ejércitos realizan una gran labor en defensa de la paz y la seguridad en los cinco continentes y gozan de un altísimo prestigio dentro y fuera de nuestras fronteras. Actualmente las mujeres representan el 9% de nuestros efectivos en misiones internacionales. Sin su presencia, sería imposible que cumpliéramos todos nuestros objetivos ya que, entre otros cometidos, realizan una contribución imprescindible en muchas operaciones de inteligencia, de ayuda humanitaria y de contacto con la población civil.

ME: ¿Está preparada esta sociedad para una mujer uniformada?

CC: Desde luego. Hace más de 20 años que los españoles han demostrado que es tan normal ver de uniforme a un hombre como a una mujer. Nuestra sociedad ha avanzado y seguirá apostando, sin ningún



tipo de duda, por la igualdad en todos los ámbitos sociales, y por supuesto, también en las Fuerzas Armadas.

ME: ¿Avanzan las mujeres en los cargos más altos de las Fuerzas Armadas al mismo ritmo que en los puestos directivos?

CC: La incorporación de las mujeres a los Ejércitos es relativamente reciente, por lo que es normal que en este momento el número de mujeres entre los oficiales sea todavía pequeño si lo comparamos con el de los hombres. En este curso académico, por ejemplo, dos mujeres han sido las primeras en sus respectivas promociones. Y también desde este año contamos con la primera mujer con rango de teniente coronel. En pocos años veremos a mujeres con empleo de general en las Fuerzas Armadas. Es sólo cuestión de tiempo.

ME: Momentos para recordar y momentos que quisiera olvidar

CC: Los momentos más tristes han sido aquellos en los que han fallecido soldados españoles. Por ejemplo, tengo muy vivo el recuerdo de los hombres y mujeres que han dado su vida por España en las misiones o en escenarios tan peligrosos como Afganistán. Y siento un profundo agradecimiento hacia ellos y sus familias por su inmensa generosidad y entrega.

Por otro lado, tengo muchos recuerdos de las visitas que he realizado a las distintas unidades militares en España y a las misiones internacionales en las que participan nuestras Fuerzas Armadas. Durante todo este tiempo he visto que cuanto más se conoce el trabajo que realizan nuestros militares dentro y fuera de nuestras fronteras, más se les admira. Por eso tengo un gran empeño en que los españoles conozcamos cada día más y mejor a nuestras Fuerzas Armadas.

mónicaURGOITIArístegui



El reconocimiento que en estos momentos reciben los militares españoles por parte de la sociedad es ampliamente merecido



VUELA MÁS BARATO



RYANAIR

Impulso a la presencia en el exterior

El Consejo de Gobierno ha aprobado recientemente el IV Plan de Internacionalización de la Economía Andaluza 2010-2013 con una dotación de 250,7 millones de euros para impulsar la presencia de las empresas andaluzas en el exterior. La nueva estrategia propone como principales metas crear más de 60.000 nuevos empleos vinculados a la actividad exterior; aumentar en 3.300 el número de firmas exportadoras, y situar a Andalucía entre las seis primeras comunidades autónomas españolas en cuanto a inversiones en el extranjero (actualmente es la décima). El plan se dirige a respaldar la apertura exterior no sólo de las empresas sino también la de toda la economía andaluza.

En coherencia con esta ampliación de objetivos, consensuada en el marco del VII Acuerdo de Concertación Social, se duplica el presupuesto del Plan 2006-2009 (116 millones) y se implica en el desarrollo de los proyectos previstos a las ocho consejerías de la Junta de mayor perfil económico. El plan se compone de 61 programas distribuidos entre cinco grandes ejes estratégicos. El de mayor dotación, 137,86 millones de euros, corresponde a las medidas de impulso a la innovación y competitividad de las empresas que ya han comenzado su andadura internacional (16.663 firmas exportadoras que operan en 197 países). Los programas previstos en este bloque plantean también aumentar de 4.000 a 5.000 la cifra de las empresas que exportan de forma regular, así como incrementar en un 40% el valor de las ventas al exterior para alcanzar los 20.000 millones de euros en 2013.

La segunda mayor inversión, 76 millones, se destina al objetivo de consolidar la posición internacional de los bienes y servicios andaluces, mediante iniciativas de promoción para incrementar el valor añadido y generar imagen de marca.

La Junta invertirá 250 millones de euros hasta 2013 para fomentar la internacionalización tras la aprobación el pasado septiembre del IV Plan de Internacionalización 2010-2013



>>Impulso a la minería

La Consejería de Economía, Innovación y Ciencia destinará en los próximos cuatro años 103,7 millones de euros para el impulso del desarrollo sostenible del sector de la minería y mejorar sus niveles de competitividad, productividad y empleo. Así se recoge en el Plan de Ordenación de los Recursos Minerales de Andalucía 2010-2013 (Pormian), aprobado recientemente por el Consejo de Gobierno para convertirse en la hoja de ruta de un sector que emplea en Andalucía a más de 36.500 personas. La principal partida se destina a reforzar la sostenibilidad de la actividad minera, objetivo que contará con 91,97 millones de euros (el 90% de la inversión total). Este documento, consensuado en el marco del VII Acuerdo de Concertación Social, recoge 64 acciones repartidas en

cuatro grandes ejes: el fomento de la innovación y el desarrollo empresarial, la integración ambiental, la modernización de los servicios públicos relacionados con el sector y la formación, cualificación y seguridad de sus trabajadores.

Las explotaciones mineras activas en Andalucía ascienden actualmente a 852. Por sustancias, un 68,89% corresponde a rocas industriales, en su mayoría áridos, y un 22,24% a rocas ornamentales, esencialmente explotaciones de mármol y caliza ornamental. El 8,87% restante está integrado por minerales industriales (metálicos y energéticos) que se localizan en la Faja Pirítica de Huelva-Sevilla, el Valle del Guadiato en Córdoba y las explotaciones de Cobre las Cruces (Sevilla) y Aguas Teñidas (Huelva).



Díaz Trillo durante el anuncio del nuevo Plan

Destinados 1,8 millones para **educación ambiental**

Alrededor de 4.000 personas se beneficiarán de la dotación de 1,8 millones de euros realizada por la Junta de Andalucía para potenciar el empleo en el sector medioambiental

Duplicar el número de empleos relacionados con el medio ambiente. Éste es el principal objetivo del Plan Andaluz de Formación Ambiental, para el que la Consejería de Medio Ambiente destina un total de 1,8 millones de euros. El programa, puesto en marcha a finales del año pasado, ha desarrollado ya un total de 111 cursos en los que han tomado parte un total de 2.770 alumnos. De cara a los tres últimos meses del año se prevé iniciar un total de 15 nuevos cursos en los que participarán 355 personas. Esta iniciati-

va busca facilitar la formación a profesionales ya relacionados con el sector, es decir, provenientes de actividades como la gestión de recursos naturales o la promoción de la sostenibilidad. Con ello se persigue, además, adaptar a los trabajadores y empresas a las nuevas necesidades del entorno, en el que se encuadran una nueva realidad ambiental, así como un modelo económico sostenible. El Plan Andaluz de Formación Ambiental tiene

vigencia hasta 2011 y se estructura en tres grandes bloques formativos, que son: espacios naturales y biodiversidad, sostenibilidad urbana y el cambio climático, y por último un programa específico para profesionales de la educación ambiental.

>>>
El Plan tiene vigencia hasta 2011 y se estructura en tres bloques

José Juan Díaz Trillo, consejero de Medio Ambiente, destacó que este plan es una “valiosa herramienta para impulsar la reactivación económica, el fomento del empleo y la promoción de un nuevo modelo productivo más sostenible donde el medio ambiente debe ser el motor para la generación de empleo y el emprendimiento de nuevas iniciativas empresariales”.

>>> La Junta amplía el Plan Infoca

Debido al éxito cosechado por el Plan Infoca, que en lo que va de 2010 ha reducido en un 92% la superficie afectada por incendios respecto a la media de la década, la Junta de Andalucía ha decidido mediante un decreto aprobado en Consejo de Gobierno que el Plan ha de ser renovado y ampliado, pasando a

actuar también sobre personas y bienes, un hecho novedoso en esta normativa. El nuevo ‘Infoca’, elaborado por las consejerías de Gobernación y Justicia y Medio Ambiente, incluirá mecanismos de información y evacuación para la población en aquellos casos en los que sea necesario. Para poder desarrollar estas acciones de forma eficaz se creará una administración regional que se divide en

ocho provinciales que incluyen a su vez un comité asesor y otro de operaciones. En lo que ha transcurrido de año, se han atendido un total de 444 emergencias por fuego, de las que el 78,8% fueron conatos y afectaron a superficies de menos de una hectárea de superficie. El presupuesto previsto para 2010 es de 185 millones de euros, de los que el 60% se destina a prevención y limpieza del monte.

Tercera renovación del Plan Forestal Andaluz

En vigor desde 1990, el Plan Forestal Andaluz acaba de ser renovado por tercera vez desde su puesta en marcha. En esta nueva versión del texto, la Consejería de Medio Ambiente prevé la realización de trabajos de mejora y repoblación en 290.000 hectáreas, así como la creación de unos 19,5 millones de jornales de trabajo.

Para esta nueva edición se contempla una subida del 18% en lo que a inversiones públicas se refiere, hasta alcanzar la cifra total de 2.444 millones de euros, de los que en su mayoría (53,3%) serán aportados por el Gobierno autonómico. El montante restante corresponde a fondos de la Unión Europea (45%), así como el Gobierno nacional (1,7%).

El nuevo Plan contempla siete áreas principales de actuación, que son: control de la erosión, control de incendios, aprovechamiento sostenible de los recursos forestales, biodiversidad y geodiversidad, zonas forestales situadas en espacios naturales protegidos, infraestructuras de uso público en los

El Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía ha aprobado la actualización del Plan Forestal Andaluz que tiene validez hasta 2015 y prevé una inversión total de más de 2.400 millones de euros



Encinar en Benamahoma, provincia de Cádiz

montes, así como el control de plagas y enfermedades. Desde su inicio hace veinte años hasta el último balance, publicado en 2007, el Plan Forestal Andaluz, ha realiza-

do inversiones por valor de 4.317 millones de euros y ha repoblado 215.000 hectáreas y reforestado otras 150.000 hectáreas de tierras agrícolas marginales.

>>El Jardín Micológico Andaluz se pondrá en marcha este año

La localidad de Priego de Córdoba verá como el Jardín Micológico Andaluz abre sus puertas antes de que acabe el año. Así lo afirmó el consejero de Medio Ambiente, José Juan Díaz Trillo, en la Comisión de Medio Ambiente del Parlamento de Andalucía. El proyecto se centra en la investigación, producción, educación, formación y uso sostenible de las setas y trufas de Andalucía, así como en facilitar la gestión de este recurso en toda la comunidad.



El presidente de la Junta en el acto inaugural

>>Griñán inaugura el parque del Andarax

José Antonio Griñán, presidente de la Junta de Andalucía, fue el encargado de inaugurar recientemente el parque del Andarax, en la ciudad de Almería. Este nuevo espacio permite multiplicar por dos las zonas verdes de la ciudad,

además de acercar la naturaleza a los ciudadanos. La inversión total para la puesta en marcha de este parque ha sido de 7,8 millones de euros, de los que la Junta de Andalucía ha aportado el 75%, mientras que el importe restante corre a cargo del Ayuntamiento de Almería.

>>Cooperativas rurales

Alfredo Pérez Rubalcaba, ministro del Interior; Clara Aguilera, consejera de Agricultura y Pesca; así como Fernando Rodríguez Villalobos, presidente de la Diputación de Sevilla; fueron algunas de las personalidades presentes en los actos de clausura del 50 aniversario de la Cooperativa Olivarera Nuestra Señora de la Fuensanta, que tuvieron lugar en la localidad de Corcoya, en la provincia de Sevilla.



Zambrano, Rubalcaba y Villalobos

El presidente de la Diputación de Sevilla, que descubrió junto a Pérez Rubalcaba una placa en homenaje a todos los presidentes de esta cooperativa durante sus 50 años de existencia, puso de manifiesto la notoria importancia de este tipo de organizaciones, puesto que han sido “una de las herramientas que ha servido para fijar a los ciudadanos a su territorio, evitando así el abandono de los pueblos”.



El diputado de Servicios Territoriales y el presidente de la Diputación de Sevilla

Programa piloto

La Diputación de Sevilla ha presentado un innovador proyecto mediante el que se formará y empleará a mujeres procedentes del Régimen Especial Agrario de la Seguridad Social

Tras la pertinente aprobación por parte del INEM y del Servicio Andaluz de Empleo (SAE), la Diputación de Sevilla presentó recientemente el ‘Proyecto de Servicios del Plan de Fomento de Empleo Agrario (PFOEA) de Interés Local: Atención a Personas Dependientes’. Este proyecto piloto ofrece a mujeres inscritas en el Régimen Especial Agrario de la Seguridad Social (REASS)

formación en asistencia a personas dependientes. Mediante esta iniciativa, el SAE impartirá cursos a 45 mujeres durante seis meses de los que los dos últimos corresponden a formación práctica. Una vez finalizado este periodo, las alumnas reciben un Certificado de Profesionalidad que les permitirá trabajar en Servicio de Ayuda a Domicilio gracias a la Diputación de Sevilla, que ofrecerá contratos de entre

seis y nueve meses de duración con jornadas de 5 horas diarias y sueldos de entre 900 y 1.000 euros.

La inversión total de este proyecto es de 528.000 euros de los que el INEM aporta 473.000 euros, los fondos del Plan de Fomento de Empleo Agrario (PFOEA) suponen 47.300 euros mientras que la Diputación de Sevilla aporta los restantes 7.000 euros.

>>Guía de Romerías

Bajo el título ‘De Romerías por la Provincia de Sevilla’ fue presentada recientemente la primera guía de romerías de la provincia, escri-

ta por las periodistas Elisa Navas y Asunción Fernández de Castillejo. La obra, financiada en virtud de un acuerdo entre la Diputación de Sevilla y la Obra Social de Cajasol, recoge más de 100 de estas festividades, de las que describe su historia, anécdotas y descripción de la localidad en la que tiene lugar. Con esta guía se quiere reforzar el turismo de carácter religioso, muy importante en la provincia de Sevilla debido a las más de 200 festividades de este tipo que se celebran al año.



