



#### **SUMARIO**

#### ujer mprendedora





Los coloquios de Mujeremprendedora: Mujer y Turismo



Entrevista a Isabel Oriol, presidenta de la Asociación Española Contra el Cáncer



Entrevista a María José Álvarez, presidenta de AES

Premio

**ALMUR** 

#### **ZONA OPINIÓN**

Mejorar la democracia

Gloria Bellido Zanín Mi rincón

Mónica Urgoiti Arístegui los coloquios de Mujeremprendedora

Mujer v turismo

#### **ZONA HECHOS**

11 Noticias La ventana

Isabel García

Tema de portada Turismo, motor de empoderamiento

para la mujer 16 Entrevista

Isabel Garaña, secretaria general de Turespaña Agencia IDEA

20 Medio Ambiente

21 22 Extenda

Diputación de Sevilla

Turismo

**Autónomas** 

#### **ZONA MUJER**

26 Entrevista Isabel Oriol, presidenta de la Asociación Española Contra el Cáncer

28 Ejecutiva Rosa Melero, directora de moda y tiendas propias

y en franquicia de Chicco **ZONA REDES** 

Reportaje Mujeres de cine Entrevista María José Álvarez, presidenta de AES Reportaje

Experiencias en red

#### **ZONA EMPLEO**

Opinión Mª Ángeles Tejada CCOO-Andalucía UGT-Andalucía

Opinión

Ana María Herrero Reportaje 7 claves de cara a tu Declaración

#### **ZONA OCIO**

Entrevista Rosario Lucas Fernández, secretaria general

de Paradores Reportaje Real Escuela de Arte

Ecuestre Tendencias Viajes

Claves para el turismo

Vanessa Calvo Opinión

Susana Muñoz Agenda

**ZONA OPINIÓN** 

Resolver

EDITA: Grupo Informaria, empresa informativa fundada en 1996

FUNDADOR: Manuel Bellido PRESIDENTA-EDITORA: Gloria Bellido Zanin DIRECTORA: Mónica Urgoiti

REDACCIÓN Y COLABORADORES: Isabel García, José Santos, Antonio Collado, Mª Ángeles Tejada, Ana Pagador,

Lourdes Otero, Vanessa Calvo, Ana María Herrero y Susana Muñoz DIAGRAMACIÓN: Francisco Javier Collados y Antonio Collado FOTOGRAFÍA: Archivo Mujeremprendedora, Agencias PUBLICIDAD: Luis Felipe Pellón (lfpellon@agendaempresa.com)

y Lola Ortega (lolaortega@agendaempresa.com) comercial@mujeremprendedora.net

Dirección, Administración, Distribución y Publicidad:

Recaredo, 20, 2°- 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.mujeremprendedora.net

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



Premio **ARCO IRIS** 

## El Regalo Azul es regalar VIDA



Sorprende con un regalo único. El **Regalo Azul** son vacunas, alimento terapéutico, cuadernos, mosquiteras y muchos otros artículos imprescindibles para la supervivencia y el desarrollo de la infancia.

Tus familiares y amigos recibirán una postal o correo electrónico en el que comunicaremos que, en esta ocasión especial, su regalo será un **suministro real** que enviaremos a donde más se necesite.





#### >>zonaOPINIÓN



#### para empezar gloriaBELLIDO

bellido@mujeremprendedora.net Editora

#### Mejorar la democracia

pocas veces al encender la televisión para ver el telediario nos encontramos que el número de noticias buenas es mayor que el de noticias malas. Guerras, catástrofes, personas que cometen actos violentos... son el pan de cada día.

Por esta razón, mucha gente se queja de que ya estamos más que acostumbrados a todas esas cosas y de que las noticias entran y salen de nuestros oídos con demasiada facilidad, sin apenas dejar un rastro de dolor o empatía por los demás. No apartamos los ojos cuando vemos la destrucción y el dolor ajeno, seguimos comiendo tranquilamente sin que nuestro estómago se altere y al poco tiempo no recordamos ni cómo ni dónde fue y, por supuesto, no nos acordamos ni de uno de los muertos que ha dejado la desgracia.

Sin embargo, yo creo que más que quejarnos deberíamos en parte agradecer a nuestra naturaleza de seres humanos el poder seguir viviendo en un mundo lleno de cosas horribles, en el que no sabemos nunca con total seguridad si la próxima nos tocará a nosotros. Y esto nos libera de la inútil preocupación que todo ello nos causaría. Nadie podría intentar vivir tranquilo y feliz en esas condiciones. La verdad es que nos acostumbramos rápidamente a todo, a lo bueno y a lo malo.

Sin embargo, de vez en cuando, ocurre algo que nos saca de ese estado de equilibrio en el que intentamos mantenernos. Hay realidades que nos pillan más sensibles, más cerca o de forma más intensa, y entonces reaccionamos.

Todos hemos oído hablar de Murcia, seguramente habremos pasado alguna vez por ahí o tendremos amigos o conocidos en Lorca, así que a todos nos ha dolido el terremoto, casi como si hubiera ocurrido en nuestra propia ciudad, a pesar de lo acostumbrados que estamos a catástrofes naturales. En esos momentos nos sensibilizamos ante el dolor de los demás, somos más solidarios e intentamos pensar en formas de solucionar el problema.