Presentación de la obra

>>Promoción en París

El pasado mes de septiembre, el Consorcio Turismo de Sevilla y Prodetur presentaron en París a profesionales del sector el “Destino cultural” de Sevilla ciudad y provincia. La acción se centró en dar a conocer a los presentes el patrimonio histórico y cultural de la provincia de Sevilla, además de su relación con el mundo del Flamenco y del Toro. Para ello, se llevaron a cabo una serie de acciones en la capital francesa que fueron desde un desfile de moda hasta una representación de la Ópera *Carmen* hasta la celebración de un cóctel.

La Ruta del Tempranillo avanza

El Plan Turístico Ruta del Tempranillo se ha convertido en un instrumento privilegiado para el desarrollo y promoción de las localidades integrantes de las provincias de Málaga, Córdoba y Sevilla, posibilitando la creación de puestos de trabajo, la consecución de rentas de complemento, la mejora de infraestructuras, la recuperación de patrimonio cultural y la generación de estrategias de dinamización social de la población. Una nueva muestra de todo ello fue la inauguración el pasado mes de septiembre en Alameda (Málaga) de los centros de interpretación de las Termas Romanas y del Campo Andaluz, dos actuaciones en las que se han invertido algo más de 1,2 millones de euros y que están incluidas en el denominado Plan.

El consejero de Turismo, Comercio y Deporte, Luciano Alonso, fue el encarga-

El consejero del ramo, Luciano Alonso, inaugura los centros de interpretación del Campo Andaluz y las Termas en Alameda, actuaciones que han contado con una inversión de 1,2 millones de euros y que están incluidas en el Plan Turístico Ruta del Tempranillo

dad" y contribuirá a reforzar la competitividad turística de los municipios de la zona.

El nuevo Centro de Interpretación de las Termas es una infraestructura que orientará a través de una exposición permanente las visitas al yacimiento arqueológico de la localidad con información sobre el funcionamiento de las termas y su papel en la sociedad romana. Por su parte, el centro del Campo Andaluz pone de relieve la importancia que tienen los sistemas de producción

Sevilla), y Jauja (Lucena, Córdoba), a los que en una siguiente etapa se sumaron los cordobeses de Benamejí y Palenciana y el sevillano de Casariche. Posteriormente, en 2007, se aprobó la Iniciativa de Ciudades Turísticas (ICT) para la mejora del Producto Turístico Ruta del Tempranillo, con el objetivo de consolidar las actuaciones ya desarrolladas en el plan previo y aportar nuevos elementos singulares que las fortalezcan. Además, se incorporó a la iniciativa privada al proyecto, algo, según el consejero, "fundamental para la viabilidad presente y futura de esta actuación".

En total, para los tres programas citados (primera y segunda fase de la Ruta y la ICT) se prevé una inversión de más de 10,3 millones de euros, de los que la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte aporta el 60%, y que ya ha supuesto numerosas actuaciones, explicó Luciano Alonso. Así, el consejero recordó que, con cargo al Plan Turístico Ruta del Tempranillo, se han ejecutado los centros de interpretación del Bandolerismo en Jauja y del Río Genil de Badolatosa; la recuperación de la noria árabe y de la Iglesia de San José de Jauja, el centro de gestión turística de la Ruta del Tempranillo, acciones de promoción y señalización turística o un plan de marketing, entre otras. A partir de ahora, el reto de la ICT en marcha es la creación y mejora del producto turístico, el fortalecimiento de la competitividad del sector turístico local, la creación, mantenimiento y mejora del espacio turístico y la implantación de sistemas y herramientas de gestión medioambiental. Por su parte, en lo que respecta a proyectos de carácter privado, se prevé la creación y mejora de alojamientos turísticos, hoteles rurales y establecimientos de restauración en las zonas que forman parte del proyecto.



Luciano Alonso durante el acto de inauguración

do de presidir la inauguración, acto durante el cual afirmó que la construcción de ambas instalaciones temáticas "permitirá incrementar el interés de la visita a los municipios de la Ruta al recuperar inteligentemente dos de los elementos más singulares y auténticos de su identi-

y los productos típicos para la cultura local. Este proyecto se suma así a otros incluidos en el mencionado Plan Turístico Ruta del Tempranillo, que arrancó en 2002, en una primera fase con la participación de la Junta de Andalucía y los ayuntamientos de Alameda (Málaga), Corcoya (Badolatosa,



X EDICIÓN PREMIOS ALAS A LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA ANDALUZA

ABIERTA CONVOCATORIA
DEL 1 DE SEPTIEMBRE
HASTA EL 15 DE OCTUBRE

Bases disponibles en www.extenda.es



AGENCIA ANDALUZA DE
PROMOCIÓN EXTERIOR



**conjugando
lourdesOTERO****Saborear**

Hace unos días me llegó una exquisita caja de bombones con una nota: "Saboréala". Y entendí algo muy dulce: la vida es una caja de bombones que hay que saber saborear.

Cuando abres la caja comienzas a comer con ansiedad. Quedan muchos y piensas que nunca se van a acabar; así que empiezas a degullir bombones hasta el punto de atragantarte. Rápido, para probar todos los sabores, formas y colores (los que vienen envueltos). La rapidez también responde a que no venga nadie y te coma alguno o te veas en la diplomática obligación de tener que invitarle. Todo un futuro de chocolate por delante. Pero en ese momento no existe el futuro. Sólo hay un presente que te quieres comer a bocados y con la suerte de que tu estómago ni se inmuta. Un presente que en ese momento se te antoja como eterno, sin caducidad.

¡Qué diferente es con el paso del tiempo! Según va mermando la caja vas apreciando la exquisitez de cada bocado. Cada bombón ya es único. El mismo que al principio te comías sin conocimiento, ahora percibes que tiene una forma especial, un aroma especial, y un sabor especial. Si me apuras, hasta te gusta compartirlo. Te apetece disfrutar en compañía. Haces partícipes a los que están a tu alrededor de lo que tú estás disfrutando.

Y entonces entiendes el mensaje de la nota. Aprendes a saborear. Dosificas y racionales, porque la dulzura no es eterna. Y procuras que siempre te quede algún bombón para mañana. Cada detalle, cada circunstancia de nuestra vida puede tener su dulzor si sabemos saborearlo. Pero cuantos menos bombones te quedan, más te das cuenta de lo efímero que es cada momento. ¡Saboréalo!

**María Dolores
Dancausa**

>>> La consejera delegada de Línea Directa ha sido nombrada Mujer Directiva del año tras el fallo de la XIX edición de los Premios que concede la Federación Española de Mujeres Directivas, Ejecutivas y Profesionales y Empresarias (FEDEPE).

Teresa Sáez

El organismo que dirige Teresa Sáez, Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior, se convirtió el pasado septiembre en noticia tras la aprobación del IV Plan de Internacionalización de la Economía Andaluza 2010-2013 después de ejecutarse con un año de antelación el anterior III Plan de Internacionalización 2007-2010.

**Julia Gillard**

La primera ministra australiana, Julia Gillard, ha sido ya ratificada en su cargo tras lograr el apoyo de los tres parlamentarios independientes y el del Partido Verde, lo cual le permitirá gobernar en minoría en los próximos tres años.

>>> La profesora del Departamento de Matemática Aplicada I de la Universidad de Sevilla, Isabel Fernández Delgado, se ha integrado como nueva miembro de la Comisión Científica de la Real Sociedad Matemática Española (RSME), una sociedad científica cuyo fin es la promoción y la divulgación de las Matemáticas, y el fomento de su investigación en todos los niveles educativos.

**isabel
FERNÁNDEZ****Michelle
Bachelet**

La presidenta chilena ha sido elegida para liderar UN Women, el organismo recientemente creado por Naciones Unidas para velar por la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres en el mundo. Según el secretario general de la ONU, Ban Ki-moon, "Bachelet aportará a este crítico puesto una trayectoria de liderazgo global de gran dinamismo, elevadas habilidades políticas y una habilidad poco común para crear el consenso entre las agencias de Naciones Unidas"

>>Repsol 2.0

Muchas firmas se han dado cuenta del gran potencial que tiene la Red 2.0 y están apostando fuertemente por ella. Repsol es una de ellas. Así en 2008 se comenzaron a incluir blogs y acciones participativas en Repsol.com, como el blog de Dani Pedrosa que logró, tras ganar el Gran Premio, que más de 300 aficionados dejaran sus comentarios. Fue en 2009 cuando Repsol entró de lleno en las redes sociales, sobretodo en la de Facebook, con dos acciones que han generado una importante participación y viralidad (los contenidos se intercambian entre usuarios, “contagiándose” por su interés). En un caso se trataba de un juego destinado a los viajeros, “Contigo al final del mundo”, para conocer qué tipo de viajero somos y nuestra compatibilidad con nuestros amigos para viajar. En el otro se creó una divertida página con la identidad de “El mono de Pedrosa”, que además de desvelar curiosidades sobre el piloto, ha dado pistas para que un “amigo” o “fan” puedan encontrar virtualmente el mono y ser el ganador de la prenda real. El pasado verano, la campaña de guía Repsol.com utilizó por primera vez cuatro de las más importantes redes sociales (Facebook, Twitter, Spotify y Flickr) como ejes angulares de buena parte de las acciones. Se trataba de hacer partícipes a los internautas, incentivar su participación e invitarles a compartir el inolvidable verano de 2009. Guía Repsol ya cuenta con casi 10.000 fans en su página de Facebook. Las dos últimas acciones realizadas por Repsol en redes sociales se han desarrollado en Twitter, con la retransmisión en directo de la presentación de la Guía Repsol 2010 y de Madrid Fusión, todo un acontecimiento pionero en la red. (Información facilitada por la compañía).



Somos una de las primeras empresas en aplicar temas de conciliación. Tenemos un proyecto de teletrabajo que es novedoso porque se aplica a todos los sectores y niveles de la empresa



MujerEmprendedora: Hace un año y medio que está al frente de su cargo actual en Repsol, aunque con anterioridad ocupó el de directora de Relaciones Exteriores y Corporativo. ¿Qué balance hace del paso por esta compañía?

Begoña Elices: El balance es, sin duda, positivo. Estar en una empresa industrial, tocando la economía real, unido al mundo de la comunicación y mi paso por el sector financiero, mi desembarco en esta empresa,... ha sido para mi del todo una experiencia enriquecedora. Desde que llegué a Repsol, hace ahora una década, he visto un cambio de mentalidad muy profundo. Ha pasado de ser una empresa masculina a no saber con qué “sexo” la definiría ahora. Le pondría atributos como, la sostenibilidad, empresa de futuro, básicamente energética, donde la mujer directiva se ha ido abriendo paso. Hoy superan el 11%, y no sólo en plantilla base, también en staff. En el consejo de administración hay dos mujeres, Paulina Beato -histórica del sector, muy reconocida- e Isabel Gabarrón -ha estado siempre muy unida al sector, aunque ella es notario de profesión-

ME: ¿Cómo definirías una empresa como Repsol?

BE: No nos gusta definirnos como multinacional, nos parece mucho más adecuada la idea de empresa global. Pensamos en global y aplicamos en local. Hemos pasado de ser una empresa petrolera a una compañía energética. Somos una de las primeras compañías que ha ido incorporando personas con distintas capacidades. Hemos recibido premios por incorporar a nuestro personal personas discapacitadas. Y somos una de las primeras empresas en aplicar temas de conciliación. Tenemos un proyecto de teletrabajo que es novedoso, porque se aplica a todos los sectores y niveles de la empresa, no sólo a directivos. Es una empresa de mentalidad abierta y sensible que ha sabido evolucionar con la sociedad.

ME: Y el futuro de Repsol, ¿por dónde pasa?

BE: El Plan Estratégico de la compañía pasa por varios vectores de crecimiento, el principal es el que llamamos “Exploración y producción”. Los mercados en los que estamos especialmente interesados son Brasil, Perú y Argentina, el Norte de África y Canadá. En los países asiáticos nuestra presencia es muy

Begoña Elices

Directora Corporativa de Comunicación y Gabinete de Presidencia de Repsol

La elegancia con guante de acero

Cree en el poder de la comunicación, en la imagen que de su empresa se tiene dentro y fuera de nuestras fronteras, y en la capacidad que tiene la mujer para llegar si se lo propone. Esta periodista, que ejerce de ello, se siente como pez en el agua en el masculino mundo de la extracción de crudo. "Aunque Repsol no sólo es eso. La compañía ha crecido y ha cambiado de mentalidad, ahora somos una empresa global", nos apunta, orgullosa de ser marca. Marca Repsol

baja. Nosotros hemos ido buscando mercados que por cultura sean más afines, de ahí que nos hayamos interesado más por Latinoamérica.

ME: En textos y declaraciones que he leído para prepararme esta entrevista, hay una frase que me ha llamado poderosamente la atención. Tiene que ver con la Responsabilidad Social Corporativa y habla de los valores de su compañía: Integridad, transparencia, responsabilidad y además Admiración. ¿Por qué y cuáles son las principales razones que tiene una compañía como Repsol para ser admirada?

BE: Nos gustaría que fuera "admirada" porque creemos que Repsol tiene un sello distintivo. Primero por ser española y segundo por nuestra preocupación por temas de sostenibilidad, responsabilidad y reputación. Nuestros mercados están en países muy distintos, con culturas muy diferentes y nosotros incorporamos esa diferenciación. Recuerdo un caso que se dio en Ecuador con la tribu de los Guaraníes. Tuvimos un problema con el Gobierno y esta tribu, que es la última que se ha incorporado a la civilización (1957), firmó un manifiesto que decía que no había habido ninguna otra empresa tan respetuosa con su cultura y el amazonía ecuatoriana como Repsol. Firmamos un tratado de amistad con ellos.

ME: ¿Sabe que forma parte del "selecto club" del 10% de mujeres directivas en España? ¿a qué cree que se debe este porcentaje tan pequeño?

BE: Lo primero es que debemos concienciarlos. Muchas veces las mujeres somos freno de nosotras mismas. El mundo de la empresa es el último bastión. La mujer está presente en política, en medicina, en la abogacía, pero no en la empresa. Porque las mujeres, no se si es por tradición o por un estereotipo, no tenemos muy desarrollada la ambición, la competitividad. No prioriza el trabajo y sí la familia. Se autoexcluye y la excluyen. Cuando comencé en esta empresa, la gente llegaba tarde y se iba más tarde todavía. Ahora que hemos incorporado la conciliación, se es mucho más funcional, más eficaz. Se entra antes, se produce mucho y se van antes. Es el cambio de mentalidad del que te hablaba antes. En nuestro caso la conciliación es una convicción. Sólo así podremos ser la mejor empresa.

ME: Una fórmula para superar la crisis pasa por...

BE: (Risas) Yo no tengo fórmulas mágicas, pero si creo que la solución pasaría por el esfuerzo de todos, por la concienciación global. Las grandes empresas en España son un activo fundamental para la

estabilidad económica. Si tú miras los resultados, estas empresas están aguantando el temporal porque están muy diversificadas, muy globalizadas. Hay mercados, como el asiático que no ha visto mermada su economía en tiempos de crisis, por eso, por la diversificación de mercado.

Las grandes empresas globales españolas disponen de un colchón para no ser absorbidas por el flujo negativo de la situación actual. Distinto comportamiento tienen las empresas locales, que esas si han visto caer sus cuentas de ingreso. Repsol hizo sus deberes en 2008. Ese año redujo sus costes, lo que supuso un ahorro de 1.500 millones de euros. Además de la congelación del sueldo a sus directivos. Estas medidas se hicieron con anticipación, porque diagnosticamos y actuamos con rapidez.



Muchas veces las mujeres somos freno de nosotras mismas. El mundo de la empresa es el último bastión

mónicaURGOITIArístegui

Con una inversión inicial de tan sólo 2.300 euros, sin ayuda alguna pero con una receta cargada de mucho esfuerzo, trabajo, formalidad y buen hacer, nace en el año 2000 de la mano de dos emprendedoras gaditanas la enseña 'La Maga'. Hoy, diez años después, tan sólo una de ellas continúa creando ilusión de la mano de esta empresa. Es Laura Bahamonde, reciente primer accésit del Premio Amep y la principal responsable de que hoy 'La Maga' sea considerada como una referencia dentro del sector de la educación, los servicios sociales y el ocio didáctico.

“Arropada por un equipo de dirección compuesto por jóvenes profesionales de gran talento”, como ella misma afirma, desempeña desde hace años una importante labor dentro de los Planes de Familias de la Junta de Andalucía, encargándose de la organización de varias aulas matinales así como de actividades extraescolares de una treintena de centros. Además, han desarrollado su actividad en la práctica totalidad de los centros de día y residencias de ancianos de la provincia de Cádiz y ofrecen formación especializada para los profesionales del sector a través de las Administraciones Públicas o directamente en el sector privado, donde también desarrollan formación especializada y programas para jóvenes problemáticos y mayores en situación de riesgo social. “Me siento muy orgullosa al decir que las personas que reciben la ayuda de nuestra empresa acaban con una sonrisa en los labios, o al menos, un rayo de esperanza. Tengo la suerte de dirigir una empresa que crea ilusión, que enseña a las personas a ser mejores y a afrontar mejor su situación individual”, explica Laura.

Y si a esa suerte le acompaña el éxito, mejor que mejor. Porque lo que empezó siendo una pequeña ‘apuesta’ nacida para poder crear las propias oportunidades laborales de sus socias, se ha convertido en una empresa de 87 trabajadores que cuenta con delegaciones



Creadora de ilusión

Laura Bahamonde

Diez años de caminar avalan la trayectoria de 'La Maga', empresa gaditana promovida por Laura Bahamonde que ha logrado convertirse en una referencia en el sector de la educación, los servicios sociales y el ocio didáctico

Ficha técnica

Nombre de la empresa: La Maga Trabajo Social
Actividad: Educación, servicios sociales y ocio de carácter didáctico
Fecha de creación: 2000
Dirección: Gabriel Matute, 6 entreplanta .11009 Cádiz
Teléfono: 956 260 983
Web: <http://www.lamaga.es>
Email: info@lamaga.es

repartidas por toda la provincia de Cádiz. Una empresa a la que en estos diez años le ha acompañado la palabra ‘innovación’ aunque, como ella dice, “sin grandes alardes tecnológicos ni aparatosos sistemas, sino con una metodología basada en la calidad humana y en la comprensión de los alumnos y usuarios, incorporando las bases de la Administración Socio-cultural a programas formativos de máxima seriedad, adaptando los temarios a los intereses y necesidades de un grupo en tan sólo una tarde, cambiando todo el planteamiento y organización de un curso en unas pocas horas para ‘enganchar’ al alumnado”. Quizá por todo ‘La Maga’, cuyo nombre se lo debe a un personaje del escritor Julio Cortázar por el que Laura afirma sentir un cariño especial, ha ido a lo largo de estos años ampliando su

‘carta de servicios’ aunque, como cuenta su gerente, los referentes a adolescentes problemáticos y a parados de larga duración son con los que desde el equipo que conforma esta enseña se sienten más satisfechos.

Y todo ello en un momento que la misma Laura define como “muy difícil para emprender”, sobre todo por, como apunta, “falta de liquidez en empresas y clientes”. Sin embargo, y a pesar de este panorama, esta emprendedora puede presumir con orgullo: “Nuestra empresa, gracias a una muy buena gestión, responsable y con cabeza, aunque me esté mal decirlo, no cuenta con deuda alguna. Hemos crecido poco a poco y dentro de nuestras posibilidades, asegurándonos de poder dar el servicio antes de lanzarnos”. Probablemente esta filosofía es la que, por el momento, frena la expansión de ‘La Maga’ fuera de las fronteras gaditanas, “por tratar por todos los medios de no devaluar la calidad en los servicios” que ofrecen.

IsabelGARCÍA

El color, marca registrada

Mujeremprendedora: ¿Cómo fueron sus inicios en el mundo de la moda?

Paloma Santaolalla: La marca de ropa y complementos 'Nice Things' fue creada en 1995 por los fundadores de Globe, Miquel Lanna y yo misma, quienes contamos con más de 25 años de experiencia en el diseño, fabricación y distribución textil. Desde su creación, la marca surge con idea de proponer una moda femenina, con personalidad y cómoda, para todas aquellas que aprecian el vestir con gusto sin dejarse llevar por las tendencias imperantes.

ME: ¿Cómo surge la idea de 'nice things'?

PS: 'Nice things' son todas aquellas cosas que hay en un 'nice day', nombre inicial de la firma y que por cuestiones de expansión evolucionó al actual. 'La palabra 'nice' tiene la fuerza de cambiar todo lo que acompaña, de contagiar optimismo, volverlo especial, con encanto...y que es al mismo tiempo lo que queremos transmitir con nuestras colecciones.

ME: ¿Qué perfil de mujer tiene en mente cuando diseña su ropa? ¿En qué se inspira?

PS: Nuestros diseños están pensados para la mujer de cualquier edad, para la que es importante la comodidad de las prendas, al tiempo que busca sentirse a gusto con su imagen en cualquier momento del día: para trabajar, ir de compras o salir de fiesta...y la clave está en la comodidad, la personalidad de los diseños y las múltiples combinaciones que posibilita.

ME: ¿Nos puede explicar qué entiende por Concep Store?

PS: Las tiendas 'Nice Things' son el principal medio para transmitir la moda 'nice', es por ello que cuidamos al máximo los detalles. Intentamos que cada establecimiento sea acogedor para que el cliente se sienta cómodo, al tiempo que pueda apreciar el gusto y el significado de las 'nice things'. Y aunque todos parten del mismo concepto, intentamos innovar en cada nuevo proyecto y sorprender al público con nuevos objetos, muebles...

ME: Acaba de llegar de Asia, ¿qué ha visto en ese mercado? ¿En qué mercados le gustaría estar?

PS: Japón es un país fascinante que sorprende a cualquiera tanto por el cuidado de los

detalles, la delicadeza de la estética en todas sus manifestaciones: desde el vestir, la forma de caminar, los objetos cotidianos... Es un país muy afín a 'nice things' y en el que la marca se comercializa desde hace años y en el que queremos seguir creciendo. Además hay otros países como Francia, Italia, Alemania, Grecia, Inglaterra, Bélgica y Holanda... Y también lo mercados nórdicos, de hecho ya hemos comenzado en Rusia con una muy buena aceptación.

ME: Si le digo Andalucía, ¿qué colores le vienen a la mente?

PS: Una paleta muy viva, muy alegre, algo muy propio de 'Nice Things'. Cada temporada sacamos cuatro colecciones con cuatro temáticas distintas y en todas ellas el color es determinante y delimita la diferencia entre una y otra. Al menos una de las líneas destaca por la fuerza de los colores que alegra el armario, tanto de verano como de invierno. Sevilla es una de las plazas objetivo contemplada en nuestro plan de expansión actual, ya que la marca tiene una gran aceptación en el Sur de España

ME: Y la crisis, ¿ha afectado mucho a su sector?

PS: Es evidente que la crisis afecta a todos los sectores, y normalmente el textil es uno de los primeros en notarlo. Sólo hace falta ir por la calle y ver lo vacías que están muchas tiendas y las pocas bolsas que se ven. Afortunadamente nuestras colecciones han sido muy bien aceptadas por nuestras consumidoras, y de momento hemos conseguido que la crisis no afecte a nuestros resultados. Para ello, hemos seguido fieles a nuestro principal objetivo: hacer colecciones en las que priman el diseño y la calidad a buen precio.

ME: Y la crisis, ¿ha afectado mucho a su sector?

PS: Es evidente que la crisis afecta a todos los sectores, y normalmente el textil es uno de los primeros en notarlo. Sólo hace falta ir por la calle y ver lo vacías que están muchas tiendas y las pocas bolsas que se ven. Afortunadamente nuestras colecciones han sido muy bien aceptadas por nuestras consumidoras, y de momento hemos conseguido que la crisis no afecte a nuestros resultados. Para ello, hemos seguido fieles a nuestro principal objetivo: hacer colecciones en las que priman el diseño y la calidad a buen precio.



Paloma Santaolalla

mónicaURGOITIArístegui

PARA LOS QUE SUEÑAN CON UNA CIUDAD MEJOR.



500



Emisiones de CO₂ gama Fiat 500 de 104 a 140 g/km. Consumo mixto Fiat 500 de 3,9 a 6,1 l/100 km.

ANDALCAR

Avda. Montesierra, 42 - Tel. 95 499 95 00 - Sevilla.
Pages del Corro, 131 - Tel. 95 428 28 36 - Sevilla.
Autovía Sevilla-Cádiz km 555 - Tel. 95 472 01 99 - Dos Hermanas.
www.andalcar.com

En diez vistazos

LA ACTUALIDAD DEL ASOCIACIONISMO FEMENINO

>>ARASMUS

Baeza acogió el pasado septiembre la celebración del I Enuentro de Mujeres Sordas. La cita, que fue organizada por la Asociación Regional Andaluza de Mujeres Sordas y a la que acudió la consejera para la Igualdad, Micaela Navarro, acompañada de la directora del IAM, Soledad Pérez, sirvió para analizar la situación del colectivo a través de mesas redondas y ponencias.



1

2

>>AMUCCAM

La Asociación para la Ayuda a las Mujeres con Cáncer de Mama (AMUCCAM) ha convocado el concurso de fotografía 'Desde otro enfoque. Mujer y cáncer de mama', que este año alcanza su novena edición. La convocatoria del certamen fotográfico permanecerá abierta hasta el próximo 14 de octubre.



4

3

>>FEMPES

El pasado mes de septiembre tuvo lugar en Granada el II Congreso "Empresarias de Economía social = produciendo riqueza y construyendo igualdad" organizado por Federación Empresarial de Mujeres para la Economía Social de Andalucía con la colaboración de Amecoop-Andalucía.

>>ADEMUR

La Asociación de Mujeres Rurales de Andalucía, integrada en FADEMUR-Andalucía, celebró el pasado mes en Sevilla un taller de conciliación, arropado por una veintena de personas. Desde ADEMUR se pretende sensibilizar tanto a hombres como a mujeres acerca de la necesidad llevar a cabo un reparto justo e igualitario de las responsabilidades en el hogar a través de distintas actividades de modo que la conciliación de la vida laboral, familiar y personal se convierta en una cuestión de todos.



6

5



>>CIMA ANDALUCÍA

El Centro Cultural Municipal Reina Sofía de Cádiz celebró el pasado septiembre el Ciclo Temático y Mesa Redonda "Testimonios de mujer" que organiza el Ayuntamiento de Cádiz y CIMA Andalucía. Una cita que contó con la presencia, entre otras, de May Silva, directora de la Fundación AVA, y de Oliva Acosta, delegada adjunta de CIMA Andalucía.

>>AMFAR

La Federación de Mujeres y Familias del Ámbito Rural (AMFAR), ha vuelto a participar por sexto año consecutivo, en la celebración de la edición de Fercatur (Feria de la Caza, Pesca y Turismo).

>>AMEP

La Asociación de Mujeres Empresarias y Profesionales de Cádiz (Amep) celebró el pasado mes de septiembre en El Puerto de Santa María, un taller de fomento del asociacionismo enmarcado en el convenio de colaboración entre el Instituto Andaluz de la Mujer y la Federación Andaluza de Mujeres Empresarias (FAME).

8

7



>>PLATAFORMA MUJERES ARTISTAS

"Fomentar el liderazgo femenino y la recuperación de las claves y mensaje de igualdad que siempre ha tenido el Corán", fue una de las afirmaciones más destacadas de Laure Rodríguez, presidenta de la Unión de Mujeres Musulmanas en su conferencia 'Feminismo Islámico,' en el marco del curso formativo de la Plataforma de Mujeres Artistas contra la Violencia de Género, inaugurado el pasado mes de septiembre.

>>AMECOOP ANDALUCÍA

AMECOOP-Andalucía, en colaboración con Faecta-Granada, está preparando un Directorio de Cooperativas de Mujeres, proyecto financiado por la Diputación de Granada para la creación de redes empresariales activas que contribuyan al desarrollo y al fomento de la cooperación entre las cooperativas de mujeres granadinas.



9

>>FUNDACIÓN MUJERES

La presidenta de Fundación Mujeres, Marisa Soletto, y la presidenta de la Federación de Mujeres Progresistas, Yolanda Besteiro, han denunciado lo que parece ser una "tendencia general", la de pagar las consecuencias de la crisis a costa de los organismos que aplican las políticas de igualdad de género en las distintas comunidades. Son declaraciones realizadas tras la desaparición del Instituto de la Mujer de Castilla-La Mancha, su homólogo de Murcia y el Servicio Galego de Igualdade, entre otros.

10

Mujeres al cuadrado

La Plataforma Andaluza de Apoyo al Lobby Europeo de Mujeres nace a raíz de la IV Conferencia Mundial de las Mujeres en Pekín 1995. En 1993, Carmen Olmedo Checa, entonces directora del IAM, organiza una serie de reuniones entre las asociaciones de mujeres de todas las provincias andaluzas con el fin de escoger la participación de dichas asociaciones en la conferencia mundial



A base de constancia, insistencia, perseverancia y sobre todo el convencimiento de este grupo de mujeres de que querían y deseaban luchar por los derechos que les correspondían se ha hecho posible su consolidación

A la vuelta de esta IV Conferencia, Rafaela Pastor Martínez, presidenta y fundadora de la Asociación de Mujeres de Puente Genil, imbuida por la fuerza de las mujeres que habían participado en Pekín, convoca en otoño de 1995 una reunión con las mujeres representantes de asociaciones andaluzas en las ocho provincias que participaron en la IV Conferencia Mundial de las Mujeres, a las que les propone la creación de una federación de mujeres a nivel regional. Decidieron que el nombre tenía que ser Plataforma Andaluza de Apoyo al Lobby Europeo de Mujeres, con la clara intención de una vez constituida, formar parte de la Coordinadora Española Para el Lobby Europeo de Mujeres, que a su vez se engloba en LEF (Lobby Europeo de Mujeres). Puesto que el interés de la creación de este lobby andaluz, según Rafaela Pastor, debía trascender lo regional y estatal de manera que las reivindicaciones de las mujeres andaluzas llega-



Rafaela Pastor

sen a la más alta instancia europea como es el Parlamento.

Los inicios no fueron fáciles

Aunque hoy lideran una organización de mujeres que ha conseguido hacer llegar sus reivindicaciones a los poderes públicos y a la ciudadanía, el nacimiento fue de madres solas. Por aquellos años la organización con más reconocimiento en este país era la Federación de Mujeres Progresistas y en más de una ocasión cuestionaron el porqué de su existencia. Se vieron ninguneadas y boicoteadas por el poder patriarcal que imperaba en aquella época. A base de constancia, insistencia, perseverancia y sobre todo el convencimiento de este grupo de mujeres de que querían y deseaban luchar por los derechos que



Rafaela es desde sus inicios la presidenta de la Plataforma, hoy día compuesta por 25 miembros

les correspondían, se ha hecho posible su consolidación. Han contado con el apoyo de mujeres desde los sindicatos, la política, la academia, y especialmente las mujeres más excluidas (gitanas, lesbianas, migrantes, mujeres sin formación académica, mujeres que trabajaban sólo en el ámbito privado...).

Entre sus principales reivindicaciones se encuentran: el aborto, el permiso paterno e intransferible, la Ley de Igualdad y Violencia Contra las Mujeres Estatal y Andaluza, la coeducación, la erradicación del lenguaje sexista, la paridad, la ley de Matrimonios Lésbicos-Gays y el laicismo.

Los Feminarios

Son herramientas de pensamiento, debate y de discusión para el avance de las mujeres y se han convertido en cita ineludible para las mujeres y feministas de todo el país, donde a lo largo de los años se han debatido temas como: la feminización de la pobreza, la prostitución, la ciudadanía de las mujeres, la economía, estos y otros temas, tratados desde el marco teórico del feminismo político. Desde el año 1997 comenzaron a realizar jornadas y seminarios. No obstante, en el año 2001 Rosa Ortega (tesorera de esta Plataforma) sugiere cambiar la palabra "Seminario" por la de "Feminario".

Desde entonces, gracias a su éxito y a la participación de teóricas feministas de reconocimiento mundial, estos Feminarios se realizan con una regularidad anual, evolucionando gracias a las muchas mujeres que desde hace años acuden a esta cita, consiguiendo congregar a mujeres heterosexuales, lesbianas, migrantes, académicas, amas de casa y un abanico muy variado procedente de todos los ámbitos sociales.

La Plataforma hoy

Rafaela Pastor Martínez es desde sus inicios presidenta de la Plataforma y hoy día está compuesta por 25 miembros. Preguntada por cuáles son los principales temas que defienden en la actualidad, afirma: "el tema crucial es la equivalencia entre mujeres y hombres y para conseguirla necesitamos entre otras: Igualdad salarial entre mujeres y hombres, abolir la prostitución, erradicar el lenguaje sexista, los crímenes contra nosotras las mujeres, implementar la paridad en todos y cada uno de los espacios... Esto si hablamos de este país, porque habría que nombrar las lapidaciones, mutilación genital, casamiento forzados...", nos responde con verdadero énfasis.

(Información facilitada por la Plataforma Andaluza de Apoyo al Lobby Europeo de Mujeres)

mónicaURGOITIArístegui

“Está demostrado que a más igualdad, más productividad”

La presidenta de la Asociación de Mujeres Profesionales y Empresarias de Málaga (Amupema) repasa las causas del nacimiento de una organización cuyos cimientos se remontan al año 1998 y recuerda con Mujerempresadora cuáles son los retos actuales del tejido empresarial femenino

Mujerempresadora: La historia de Amupema se remonta a 1998, ¿por qué y con que objetivos nace la asociación que hoy preside?

Ana M^a García: Las cifras hablan por sí solas. Ya somos el 33% de los trabajadores por cuenta propia; en los últimos 25 años la tasa de ocupación femenina se ha duplicado, pasando del 22,7% al 44,1% y la cifra de mujeres empresarias ha crecido un 37% desde el año 2000. Además, un análisis realizado recientemente por el Consejo Superior de las Cámaras de Comercio españolas refleja que las autónomas suponen ya el 13% del empleo femenino. Sin embargo, el desarrollo experimentado en los últimos años por el tejido empresarial gracias a la presencia femenina no se ha traducido en un incremento del número de mujeres en los puestos directivos, como era de esperar. El



Ana M^a García

Presidenta de la Asociación de Mujeres Profesionales y Empresarias de Málaga (Amupema)

porcentaje de mujeres que ocupan puestos directivos en las empresas (según un estudio de la Cámara de Comercio de Barcelona) es tan solo de un 11%; y en los consejos de Administración, tan sólo el 10% son mujeres. Aunque más de la mitad de los universitarios son mujeres (54% de las matriculas del curso 2006-07), sólo el 16% de éstas ostentan cargos en la dirección de las empresas. Además, las mujeres, como media, ganan un 26,3% menos de salario que los hombres, a pesar de realizar las mismas funciones y de tener responsabilidades similares. Igualdad no es cuestión sólo de justicia, sino también de rentabilidad. Está demostrado que a más igualdad, más productividad, más tasas de empleo... Todo

ello es por lo que luchamos hoy por hoy desde la asociación. El día que las cifras digan otra cosa, Amupema desaparecerá porque ya habremos logrado nuestros objetivos.

ME: ¿Cómo definirías el perfil de la mujer empresaria malagueña y cuáles son los principales retos a los que se enfrenta?

AG: El Área de Igualdad de la Mujer del Ayuntamiento de Málaga ha patrocinado el Observatorio de la Empresaria Malagueña, y Amupema, junto con la UMA, ha desarrollado un estudio pionero para, precisamente, dilucidar lo que desde los medios de comunicación tanto nos preguntáis, que es el perfil de la empresaria. En el avance presentado a finales del año pasado, puedo decir que desde 1988, el número de mujeres autoempleadas en la provincia se ha multiplicado por 1,9 (los hombres sólo por 1,4). Este aumento es inferior al crecimiento del empleo asalariado femenino, que se ha multiplicado por 2,8 en dicho periodo. Por otro lado, las mujeres autónomas representan poco más de una tercera parte del colectivo. Y en cuanto a los sectores, según los índices de distribución, cinco ramas de actividad (“Comercio al por menor de alimentos, bebidas y tabacos”, “Comercio al por menor de otros artículos de primera mano”, “Sanidad”, “Enseñanza” y “Servicios personales”) presentan una mayor presencia de mujeres tanto desde la perspectiva del autoempleo como del empleo total en los cuatro ámbitos geográficos considerados. En lo referente a los retos actuales a los que se enfrenta, si respondo en estos últimos dos o tres años, sin duda es la financiación. Los empresarios nos hemos visto en situaciones complicadas, y algunas no lo han podido resistir, ya que los bancos han cerrado el grifo, sin importar las garantías que se les presentaban para obtener tesorería y liquidez. A ello hay que sumarle el hecho de que sea una mujer (y no un hombre) el que pegue a la puerta de una entidad financiera, porque en el siglo en el que estamos todavía sentimos la diferencia de trato. Por último, no hay que olvidar las dificultades de poner en marcha un negocio y dirigir una empresa con las cargas

familiares y no sólo por los hijos, sino de nuestros progenitores, que todavía (y es mi caso) siguen siendo de las mujeres.

ME: ¿Cómo diría que es el nivel de concienciación masculina contra la desigualdad que sufren las mujeres?

AG: Aquí yo creo que habría que diferenciar según la generación de la que hablemos: creo que soy una excepción y el apoyo y comprensión que siempre he tenido de mi pareja han sido una ralla en el agua. Las mujeres de mi generación han tenido que salir para adelante sin poder contar con ayuda alguna. Hoy día, el tema de la corresponsabilidad en la pareja, y el compartir las labores del hogar y las familiares, es cada vez más común y cotidiano, aunque por supuesto que todavía queda un largo camino por recorrer.

ME: ¿Por qué, a pesar de los avances conseguidos y de la aplicación de las diferentes políticas de igualdad, el desempleo femenino sigue superando al masculino?

AG: Romper la inercia de tantas y tantas décadas, en las que el varón era el que estaba autorizado a la vida pública y la mujer quedaba relegada a la vida familiar y del hogar, no es cosa que se pueda cambiar de la noche a la mañana. Todo lo educacional, lo estructural en una sociedad, lleva su tiempo para ser cambiado. Sin embargo, soy optimista y estoy convencida que esta lucha vale para algo, y que la perseverancia tiene su fruto.

ME: ¿Cómo definiría la relación entre las diferentes asociaciones empresariales femeninas y las confederaciones de empresarios?

AG: En este aspecto he de decir que somos una asociación empresarial más. No por ser empresarias mujeres se nos trata de forma diferente. Tenemos la suerte de estar confederadas en la CEM, y participamos en comisiones de la Cámara de Comercio. Aportamos nuestro granito de arena como cualquier miembro más, que es de lo que se trata: que un día la igualdad de oportunidades no diferencie una empresa de hombre a la de una mujer.



50 razones para estar en los medios sociales

Cada día son más las personas que configuran su perfil y suman batallones de amigos virtuales en comunidades como Facebook, Twitter o Tuenti. Y es que la web 2.0 y las redes sociales se han convertido en una realidad que las empresas no pueden eludir. Para las más indecisas presentamos 50 de las muchas más razones por las que estar en los medios sociales

Los medios sociales están de moda. Todos hablamos de ellos, pero todavía existen muchas directivas y directivos que se están planteando introducir o no el 2.0 en sus planes estratégicos. Aunque algunas empresas ya están en ello, y se están desarrollando interesantes campañas en la red, otras aún tienen miedo y son reticentes a lanzarse al 2.0 y a otras sólo les falta un último empujón para zambullirse en este apasionante campo.

Para los indecisos, Best Relations ha recopilado hasta 100 razones por los que estar en los medios sociales, 100 datos para disipar cualquier duda sobre la conveniencia de integrar el 2.0 en los planes de comunicación estratégicos de cualquier compañía. Presentamos a continuación 50 de esas razones:

1. Las empresas que usan social media superan a la competencia en ingresos y beneficios.
2. Sólo el 14% de la población afirma confiar en la publicidad.
3. El 25% de los resultados de bús-

quedas de las 20 empresas más importantes del mundo son links a contenidos creados por usuarios ajenos a esas empresas.

4. Los medios sociales requieren menor inversión que la publicidad convencional.
5. Internet adelanta a la televisión como medio más utilizado por los españoles.
6. El 85% de los internautas ha cambiado alguna vez su decisión de compra basándose en una opinión o comentario que ha leído en Internet; las decisiones de compra se forjan a partir de lo que dice la gente en la red.
7. Ser el primero puede ser arriesgado, pero ser el último puede serlo aún más.
8. España es uno de los países con mayor penetración de internet, con más de 25 millones de usuarios.
9. Más del 60% de los hogares españoles disponen de ordenador personal y la adquisición de portátiles sigue incrementándose muy rápidamente.
10. Los usuarios españoles dedican a internet una media de 13,6 horas semanales.
11. El 63% de los jóvenes prefie-

ren internet a la televisión.

12. El 80% de los internautas está en alguna red social.
13. España es el séptimo país del mundo en uso de redes sociales.
14. La radio tardó 38 años en llegar a los 50 millones de usuarios, la televisión 13 años, internet 4 años, el Ipod 3 años, mientras que Facebook consiguió 100 millones de usuarios en menos de nueve meses.
15. Los medios sociales ayudan a incrementar el tráfico de la web y mejora su posición en los rankings de los motores de búsqueda.
16. Sólo el 18% de las campañas tradicionales en televisión generan ROI positivo.
17. Unas 300.000 marcas ya hablan en Facebook con sus seguidores.
18. El 52% de los usuarios de redes sociales se hacen seguidores de alguna marca.
19. Los medios sociales permiten conocer cuál es la percepción exacta que tiene los consumidores de la marca en tiempo real.
20. Los medios sociales posibilitan a la empresa detectar proble-



La radio tardó 38 años en llegar a los 50 millones de usuarios, la televisión 13 años, internet 4 años, el Ipod 3 años, mientras que **Facebook consiguió 100 millones de usuarios en menos de nueve meses**

mas en el momento real en que ocurren, en las redes sociales las informaciones son inmediatas.

21. Las redes sociales han pasado a ocupar el primer puesto en actividad en la red.

22. De las cuatro palabras más buscadas en internet, tres son de redes sociales: Facebook, Tuenti y Twitter.

23. Facebook es el segundo site más visitado a nivel mundial.

24. Tuenti tiene más de ocho millones de usuarios en España.

25. Twitter ha superado los 100 millones de usuarios.

26. Facebook tiene 400 millones de usuarios (a enero de 2010).

27. Si Facebook fuese un país sería el tercer país más grande del mundo, por encima de EEUU.

28. Si Tuenti fuese un país sería algo más grande que nuestro país vecino, Portugal.

29. El 60% de los usuarios de alguna red social entra todos los días.

30. Facebook tiene más de 10 millones de usuarios en España y sigue creciendo cada día.

31. Los usuarios utilizan internet cada vez más para informarse sobre los distintos productos.

32. Más de diez millones de usuarios de Facebook en el mundo se hacen seguidores de un producto o celebridad cada día.

33. El segmento que más crece en los medios sociales son las mujeres de entre 55 y 65 años.

34. La red permite una segmentación de población que no se consigue a través de otras técnicas.

35. Los ingresos anuales medios de un usuario de Twitter se encuentran entre 24 y 30 mil euros, el siguiente grupo con mayor presencia tiene unos ingresos de 45 y 60 mil euros.

36. Internet permite que los anuncios que insertamos se dirijan solamente al público objetivo, evitando de ese modo gastos en click e impresiones no útiles.

37. Los medios sociales son una gran herramienta para el desarrollo de la marca.

38. Crea una imagen positiva de modernidad, actualización y adaptación continua a los nuevos medios de comunicación.

39. El 30% de los usuarios de redes



El segmento que más crece en los medios sociales son las mujeres de entre 55 y 65 años.

sociales recuerdan la publicidad que ven.

40. El 67% de la recaudación de Obama fue online, contó con siete millones de amigos en Facebook y tres millones le siguieron en Twitter.

41. Existen alrededor de 200 millones de blogs.

42. El 54% de los bloggers postean o twittean a diario.

43. A través de los medios sociales se detectan las tendencias de los públicos de forma rápida e incluso prácticamente instantánea.

44. Incluso empresas que no invierten en publicidad tradicional están en medios sociales. Zara tiene 1,5 millones de amigos en Facebook.

45. Las mamás de hoy invierten una media de 2,6 horas diarias en internet.

46. A través del conocimiento sobre qué se dice sobre nuestra marca y las de la competencia podemos saber qué es lo que nos diferencia, nuestros puntos fuertes y los débiles.

47. Es fácilmente controlable dentro de la estrategia de marketing y comunicación, a diferencia de otros elementos que nos ofrece internet.

48. Tiene un gran efecto viral, es decir, la información se puede expandir muy rápidamente.

49. Posibilita la interacción con los líderes de opinión del sector de actividad de la organización.

50. El uso de medios sociales es la forma más eficaz de detectar y gestionar crisis: no hacer nada puede resultar caro. Hacer algo es barato.



El seguro que necesitas para que no te pares, por si pasa

Te apoyamos para que sigas adelante con tu negocio ante cualquier imprevisto. Con las coberturas que realmente necesitas y el servicio que sólo **SegurCajasol** puede ofrecerte.



recursos humanos

m^aángeles TEJADA

Presidenta de Fidem y Directora
General de Randstad Especialidades

Empleabilidad y flexeguridad

A menudo los paradigmas pierden su razón de ser con los tiempos y con la propia evolución de la vida. Todos recordamos hablando de educación uno que decía algo así: “las letras con sangre entran”, y no se refería sólo al “esfuerzo” sino más bien algún cachete en el momento adecuado, que te ayudaba a centrarte en los estudios.

Claro que todo eso ha cambiado en los tiempos actuales, y no tanto porque la violencia se haya erradicado, que más quisiéramos, sino porque en esta sociedad hipócrita dejamos que se manifieste de otra forma. Así despojamos de autoridad a los maestros, ya que los padres tampoco la tienen y, persiguiendo esta utopía de libertad, permitimos el maltrato psicológico, reventamos la naturaleza o también se paga menos salarios a las mujeres, que no deja de ser otra forma, más sutil, de agredir sus derechos.

Pero yo quería referirme a otro paradigma, relacionado con la empresa y el trabajo, que es lo mío y, concretamente, a la realidad del “a mejor formación, mejor trabajo”. ¿Estamos de acuerdo? Siempre fue así y ahora mucho más, porque nuestra sociedad premia el conocimiento y los valores añadidos por encima de la simple presencia o el esfuerzo físico.

Me ha gustado especialmente el trabajo preparado por Elogos y la escuela de negocios IESE sobre la realidad de la formación española en 2009. Entre otras cosas interesantes, se dice que en un mundo marcado por la tecnología, la velocidad del cambio y la constante innovación se consideran “conceptos claves” de un aspirante a trabajador,

la empleabilidad, imprescindible para ser contratado y la flexiseguridad, o sea la polivalencia y la capacidad de hacer varias tareas a la vez.

Confieso que me sonreía al recordar que en estas “competencias claves”, las mujeres llevamos mucha ventaja desde nuestros ancestros, especialmente en la segunda, porque la multitarea forma parte de nuestra genética. Nos multiplicamos con frecuencia atendiendo pareja, familia, trabajo, previsiones, administración doméstica e incluso relaciones sociales, integrándolo en nuestra vida de la forma más natural.

Pero detrás de esta esperanza como género, me preocupa especialmente que desde el seno de la familia, la escuela y muy especialmente desde la sociedad, no hayamos sido capaces de inspirar estos valores a las generaciones que nos suceden, por ello, no es nuevo que las propias empresas no evalúen adecuadamente sus necesidades formativas, aunque tengan los medios.

Pero lo peor de todo sería el enorme “escepticismo” de los trabajadores aspirantes para invertir “su” tiempo en formarse y el rechazo generalizado al “reciclaje”.

No pretendemos que haya cola en los cursos -aunque sean gratuitos-, pero por desgracia no existe excesiva motivación para dejar de pertenecer a la categoría de “subvencionado”, “apalancado” o “mantenido”, obviando que con valores, esfuerzo y sobretodo actitud, desterraríamos la frase “es que no encuentro trabajo” y, a cambio, nos plantearíamos, “quizás, no busco adecuadamente, ni me preparo para que me contraten”.

“Nuestra sociedad premia el conocimiento y los valores añadidos por encima de la simple presencia o el esfuerzo físico”



Mujer y reforma laboral

Antonia Martos, secretaria de la Mujer de CCOO-Andalucía

La secretaria de la Mujer de CCOO-A, Antonia Martos, advirtió el pasado mes de septiembre que la situación de precariedad laboral entre las mujeres puede llegar a ser "insostenible" con la reforma laboral: "Si la situación que padecíamos antes de entrar en crisis era preocupante, con menores tasas de actividad y de ocupación, mayor temporalidad, más desempleo y discriminación salarial y menor protección social, ahora se va a empeorar aún más". Martos realizó estas declaraciones en un acto organizado por CCOO y UGT, donde diferentes asociaciones de mujeres han mostrado su respaldo a la huelga general y representantes de universidades andaluzas hablaron sobre los perjuicios de la reforma para las mujeres. La dirigente sindical aseveró que "las mujeres vamos a ser las grandes perjudicadas de la crisis".

En la asamblea también intervino Teresa Pérez del Río, catedrática de Derecho del Trabajo y Seguridad Social de la Universidad de Cádiz, quien afirmó que la reforma laboral es un "ataque" a la Negociación Colectiva, "lo que supone un ataque al principio constitucional de la libertad sindical, y, por tanto a la Constitución".

En relación con las mujeres, Del Río resaltó que el recorte de las

La secretaria de la Mujer de CCOO-A afirma que "las mujeres van a verse muy perjudicadas por la reforma y su nivel de precariedad laboral puede ser insostenible"

pensiones que contempla la reforma "va a perjudicar gravemente a las mujeres, porque en su mayor parte perciben pensiones no contributivas que, de por sí son las más bajas". "Ahora, -apostilló la catedrática-, la reforma laboral, al congelar y reducir las pensiones, condena a estas mujeres a vivir en la pobreza".

Por su parte, la vicerrectora de Postgrado de la Universidad Pablo de Olavide, Lina Gálvez, criticó la reducción del gasto social, "porque todo lo que no se haga en salud, educación, dependencia, escuelas infantiles, etc., lo harán en casa las mujeres de forma gratuita".

Según Gálvez, eso va a generar una nueva sobrecarga a las mujeres, "que sufrirán el aumento del trabajo de atención y cuidado a menores y personas dependientes, que ya venían asumiendo en exclusiva". En opinión de la vicerrectora, esa nueva situación "dificultará el acceso y promoción de las mujeres en el empleo y reforzará la percepción del empresariado de que las trabaja-

doras son más costosas que los trabajadores".

Gálvez también lamentó durante su intervención la "congelación" de las convocatorias de oposiciones "que además va a eliminar uno de los principales nichos de empleo tradicionales de las mujeres".

Al término de la asamblea, la presidenta de la Federación de Mujeres Progresistas de Andalucía, Alicia Vañó, dio lectura a un manifiesto que expresa el apoyo de las asociaciones de mujeres de toda Andalucía a la pasada huelga general y en contra de la Reforma Laboral aprobada por el Congreso.

Entre las organizaciones que, hasta el momento han suscrito el manifiesto se encuentran la Federación de Asociaciones de Mujeres Rurales de Andalucía (FADEMUR), la Federación de Mujeres Progresistas de Andalucía, Acción en Red, Asociación de mujeres Marianne de Córdoba, Asociación de Transexuales de Andalucía (ATA), o Mujeres de Negro.



CCOO y UGT organizan un acto en Sevilla en el que se dieron cita diferentes asociaciones de mujeres para mostrar su respaldo a la pasada huelga general y su rechazo a la reforma laboral

Mujeres en Andalucía

La silueta de esta mujer es la de una mujer de 35 años que llegó a España hace algo más de un año procedente de Argelia. Fue acogida en un centro de acogida para personas refugiadas en territorio andaluz.

Es musulmana no practicante, no usa el velo y aunque en su país esto está permitido, existen grupos radicales que apalean o incluso llegan al asesinato de mujeres simplemente por ir solas por la calle, por no usar el velo, por hablar con un hombre...

Tiene estudios de secundaria y en Argelia trabajó como peluquera y vigilante. En la entrevista, nos cuenta que el choque cultural no ha supuesto un problema para ella, el grave problema al que se enfrentan tanto ella como las otras compañeras refugiadas es la falta de oportunidades de empleo, y su permanencia en nuestro país depende de ello.

Esta mujer argelina afirma no encontrar empleo ni siquiera en la economía sumergida, su permanencia en el Centro se limita a tan sólo unos días, tras los cuales podría, de manera muy improbable, conseguir una prórroga de 6 meses, según nos dice, si en este tiempo no encuentra empleo será devuelta a su país, esta posibilidad le aterra ya que sabe la suerte que correría, probablemente la muerte. Ella sólo pide “un trabajo y una habitación”.

Es la dramática situación que afrontan muchas mujeres refugiadas, situación que se ha agravado con la actual crisis económica. Según nos comenta el personal del centro “antes no tenían que salir a buscar trabajo, venían aquí a ofrecérselo”. Las mujeres refugiadas, a pesar de todas las dificultades, son un ejemplo de superación, han sabido asociarse, apoyarse e iniciar una nueva vida, en la mayoría de los casos en el seno de una familia monoparental.

Los motivos por los que las mujeres son acogidas en España pueden ser muy diversos, pero en muchos casos es por Violencia de Género. Los conflictos armados son devastadores para todas y todos los seres humanos, pero los efectos en mujeres y niñas son mucho más demoledores.

Las mujeres y niñas refugiadas son víctimas de continuas violaciones de los derechos huma-

La Secretaría de la Mujer y la Secretaría de Igualdad de UGT Andalucía defienden el fortalecimiento del régimen general de protección a las personas refugiadas, especialmente la protección de las mujeres por su mayor vulnerabilidad

nos, a la violencia sexual y de género, algunas desde que comienzan los conflictos armados en sus países de origen, otras en el proceso de exilio, en la huida o en los países de acogida. La violencia sexual y la violencia por razón de sexo son estrategias de guerra y persecución contra las mujeres en todo el mundo, se convierten en objetivo de las partes enfrentadas y son en sí mismas, una violación de los derechos humanos.

La violencia sexual y la violencia por razón de sexo pueden esconder otros objetivos, atemorizar a las poblaciones; provocar embarazos forzados cuya finalidad es tener hijos e hijas del enemigo; los abortos forzados; la esclavitud sexual;... En ciertas culturas estas vejaciones suponen un repudio y abandono hacia las mujeres y niñas víctimas de violaciones como ocurrió en Bosnia, Somalia, Perú y tantos y tantos países.

Buscar protección en otro país fuera de la región de conflicto es cada vez más difícil, algunas de las mujeres que acceden al territorio español son refugiadas que, ante las dificultades de acceso por la vía legal, no tienen más opción que ponerse en manos de traficantes sin escrúpulos para poner a salvo su vida. Pero la mayoría de las mujeres no llegan en cayucos, son víctimas de redes de trata de mujeres. La Unión General de Trabajadores, en su planteamiento de defensa de los dere-

chos humanos, no obvia los derechos de las mujeres refugiadas, ya que se vulneran, entre otros, su derecho a la igualdad, su derecho a una vida digna libre de violencia y su derecho a tener un trabajo digno y en igualdad.

La Secretaría de la Mujer y la Secretaría de Igualdad de UGT Andalucía defienden el fortalecimiento del régimen general de protección a las personas refugiadas, especialmente la protección de las mujeres por su mayor vulnerabilidad.



asociación de empresarias de Sevilla

visita nuestra web
www.aesevilla.org



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

TE DAMOS EL APOYO QUE NECESITAS. TE AYUDAMOS A CRECER

www.aesevilla.org



recursos humanos

anamaríaHERRERO

Directora de Montaner & Asociados

La importancia de la cultura en la empresa hoy

La cultura organizacional es uno de los conceptos más recurrentes en la actualidad para explicar la evolución y el desarrollo de las empresas. El éxito o fracaso de las mismas, desde micropymes hasta organizaciones multinacionales y su relación con el mercado se expresa en términos de cultura.

El concepto de cultura se relaciona con otros conceptos igualmente vigentes: visión, misión, objetivos, valores de la organización. Si la visión es lo que queremos ser a largo plazo, la misión lo que tenemos que hacer y los objetivos lo que es necesario lograr, la cultura es el pegamento que une esos conceptos y que, por ello, es atemporal mientras dure la visión inicial.

La cultura refleja los valores subyacentes a la organización (los valores son creencias básicas sobre como se maneja el negocio y como se trata a los clientes y empleados). Es por ello que una consolidación o modificación de los patrones culturales puede llegar a ocasionar un

conflicto importante en la misma o, contrariamente, cuando ocurren situaciones de crisis y conflicto la presencia de unos valores sólidamente implantados pueden facilitar su resolución o una transición algo menos traumática. Así ocurre cuando en empresas con una fuerte cultura de orientación al personal o al cliente se solicitan regulaciones de empleo o se negocian reducciones de horas de trabajo y sueldo para mantener la competitividad de la misma.

¿Cuál es la cultura que predomina en tu organización? Tradicionalmente se consideran las siguientes: orientación hacia el poder (más típico en multinacionales, empresas familiares, empresas fusionadas con similar fuerza...), hacia el empleado (más típico en empresas públicas, cooperativas, empresas familiares...), hacia el cliente (más típico en comercios minoristas, servicios a domicilio...), hacia la burocracia (más típico en grandes empresas de servicios telefónicos, de gas, agua o electricidad...), hacia la tecnología y el producto (más típico en empresas informáticas, líderes en el sector sanitario...) y orientadas hacia los resultados económicos (más típico en bancos, consultorías...).

Dependiendo del tipo de valores que defendamos y de la cultura que adoptemos nuestra actuación en caso de conflicto variará y, por consiguiente, también se modificará la evolución de las crisis que afrontemos.

Ahora bien, ¿quién es el sustentador y transmisor de la cultura en las organizaciones? Los líderes, el equipo directivo y el fundador. No obstante, los equipos de trabajo en general, mucho más que los individuos aislados, y los equipos de mandos intermedios en concreto son los auténticos depositarios de la cultura en una organización. Ellos a través de la repetición de hábitos conformarán la cultura. Por ello resulta tan difícil modificar los patrones culturales enfocando los cambios hacia toda la empresa en general o hacia los empleados tomados individualmente. La provocación de cambios siempre resulta más eficaz dentro de los sistemas de trabajo en equipo y utilizando para ello los propios equipos existentes en la misma. Si “controlamos” la cultura de los equipos controlaremos la cultura de la organización.

“Dependiendo del tipo de valores que defendamos y de la cultura que adoptemos nuestra actuación en caso de conflicto variará”

Cómo elegir franquicia en cinco pasos

Lanzarse a la aventura de poseer tu propio negocio en calidad de franquiciada puede ser mucho más fácil si tienes claro aquello a lo que te quieres dedicar y tomas una serie de precauciones que te guíen hacia la estabilidad

BUSCA ALGO QUE TE APASIONE

1

El autoempleo en general y las franquicias en particular son una actividad a la que dedicar las 24 horas al día los 7 días de la semana y en la que hay que asumir tareas muy distintas, por lo tanto más vale que algo a lo que se va a dedicar tanto tiempo nos guste. Desde la hostelería a la estética pasando por la informática, hay todo un abanico de posibilidades dónde poder elegir.

Para ver qué es lo que ofrece el universo de las franquicias a las emprendedoras, existen varios canales de información como Expofranquicia en Madrid, Sif & Co. en Valencia o bien FranquiShop, celebrada en Sevilla el pasado mes de septiembre con especial atención a las denominadas como franquicias 'low cost'. Además de estos eventos, internet se perfila como un canal útil a la hora de buscar y comparar negocios, donde se pueden encontrar toda la información básica sobre las empresas que ofrecen franquicias. Son especialmente interesantes páginas como www.tormo.com, www.franquicias.es o www.infofranquicias.com en las que se encuentran ordenadas por categorías una gran cantidad de este tipo de empresas junto con sus datos básicos (inversión, número de establecimientos en España, duración del contrato) ...

ASUME RIESGOS

2

Antes de dar el paso definitivo para poner en marcha una franquicia hay que calcular qué riesgos se pueden asumir, hacer un balance del capital del que se dispone y a qué vías de financiación se pueden acudir. Lo normal es que una franquicia tarde como mínimo dos años en obtener beneficios, por lo que se ha de estar preparada para asumir pérdidas durante un largo periodo de tiempo hasta que nuestro negocio sea, finalmente, rentable. Otro factor a tener en cuenta es el compromiso con la marca franquiciadora, ya que lo habitual es que se firmen contratos de entre 5 y 10 años de duración. No obstante, hoy día existe una gran oferta que abarca un gran rango de presupuestos.

4

CUIDADO CON LA LETRA PEQUEÑA

No hay que dejarse llevar por el primer impacto al ver la inversión inicial a realizar ni la facturación prevista, sino que se deben examinar a conciencia estos datos por diversos motivos. En lo que realmente interesa, el dinero que vamos a ganar, hay que tener en cuenta que normalmente son estimaciones realezadas por la propia central, por lo que no tiene porque corresponderse con la realidad de un futuro negocio y más teniendo en cuenta la coyuntura económica actual.

A veces la inversión inicial anunciada no es tal, es tan sólo es una 'cuenta de entrada' para ser parte de la franquicia. Entre los gastos comunes a la hora de poner en pie un establecimiento de este tipo hay que considerar gastos como la obra civil (en el caso de que sea necesaria), equipamientos a comprarle a la central y los famosos cánones o royalties en conceptos de publicidad que en total suelen rondar entre un 3 y un 7% de la facturación (aunque ya hay empresas que no lo cobran).

SACA PARTIDO A LA MARCA

3

La principal ventaja de abrir un establecimiento en franquicia frente a hacerlo "por nuestra cuenta" es la marca y el trabajo que otros han realizado para fortalecer la imagen de la empresa. La mayoría de clientes cuando van a un establecimiento, como por ejemplo McDonald's, no se paran a pensar si el local es un centro propio o si es una franquicia, simplemente piensa en McDonald's y en aquello que le evoca. La marca puede ser la diferencia entre tener clientes y no tenerlo, aún teniendo un producto muy parecido. Es la magia del marketing.

En esta misma línea, la mayoría de las empresas cuentan con un plan de formación para franquiciadas, en el que aprender todas las facetas en las que se van a tener que desenvolver. Además, muchas suelen tener línea directa a la hora de resolver dudas o inquietudes que puedan ir surgiendo una vez puesto en marcha el negocio.

ESTUDIA BIEN DÓNDE UBICARTE

5

El mercado está saturado de productos y servicios y saber dónde establecerse es un factor clave a analizar. Normalmente, las centrales recomiendan situarse en localidades de más de 50.000 habitantes y en zonas con gran tránsito de personas (centros comerciales, cascos urbanos) aunque puede que esto no sea suficiente. La competencia en la zona, la ubicación en un área en la que no se encuentra la clientela potencial o el escaso éxito de un centro comercial pueden arruinar tus expectativas.

Ponte a navegar



www.diarionegocio.es • opinión • empresas • política • profesionales • bolsa • eventos en streaming • entrevistas

Red Digital Negocio • aplicaciones de alto nivel • catálogo digital • cyberoteca multimedia • interactividad • operativa global optimizada • consultoría on line

En cinco vistazos

FLASHES DEL OCIO Y LA CULTURA

>>Festival de Cine de San Sebastián

Entre las novedades del certamen celebrado del 19 al 25 de septiembre, destacó el estreno de la alfombra negra para las 62.000 personas que han agotado las entradas. La estrella fue sin lugar a dudas Julia Roberts que presentó su última película junto a Javier Bardém. Esta gala inaugural del Zinemaldia arrancó en el Palacio de Congresos Kursaal donostiarra, después de que pasen por la alfombra del certamen actores como Quim Gutiérrez, Leticia Dolera, Quim Gutiérrez, Belén López, Verónica Sánchez y Adriana Ugarte.



>>Cibeles Madrid Fashion Week

El pasado mes de septiembre tuvo lugar la celebración de Cibeles Madrid Fashion Week, una cita en la que la primera jornada de desfiles estuvo dedicada de forma íntegra al Ego, abriendo la pasarela Beba's Closet, quien presentó su primera colección en el certamen en febrero. Junto a ella y, en desfiles dobles, lo hizo Bohento, a quien siguieron a lo largo del día Esther Lebrato y Cati Serra; entre otros.



3



>>“Blas Infante, un andaluz universal. 125 años”

Desde el próximo 6 de octubre y hasta el 25 de dicho mes se puede visitar en la Casa de la Provincia de Sevilla la exposición ‘Blas Infante, un andaluz universal. 125 años’. Una muestra, de carácter itinerante, sobre la vida, la obra y el legado de Blas Infante organizada por la Fundación Centro de Estudios Andaluces en concordancia con la efeméride del 5 de julio que conmemora el 125 aniversario de su nacimiento

4



>>El ciclo de Música de Cámara traslada sus conciertos al Picasso

El inicio del IV Ciclo de Conciertos de Cámara 2010-2011 organizado por la Orquesta Filarmónica de Málaga tuvo lugar el pasado septiembre en el Auditorio del Museo Picasso de Málaga con la actuación del Cuarteto Alborán, grupo formado por los profesores de la OFM Josef Horvath (violín 1º), Julius Horvath (violín 2º), Evdokia Erchova (viola) y Tilman Mahrenholz (violonchelo). Interpretaron el ‘Cuarteto de cuerda en sol menor’ Op. 10 de Debussy, entre otros.

>>‘Vinagre y rosas’

Tras su gira por Latinoamérica, Joaquín Sabina presentó el pasado septiembre en Sevilla su último trabajo en el Auditorio Rocío Jurado, ‘Vinagre y Rosas’, que le ha llevado al número uno de las listas de éxito una vez más.





Una imagen vale más que mil palabras

En este artículo vamos a dar unas pinceladas de por qué debemos tener ésto presente a la hora de elegir la “cara” de nuestro negocio, de los puntos que debemos resaltar a la hora de “vestir” nuestro ESCAPARATE. ¿Cuál es la mejor manera de que hablen de nuestro negocio? Cuando está a pie de calle, impactando con nuestra peculiar tarjeta de visita que es el escaparate. Porque si un escaparate consigue llamar la atención y merece un comentario, se ha conseguido el objetivo buscado. Los ejemplos que aparecen aquí buscan precisamente eso, sorprender, hacer pensar y sobre todo no dejar indiferentes. A la hora de decorar el escaparate hay que tener en cuenta el tipo de mercancía que se vende y el estilo de la tienda, pero todas las tiendas en definitiva quieren que la gente entre en ellas y se interese por lo que venden, por lo tanto hay unas pautas comunes a seguir para montar un buen escaparate, los diez mandamientos del escaparatista son:

Iluminación. La fusión de luces y sombras nos permite destacar aquello en lo que queremos que se centre la atención y jugar con la amplitud del espacio, debemos analizar la luz natural con que cuenta el escaparate a lo largo del día, antes de decidir la luz artificial que queremos instalar.

Seducción. El escaparate es nuestra carta de presentación, una ventana que permite ver nuestro negocio y por lo tanto su aspecto debe ser seductor para que quien lo vea, debe invitar al cliente a entrar.

Color. La combinación de colores es primordial en el escaparatismo, dependiendo del

Una imagen “vende” más que mil palabras o la primera impresión es la que cuenta... ¿Os suenan, verdad? Son frases hechas que usamos cuando queremos resaltar la importancia que damos a la imagen de las personas, de las cosas. Esta impresión también cuenta, o debería de contar, a la hora de elegir la imagen con la que la gente quiere que identifique nuestra empresa, nuestro comercio, nuestra boutique

tipo de establecimiento y la época del año, serán colores más vivos o más suaves los que utilicemos, pero es fundamental conseguir el contraste que haga que el escaparate resulte llamativo manteniendo el orden.

Equilibrio. No conviene recargar la decoración del escaparate, debemos utilizar técnicas que nos permitan conseguir el equilibrio entre el espacio y los productos. Pensemos que quien ve el escaparate, tan sólo lo ve unos segundos, si la muestra es excesiva lograremos todo lo contrario, que el comprador en potencia tenga la sensación de caos, de desorden y se irá a la siguiente tienda.

Mensaje. El escaparate es una herramienta de comunicación a nuestro servicio y como tal lo debemos utilizar. Analiza lo que quieras transmitir y vuélcalo sobre tu escaparate.

Economía. Si no disponemos de un amplio presupuesto no es problema, con cosas sencillas, incluso elaboradas a mano, podemos conseguir un escaparate original con poco dinero.

Selección. Debemos seleccionar muy bien la mercancía que queremos mostrar en el escaparate, no es conveniente colocar una excesiva cantidad de productos. Los artículos que coloquemos en el escaparate deberán resultar tentadores para que inviten al cliente a entrar.

Innovación. Cada año surgen novedades en cuestión de escaparatismo, un buen escaparatista debe estar en continua formación, aprendiendo siempre nuevas técnicas.

Originalidad. El escaparatismo abre una puerta a lo que cada uno pueda aportar a su diseño a nivel artístico, dar un toque humorístico a la presentación de los productos... en general, se trata de recrear ambientes llamativos que atraigan la atención de los clientes.

Cambio. Cada cierto tiempo se debe cambiar la decoración del escaparate, debe ser acorde con la época del año, no tendremos el mismo escaparate en primavera que en invierno.

mónicaURGOITIArístegui

Consejos de moda

Sólo hace falta dar una vuelta por su portal (www.chicismo.com) para darte cuenta del estilo que María Arenaza desprende. Una mujer tímida e inquieta pero con las cosas muy claras, que tuvo la visión de acercarnos la moda y facilitarnos las cosas a la hora de combinar. Si no sabes qué ponerte, te aconsejo que eches un vistazo a las ideas que en esta red social te dan

Mujerempredadora: Cuéntame los inicios de la empresa, el por qué...

María Arenaza: Chicisimo surge al descubrir que hay en Internet una comunidad muy activa de chicas apasionadas por la moda, que se sacan fotos de cómo van vestidas, y las comparten con sus amigas. Viviendo en San Francisco, decidí crear una web que ayudase a todas estas chicas a ser más conocidas y dejara que sus ideas llegaran e inspiraran a más gente. Creo que a las mujeres en general nos encanta ver como se visten otras y coger ideas. Chicisimo se asienta sobre la idea de que Internet va a cambiar la forma en la que descubrimos nuevos estilos y nuevas marcas de ropa y complementos, y por supuesto cómo compramos moda. Chicisimo es una comunidad (red social) en

la que chicas de todo el mundo comparten su estilo de vestir, y se inspiran mutuamente para vestir mejor.

ME: ¿Llevas mucho tiempo con el proyecto?

MA: La comunidad Chicisimo nació en julio de 2010, antes era un blog. Desde entonces hemos aparecido en prensa internacional como el Wall Street Journal, TechCrunch o KillerStartups. Chicisimo ha sido el proyecto mejor valorado por inversores de Internet en el II Foro de Inversores del First Tuesday y ha recibido el Premio Kutxa a la Mejor Presentación en el Venture Academy Crecer+. Ahora hemos cerrado una ronda de inversión con CEOs de empresas de internet.

ME: ¿Cómo ves el futuro del sector de la moda en Internet?

MA: En primer lugar, veo crecimiento. Es un sector que en EEUU mueve \$30B al año, y tanto en EEUU como en España ya es el segundo sector de e-commerce, y es que la gente se está empezando a educar en la compra de ropa y complementos por Internet. Curiosamente, uno de los mayores jugadores del mundo en este sector, Zara, no estaba en Internet hasta hace unas semanas. Y Zara, para ponerlo en contexto, factura una cifra comparable a lo que factura Google (\$15B frente a \$22B). Y no estaba en Internet! Muchos van a seguir a Zara. En segundo lugar, veo que de aquí a unos años las marcas y tiendas de ropa tratarán de "socializar" la experiencia de compra, en el sentido de que integrarán herramientas para que puedas mostrar a tus amigas la ropa que has comprado.

ME: Vuestra experiencia en EEUU...

MA: EEUU fue una buenísima experiencia, la primera consecuencia de vivir allí fue que me obligó a improvisar un proyecto para mí, y la segunda, que decidí crear Chicisimo con una visión global, para todo el mundo, y no sólo local. Tuve la suerte de conocer muy bien la sociedad norteamericana, porque hice de todo, desde comprar casa, alquilar, una mudanza, tener una hija, buscar coles para mis hijas, cumpleaños de las amigas de mis hijas y por tanto relacionarme con muchísima gente. Además, en Estados Unidos aprendí que en España no somos tan malos como algunas veces creemos, sino que nos vendemos muy mal y tenemos una baja conciencia de nosotros mismos.

ME: ¿El futuro de tu negocio por dónde pasa?

MA: Nos enfrentamos a muchos retos, pero lo único que queremos es cambiar el mundo. Y tenemos la firme creencia de que es posible.

ME: En época de crisis, ¿al mal tiempo buena ropa?

MA: Todo lo contrario, nos vale con la ropa "normalita" pero sin sacrificar diseño. En época de crisis nos vienen fenomenal todas las marcas low-cost. Si te fijas un poco en lo que comparten las fashionistas de Chicisimo, estas son las marcas que más se ven, y con ellas crean looks fantásticos.

Foto: Lola Aldámiz



María Arenaza Peña, fundadora de Chicisimo

mónicaURGOITIArístegui



>>Todo en uno

De meras herramientas de trabajo, los ordenadores han pasado a ser el centro neurálgico de nuestra vida digital, aunando trabajo y lo mejor del entretenimiento. Los nuevos ordenadores "todo en uno" de Acer, que combinan un rendimiento sensacional, un entretenimiento excelente y un diseño elegante con funcionalidades multitáctiles superiores, son el ejemplo perfecto de la evolución del PC.

www.acer.com

>>Glamour en la cocina

La firma de delantales de diseño, Los Delantales, abre las puertas virtuales a una novedosa tienda online, en la que sus buscados y atractivos delantales y demás complementos se ponen al alcance de cualquier internauta y con un sólo click de forma fácil, segura y sencilla.



www.losdelantales.com

>>Confort y bienestar

Isotoner presenta su nueva colección otoñal pensada para el confort y el bienestar. Productos con los que tendremos asegurados el calor en los días más fríos del invierno, y siempre vestidos a la última moda. Una colección que sin duda hará del invierno una época más llevadera a pesar de sus bajas temperaturas.

www.isotoner.fr



>>Para madres de hoy

La marca Chicco ha lanzado su nueva línea "Mammy underwear", diseñada de forma específica para cumplir las exigencias de todas las madres antes y después del parto, sin dejar de realzar la identidad femenina a través de prendas que se amoldan con naturalidad a los cambios del cuerpo y se adaptan a las últimas tendencias de la moda íntima.

www.chicco.es



Con la llegada del frío llegan las nuevas colecciones, las nuevas propuestas de las firmas de moda que se ponen de 'largo' para recibir al otoño. Es el caso de la firma de moda española Tantra, con diseños propios y presente en más de 600 puntos de venta en España y en países como Finlandia, Grecia, Portugal, Bélgica y Alemania.

Para esta temporada, y como ya es habitual en la marca, apuesta por una mujer sexy, elegante, a la moda. Una colección en la que además de los elementos básicos como los jeans, chaquetas y camisas que forman parte de nuestro fondo de armario, se enriquece con piezas de diseño exclusivo como vestidos de fiesta, sofisticados clutch, y una multitud de complementos que caracterizan la colección de Tantra.

www.tantraimpex.com

m

A la moda





Unidos por su cultura vitivinícola ocho pueblos de las provincias de Albacete, Ciudad Real, Cuenca y Toledo integran la Ruta Caminos del Vino de La Mancha. Alcázar de San Juan, Pedro Muñoz, Socuéllamos, Tomelloso, Villarobledo, Campo de Criptana, San Clemente y El Toboso guían al viajero por el paisaje, las gentes y costumbres que forman parte del mundo que inspiró a Cervantes

Integrados en un paisaje de horizontalidad sin límites, donde la luz imprime las tonalidades de sus campos de vid y cereal, ocho pueblos de tres provincias manchegas se unen bajo la cultura del vino y recorren los senderos trazados por personajes de la literatura universal.

Más de 80 establecimientos (alojamientos, restaurantes, bodegas y otras empresas) proponen al viajero una gran variedad de actividades para conocer los atractivos históricos, culturales y vitivinícolas de este territorio.

El viñedo más grande de Europa

Las extensas superficies de viñedos de La Mancha, las mayores de Europa, descubren una tierra histórica que ha sido escenario de las andanzas del famoso hidalgo Don Quijote y que, aún hoy, esconde secretos en los intensos aromas y el gusto grave y redondo en boca, con carácter y personalidad que transmi-

ten los vinos de la comarca. 'Caminos del vino', la marca que identifica la Ruta del Vino de La Mancha, brinda una manera única de conocer la esencia de este territorio.

La Mancha atesora una amplia variedad de vinos que van desde los tintos hasta los espumosos, sin olvidarse de los blancos y rosados. Más de 400 bodegas, que elaboran vino dentro de la D.O. La Mancha y la Indicación Geográfica Protegida Tierra de Castilla, cuidan con esmero la elaboración de sus productos y han experimentado una evolución adaptándose a las exigencias de la demanda del mercado. Entre ellas, bodegas pioneras, desde las más grandes a las familiares, con gran tradición y dotadas con modernas infraestructuras; bodegas de nueva creación, pensadas para elaborar vinos de gran calidad al amparo de un marco arquitectónico destacable o las bodegas ubicadas en parajes naturales, presidiendo llanuras de vid.

A estos vinos les acompaña la cocina popular manchega que inmortalizó

Cervantes, de la mano de Don Quijote y Sancho: pisto, gachas, caldereta de cordero, ajoarriero, pestiños, leche frita, tortas de mosto o patatas con conejo, sin olvidar el queso manchego.

Patrimonio de gigantes

"Mire, vuestra merced, respondió Sancho, que aquellos que allí se parecen no son gigantes, sino molinos de viento, y lo que en ellos parecen brazos son las aspas, que volteadas del viento hacen andar la piedra del molino". Estos molinos, símbolo indiscutible de La Mancha, son uno de los grandes atractivos de esta Ruta del Vino. Pero estos caminos descubren también al viajero un valioso patrimonio histórico-artístico de diferentes épocas y estilos. Restos arqueológicos del Paleolítico, de los iberos o de la etapa de la romanización, construcciones me-



La Mancha atesora una amplia variedad de vinos que van desde los tintos hasta los espumosos, sin olvidarse de los blancos y rosados

Más información:
www.caminosdelvinodelamacha.com



Tras los pasos del Quijote

dievales ligadas al desarrollo de las Órdenes Militares, edificios góticos y renacentistas, civiles y religiosos, grandes y antiguas casas solariegas y más de 4.000 bodegas subterráneas. Pero sobre todo gloria y leyenda.

Alcázar de San Juan es punto de encuentro de pueblos y culturas que la convierten en una ciudad moderna donde sigue vivo el espíritu de Don Quijote; Campo de Criptana, incrustado en la ladera de una prolongada colina, encarama sus casas por un anfiteatro natural hasta alcanzar la cima sobre la que se yerguen los molinos de viento y desde donde la llanura manchega se muestra con generosidad; Pedro Muñoz enseña al visitante el complejo lagunar con un inmenso valor medioambiental y turístico que ostenta la declaración de Reserva Natural y Zona de Especial Protección de Aves; Socuéllamos, tierra de rojos atardeceres y posada de ilustres comandadores, se presenta plagado de vides, recuerdo de antiguos privilegios medievales mediante los que se concedían casa y viñas a quienes vinieran a

poblarlo; Tomelloso, cuna de grandes figuras del arte, como Antonio López, Francisco García Pavón, Eladio Cabañero o Félix Grande, muestra sus contrastes y su larga historia ligada al vino y derivados.

En la provincia de Albacete, Villarrobledo, asentado sobre una fértil vega, convertido en el municipio de mayor producción de uva del mundo y con una larga tradición vitivinícola con siglos de antigüedad que ha dado como resultado la elaboración de vinos de calidad con personalidad propia.

San Clemente, en Cuenca, es una auténtica joya del Renacimiento Manchego que, a través de sus calles jalonadas de iglesias, conventos, pórticos y torres muestra uno de los conjuntos monumentales e históricos más hermosos de La Mancha.

Y por último, El Toboso, en Toledo, que alberga entre sus calles y plazas monumentos de interés histórico, artístico y cultural y numerosos rincones llenos del encanto de las villas manchegas, con sus tradicionales edificios de mampostería y tapial y el refulgente blanqueado de sus muros. De nuevo El Quijote aparece de nuevo, pues en este municipio está la casa de Aldonza Lorenzo, que inspiró la Dulcinea de Cervantes, y la iglesia parroquial de San Antonio Abad, la misma con la que aquel personaje se dio de bruces en plena noche.

Viaje de los sentidos.

Caminos del Vino es además un viaje para los sentidos que ofrece numerosas actividades de ocio. Paseos entre murallas y villas, visita a museos, recorridos en bicicleta, maridajes de vino y queso, cursos de cata, rutas por la naturaleza y diferentes itinerarios, por ejemplo literarios, nocturnos, que descubren, tras los pasos del Quijote, el corazón de La Mancha.

claves para el turismo
vanessaCALVO

Y por fin llegó la hora de los mayores



Por lo general, ahora que el verano ha llegado a su final somos muchos los que hemos vuelto a nuestra rutina en el trabajo o a las aulas para continuar con nuestros estudios. Sin embargo, el viajar no termina; ahora, más que nunca, empiezan a llevarse a cabo las gestiones de los viajes de otro perfil de usuario: es el momento de los mayores.

A través de los Programas de Viajes del Inmerso no sólo se persigue facilitar el disfrute de unas vacaciones a un módico precio a aquellos jubilados que cumplan unos requisitos previamente establecidos sino que además de contribuir a proporcionarles una mayor calidad de vida se procura el crecimiento o mantenimiento del empleo intentando paliar así la estacionalidad tan característica del sector turístico. Es así como localidades llenas de historia y arte y las costas españolas, en plena temporada baja, se llenan de turistas que no sólo comparten su madura edad sino que también van en busca de descanso, paseos, visitas culturales y bailes en los salones de los hoteles, entre otras muchas actividades pensadas para ellos.

Del mismo modo que podemos ver largas colas de estudiantes en las universidades para realizar su matrícula o jóvenes y adultos esperando para asistir a un concierto, los pensionistas de nuestro país también hacen su cola y qué mejor motivo que para irse de vacaciones.

A mí, personalmente, me resulta una estampa bastante entrañable ver la ilusión con la que esperan a las puertas de las Agencias de Viajes.





artes de vida

susana MUÑOZ

Periodista

Saramago, siempre Saramago

La triste noticia me sobrevino en la guardería de mis hijas, esperando para recogerlas. No podía creerlo, la cercana voz de la SER lo anunciaba a las 2.15: José Saramago acababa de morir. Sentí un nudo en el estómago y una desolación repentina que me llevó a exclamar un “qué lástima” sincero. En aquellos minutos desde que escuché en la radio la noticia hasta que vi la carita de mis niñas no dejé de pensar en el rostro sonriente de aquel hombre, al que siempre sentí cerca, y en la ternura que me inspiraba, tal vez por su naturalidad, quizá por su sencillez, seguro que por su aspecto frágil y por su edad. Saramago siempre fue para mí y será un recuerdo tierno, dulce y agradable. Y lo sentí doblemente, porque con él se iba un poco también y de nuevo Luis, mi suegro, que -como el escritor portugués- fue bondad e inteligencia en grado de excelencia y que, en el aspecto físico, era casi su “Hombre duplicado”.

Pero más allá del aspecto emocional, Saramago siempre será para mí la persona a la que agradecer que reforzara mi capacidad de pensar y analizar las distintas circunstancias de la vida. A mi juicio, el escritor portugués ha sido una de esas pocas personalidades con capacidad para generar la autoreflexión, desde lo más profundo de cada uno de nosotros, y de hacerlo desde la autocritica, con gran humanidad y sentido del humor, aparentemente seguro de sus convicciones, basadas en sus propias debilidades; solidario con las causas en las que creía; siempre defensor de los derechos humanos, de la tolerancia -de aquella que le alejó de Portugal con la publicación de su “Pasión”-; pero también con gran crudeza hacia el ser humano, empezando por él mismo.

Confieso que mi acercamiento a Saramago fue tardío. Hace apenas 11 años y de la mano de mi compañero de vida. El primer libro que leí fue ‘Memorial del Convento’, le siguió ‘La Pasión según Jesucristo y otros’, hasta completar un buen número que atesoro en mi biblioteca personal. Los devoré, a veces de dos en dos. Alguno me gustó más que otro, es cierto, pero siempre saqué una enseñanza positiva de cada uno de ellos. Cada una de sus palabras era como una caricia a la inteligencia y a la vez un revulsivo al intelecto. Hace dos años que no leo ninguno de sus títulos. En mis pendientes para el verano, ‘Caín’. En mi futuro, releer algún título.

Su partida me ha dejado una extraña sensación de desamparo, de desazón. Me siento huérfana de sus palabras y de sus ideas. Nunca tuve la oportunidad de conocerle y ahora me arrepiento de no haber tenido el atrevimiento de acercarme a la caseta donde firmaba libros en la Feria de Madrid de hace cuatro años y decirle cuánto lo admiraba. Sin embargo, recuerdo la cadencia de su voz, su peculiar forma de hablar tan hispano-portuguesa. Y quisiera rememorar sus reflexiones, que escuché con admiración, y que siempre me hicieron analizar la influencia de mis actuaciones sobre quienes me rodean o rodearon: en definitiva, pensar. Pero mi memoria no da para tanto.

Ahora ya no está, pero por suerte permanece su obra. Y aunque suene a frase manida, en este caso, es una auténtica verdad. Nos quedan sus libros, para nuestra inmensa suerte, como los de otros genios de las letras que también se fueron. Hoy leí que la demanda de los libros de Saramago ha crecido un 708% transcurrido sólo el primer mes desde su muerte el pasado 18 de junio. Más allá del beneficio económico que genere, me consuela por nosotros mismos. En medio de esta especie de letargo generalizado en el que vivimos, tal vez su muerte pueda suponer un acicate para ayudarnos -desde sus palabras- a reflexionar, a pensar en qué somos, hacia dónde vamos y qué podemos hacer cada uno de nosotros por mejorar nuestro entorno más cercano y más lejano. Le necesitamos, como seres individuales y sociales. En octubre saldrá una recopilación de sus ideas -“Saramago en palabras”- y seguro que lo tendré entre mis manos. No quiero perderme ni una de sus palabras, aunque ya sólo puedan ser escritas. Saramago, siempre Saramago.



Con “Muñecas” se quiere ensalzar aquellas peculiaridades alejadas de los estereotipos que hacen a cada fémica diferente

“Porque ser diferentes hace que seamos únicas”.

Así concluye “Muñecas”, el anuncio que Pavofrío ha estrenado recientemente dedicado a las mujeres que cada día se entregan con dedicación a las numerosas facetas de su vida: trabajo, maternidad, pareja, amistad...

El spot tiene como hilo conductor a una mujer que trabaja en una fábrica de muñecas en serie y que plasma en una de ellas los múltiples roles que las mujeres de su entorno juegan con esfuerzo y, a la vez, con satisfacción.

Siguiendo con la línea estratégica iniciada el pasado año con la campaña “Elena Salgado”, Campofrío rinde un nuevo homenaje a la mujer. Si entonces se reconocía su valor como gestora de la economía doméstica, con “Muñecas” se quiere ensalzar aquellas peculiaridades alejadas de los estereotipos que hacen a cada fémica diferente y, por tanto, única y especial.

“Este anuncio rinde homenaje a esas mujeres invisibles del día a día, que trabajan, comparten, se emocionan y que son las responsables de transmitir a su entorno más cercanos valores y principios, además de ternura, paciencia y optimismo”, asegura Juana Manso, directora de Marketing de Gama Campofrío.

“Muñecas” responde al estudio realizado por Campofrío entre 800 españolas. Desvela que, de entre todas las tareas del hogar, la más gra-

La publicidad en femenino

Campofrío ha presentado recientemente un anuncio en el que valora a la mujer por ser distinta, por intentar salirse de los estereotipos. Este anuncio está respaldado por un amplio análisis que la compañía ha llevado a cabo con 800 mujeres españolas

tificante es el “cuidado de los niños” (64,8%), seguida de la de “psicóloga y consejera” de amigos o familiares (52%), “profesora particular” (49%) y “personal shopper” (49%). Por el contrario, las que menos gustan son las labores propias del hogar como “lavar y planchar”, “cocinar y planificar el menú de la semana” o ejercer de “chófer”.

Las amigas: confidentes y compañeras de diversión.

El estudio “Simplemente Mujer” desvela que “ser amiga” es una de las facetas que produce mayor satisfacción entre las mujeres (24%), siendo sólo superada por el papel de “ser madre” (28%).

En relación a la distribución de su tiempo, el trabajo fuera del hogar es la faceta a la que dedican más tiempo el 37% de las españolas, seguida del cuidado de los hijos (19%), la pareja (13%), a una misma (10%), los amigos (7%) y a ejercer de ama de casa (5%). El tiempo que

dedican a los demás resulta insuficiente para el 51% de las españolas, siendo las más insatisfechas las que trabajan fuera y viven en pareja.

La mujer, solidaria por naturaleza.

Ante una petición de ayuda la respuesta es inmediata: la mujer presta apoyo sin pensarlo dos veces (71,1%), frente al 27,8% que valora los pros y los contras antes de tomar una decisión. Las formas de ayuda se suelen resumir en “escuchar a quien tiene problemas” (84,7%), “atender a los familiares que lo necesitan” (64,1%) o, para el 12%, colaborar de forma habitual con ONGs.

La satisfacción de ayudar a quien lo necesita es inmediata para el 52%, mientras que el 25,4% considera que no es suficiente. Eso sí, esperan ser correspondidas cuando lo necesitan un 54,9%, frente al 42% que presta ayuda de forma desinteresada. Esto último suele ser frecuente entre las mujeres de más edad y amas de casa.

libros



2500 AÑOS DE HISTORIA AL DESNUDO
Tony Perrottet
Ediciones Martínez Roca

Libro que recoge una serie de divertidas y eróticas anécdotas sobre importantes personajes de la historia de la humanidad como Napoleón, María Antonieta o Churchill.

El autor de 'la crisis ninja' da una serie de puntos clave para superar el periodo de recesión económica sin caer en lo trágico y haciendo hincapié en el sentido común como pilar fundamental.



A TRAVÉS DE LA TORMENTA
Ariel Andrés Almada
Pirámide

A pesar de tenerlo todo en contra, este libro nos pone ejemplo de empresas que consiguieron crecer a pesar de circunstancias adversas.



SUPERAR LA ADVERSIDAD
Luis Rojas Marcos
Espasa

Ayudar a 'salir adelante' ante cualquier tipo de inconveniente que pueda surgir en el camino es el principal objetivo de este libro que apuesta por la 'resiliencia', una fuerza natural muy útil para este cometido.



LA HORA DE LOS SENSATOS
Leopoldo Abadía
Espasa

Recorrido histórico desde los comienzos del marketing hasta hoy día ofreciendo una visión de conjunto que pone de manifiesto una notoria evolución de esta disciplina, así como unas nuevas reglas del juego.

BYE, BYE MARKETING
Augstín Media
Pirámide



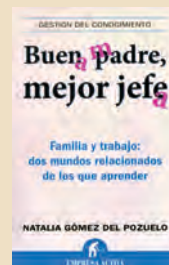
RECOMENDADOS



JUANA LA REINA LOCA DE AMOR

Yolanda Scheuber
Nowtilus Pocket

Retrospectiva sobre uno de los personajes más enigmáticos de la Historia de España en la que se pone de manifiesto el abandono que sufrió por parte de su padre y su marido, así como lo desdichada que fue en vida para ser recordada ahora.



BUENA MADRE, MEJOR JEFA

Natalia Gómez del Pozuelo
Empresa Activa

Interesante reflexión que pretende mezclar patrones de comportamiento del ámbito familiar al mundo de la empresa y viceversa de modo que permite ser más eficientes tanto en casa como en la oficina.



MI PEQUEÑO ANIMALARIO: LA MONTAÑA Y EL BOSQUE
VV.AA
Lectio Ediciones

Enseña a los más pequeños de la casa cómo es la vida en libertad de estos animales a través de juegos y coloridas ilustraciones y fotografías.

agenda



>>Sale a la venta el nuevo disco de la colombiana Shakira bajo el título 'Sale el sol', un trabajo que combina elementos de merengue con percusión electrónica.

19
de octubre
MARTES



Garrick, el último espectáculo de la popular compañía Tricycle, llega al Nuevo Teatro Infanta Leonor de Jaén del 29 al 31 de octubre.

29
de octubre
VIERNES



15
de oct.
VIERNES

El Gran Teatro de Córdoba pone en escena el 15 y 16 de octubre la obra dirigida por Juan Carlos Rubio, '100 metros cuadrados'.

de octubre
VIERNES

1

Desde el 1 de octubre hasta el 1 de noviembre se exhibirá en el Museo de Alcalá de Guadaíra de Sevilla una colección de dibujos de una de las figuras del paisajismo, el pintor sevillano Emilio Sánchez Perrier.



16 de octubre
SÁBADO

Juan Luis Guerra y su grupo 4:40 son los primeros artistas confirmados para el concierto de MTV que se celebrará el próximo 16 de octubre en San Fernando con motivo de la conmemoración de los 200 años de la convocatoria de las Cortes Constituyentes y Extraordinarias en La Isla de León.



29
de octubre
VIERNES

Se estrena en los cines 'Los ojos de Julia', el último film de la actriz Belén Rueda bajo la dirección de Guillem Morales.

XVI BIENAL DE FLAMENCO



9
de octubre
SÁBADO

>>Concluye la XVI Bienal de Flamenco de Sevilla, el evento más importante relacionado con el flamenco que existe en la actualidad en cuanto a número de espectáculos.

ADEMÁS ...

>>El rockero Loquillo actúa el 15 de octubre en Sevilla en la Sala Q para presentar su show 'Rock and Roll Star'.

>>Del 16 al 17 de octubre la localidad onubense de Aracena celebra la a

Feria Regional del Jamón y del Cerdo Ibérico.

>>Durante el mes de octubre y hasta enero el Palacio de Carlos V en Granada muestra la restauración final de los leones de la fuente del palacio nazarí.



con permiso

manuelBELLIDO

bellido@mujerempredora.net

<http://manuelbellido.com>

Las obras de arte de cada día

Un profesor mío decía siempre que el arte o tiene trascendencia o no es arte. El arte es un camino que se recorre de la parte al todo. Un cuadro, limitado en sus medidas y en sus formas, cuando es arte tiene la capacidad de trasladarnos a otro espacio no limitado, a un espacio infinito y relacionado con lo Eterno.

El arte es también capaz de hacernos viajar de lo posible a lo imposible. La contemplación es el trámite que nos acerca a esa dimensión. Seguramente todos tenemos presente la maravillosa cúpula del Duomo de Florencia. Cuando Arnolfo di Lapo, arquitecto y escultor florentino también conocido como Arnolfo di Cambio, la proyectó más o menos en las dimensiones que presenta en la actualidad, no tenía idea de cómo se habría podido construir prácticamente. Y es que en el siglo XII nadie sabía todavía construir una cúpula de esas dimensiones. Quizás, mientras la diseñaba, tenía la certeza de que él jamás la vería construida y terminada y que otro después de él concluiría la obra. También intuiría que a este otro le habrían adjudicado la gloria y la fama. Pero a él no le importó y plasmó su inspiración. Filippo Brunelleschi fue ese otro gran artista que realizó el portentoso proyecto 120 años después. Arnolfo trabajó para la eternidad, apuntó alto y no limitó la inspiración de su creación. Los grandes artistas alimentan su espíritu con la perspectiva de alcanzar lo imposible.

El arte, en esas grandes obras, era solidario y compartido. La generosidad brillaba en quien diseñaba y en quien elaboraba. Se trabajaba en equipo y cada uno ponía lo mejor de sí mismo.

En la construcción de aquellas catedrales, como la de Florencia, participaba todo el pue-

blo, hasta tal punto que es difícil dar el mérito de una fachada o una ventana a una sola persona. Miles de artesanos trabajaron esas piedras que aún hoy conservan el esplendor y la perfección del arte más sublime.

La inspiración de un proyecto en las empresas también suele nacer de una sola persona. Si ese proyecto tiene la fortuna de caer más tarde en manos de un equipo, con metas comunes, donde cada elemento sea responsable del otro y se interrelacionen un sistema de talentos y habilidades, la garantía del éxito está asegurada. Se pasará de lo mediocremente posible a lo fantásticamente imposible.

Sumar es ganar. Cuando el hombre renuncia a su capacidad de compartir, de cooperar, de obrar en conjunto, se empobrece.

Por otra parte, todos podemos ser tocados por la inspiración, ese brote de creatividad irracional e inconsciente nos puede llegar cuando menos lo esperamos.

El primer paso: compartirlo. Estamos llamados a hacer grandes cosas y no me refiero sólo a la grandeza de las Catedrales. Un informe bien hecho, un archivo bien ordenado, un gesto, una conversación, todo puede convertirse en una "obra de arte", en algo perdurable y trascendente. Algo que podrá producir una interacción activa con alguien a nuestro alrededor que sentirá su beneficio.

**"Sumar es ganar.
Cuando el hombre
renuncia a su
capacidad de
compartir, de cooperar,
de obrar en conjunto, se
empobrece"**

KIABI Vícar, una empresa que apuesta por la integración laboral de las personas inmigrantes en Andalucía.

“Vivimos en una sociedad multicultural y las empresas han de ser reflejo de la sociedad tal y como es” José Berenguer.
Director de *KIABI Vícar*.

K IABI, S.A. inició su trayectoria como empresa textil en Ferrol el año 1978, extendiéndose rápidamente por toda la geografía española. En agosto de 2008 instaló una nueva tienda en Vícar (Almería) donde José Berenguer desempeña en la actualidad el cargo de Director. Según declara él mismo, la labor de Cruz Roja en materia de inmigración *“es indispensable para complementar la política de integración de la administración pública”*.

¿Cómo colabora en la actualidad su empresa con Cruz Roja?

Realizando las prácticas de cursos de dependiente de comercio, acogiendo al alumnado, dándole la oportunidad de aplicar los conocimientos obtenidos en la formación teórica y solicitando personal cuando lo requiere la empresa.

¿Cómo valora esa colaboración?

De manera muy positiva, ya que así obtenemos una bolsa de trabajo altamente fiable y eficaz.

¿Tiene o ha tenido la empresa personas inmigrantes entre su plantilla?

Dos personas inmigrantes trabajan actualmente con nosotros.

¿Cuáles son las características de estas personas?

Alto nivel motivacional, muchas ganas de aprender y gran capacidad de integración con el resto del equipo.

¿Qué le movió a la contratación de personas inmigrantes?

Exactamente lo mismo que para las personas no inmigrantes: su motivación y las competencias necesarias para trabajar en comercio, adquiridas gracias a las prácticas de los cursos impartidos por Cruz Roja.

¿Qué opina de la campaña de sensibilización “Andalucía. Oportunidades para todas las personas”?

Es una buena forma de transmitir que las personas inmigrantes forman parte de nuestra sociedad y que, por lo tanto, también contribuyen al progreso de la misma.

¿Qué más actuaciones podrían desarrollar las empresas para facilitar la inserción laboral de las personas que se encuentran en una situación de vulnerabilidad?

Mantener un contacto activo con los servicios de empleo de instituciones como Cruz Roja y contar con su colaboración a la hora de las contrataciones; pero, sobre todo, desprenderse de prejuicios e ideas preestablecidas acerca de los colectivos vulnerables.



**ANDALUCÍA
OPORTUNIDADES
PARA TODAS
LAS PERSONAS**



Tienda KIABI en Vícar (Almería)

Cruz Roja dedica parte de sus esfuerzos a que todas las personas puedan conseguir y mantener un empleo normalizado y así alcanzar su plena integración social. Cuenta con los Servicios Integrados de Empleo, mediante los cuales las empresas colaboran incorporando en sus plantillas a trabajadores y trabajadoras de diferentes realidades sociolaborales.

Financiado por:



Programa Operativo Plurirregional
Lucha contra la discriminación 2007-2013



Cruz Roja
Andalucía
Proyecto: Entorno al Sur



¡HEY CHICAS!

SIMPLEMENTE DELICIOSO

POLLO A LA PARRILLA



NUEVA

CHICKEN TENDERGRILL™

www.unanuncioparatios.com

Elaborado con pechuga de pollo 100%. © Burger King Corporation. Todos los derechos reservados.