Pero la capacidad de acostumbrarnos no la tenemos solo con el dolor ajeno, sino con otros males de nuestra vida diaria. Y el ejemplo más reciente es la situación política que vivimos. Es cierto que en estas últimas elecciones ha habido un importante cambio político debido a la situación pésima que está atravesando el país. Pero no es suficiente. Hay mucho por mejorar en nuestro sistema político. Hay cosas que no se cambian variando el partido político que nos representa, sino el sistema que los sustenta a todos. ¿A qué estamos esperando para sensibilizarnos? ¿Qué acontecimiento será el que finalmente nos saque del estado de conformismo en el que nos hemos instalados?

Que un sistema sea bueno, o por lo menos el menos malo como lo es la democracia, no significa que no se pueda mejorar. La utopía es inalcanzable pero es lo que nos da impulso para seguir avanzando. Y yo tengo esta esperanza, de que algo por fin saque a más de uno de la inmovilidad y el conformismo y nos haga buscar mejores soluciones de futuro.

"Que un sistema sea bueno, o por lo menos el menos malo como lo es la democracia, no significa que no se pueda mejorar. La utopía es inalcanzable pero es lo que nos da impulso para seguir avanzando"





#### mi rincón mónicaURGOITIarístegui

monicaurgoiti@mujeremprendedora.net

Directora de Mujeremprendedora

#### Ley D'hondt o el quid de la cuestión

stoy intentándolo con todas mis neuronas, pero partiendo de la base de que soy de letras puras, del calor tan tremendo que ha comenzado a hacer en Sevilla y que a estas horas debería estar durmiendo (por mi despertador, las 2:15 am) no la pillo. La Ley D'hondt se me resiste. La teoría dice: "Cuando en la relación de cocientes coincidan dos correspondientes a distintas candidaturas, el escaño se atribuirá a la que mayor número total de votos hubiese obtenido. Si hubiera dos candidaturas con igual número total de votos, el primer empate se resolverá por sorteo y los sucesivos de forma alternativa". Vamos a ir por partes. Partimos de que esta ley distribuye proporcionalmente los escaños por provincias dependiendo del número de votos que se recojan por partido en dicho territorio. ¿Quién sale beneficiado de esta forma de distribuir los escaños? Unos pocos.

Una de las conclusiones que saco, tras hacer una rápida búsqueda en Google, es que los beneficiados del Sistema D'Hont son los partidos políticos que consiguen una gran cantidad de votos por provincia y, por el contrario, los perjudicados son aquellos partidos minoritarios que no consiguen llegar al límite establecido como mínimo para tenerlos en cuenta a la hora de repartir los escaños. Es decir, que si un partido no supera el 3% de los votos tota-

les, dichos votos se desechan y el partido no puede obtener ningún escaño. Aparte de todo esto, en España, al ser los partidos mayoritarios los beneficiados por la Ley D'Hont se crea en la sociedad el llamado "voto útil", este tipo de voto también afecta mucho a los partidos minoritarios, ya que los votantes al percibir que los partidos minoritarios no consiguen una representación suficientemente importante con los escaños así que deciden votar a uno de los partidos mayoritarios. Por lo tanto: más votos para los partidos mayoritarios, menos votos para los minoritarios. En España uno de los principales afectados con esta situación es el partido de Izquierda Unida, por ser el tercer partido con mayor número de votos apenas posee escaños. En teoría, la Ley D'Hont surgió, hace ya cuarenta años, como una medida enardecida por el deseo de instaurar lo antes posible la democracia en España, por lo que, quizás, va siendo hora de renovar un poco el sistema. Pero surge una disyuntiva, a los grandes partidos políticos no les conviene una reforma, ya que eso significaría la pérdida de algunos de sus escaños para que se los llevara otro partido. Sin embargo, a los partidos minoritarios sí que les sería provechosa una reforma ya que así conseguirían la presencia que en teoría les corresponde.

Según los grandes partidos, esta forma de favorecer a la mayoría es un método para mantener estable la política. Quizás tengan razón, pero en mi opinión es necesario ser consecuente: no podemos hablar a favor de la democracia cuando el propio sistema excluye a las minorías. Esto es aplicable también al sistema de elecciones, porque ejercemos el voto, sí, pero votamos condicionados por una lista cerrada. Es probable que si aplicamos la Ley D'Hont a nivel nacional ocurra lo que vaticinan los grandes partidos, es decir, que se cree un caos político que lo único que haga sea empeorar las cosas. ¡Me voy a dormir!•

"No podemos hablar a favor de la democracia cuando el propio sistema excluye a las minorías. Esto es aplicable también al sistema de elecciones. A los grandes partidos políticos no les conviene una reforma"

#### >>zonaOPINIÓN>coloquio



#### Carolina Esteller Fundadora de Mujer&Viajera

#### **2.** *Isabel Rodríguez*Gerente de Ruta Bética Romana

#### 3. María del Mar Alfaro Viceconsejera de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía

#### 4. Miryam González

Vicedecana de ordenación académica e infraestructura de la Facultad de Ciencias del Trabajo de la Universidad de Sevilla

Queremos ver todo: museos, iglesias, centros de interés, en definitiva, hacer turismo. Pero la palabra turismo engloba mucho más que nuestro descanso y nuestro relax. El año pasado los ingresos obtenidos por el turismo supusieron el 58% del PIB español. Es uno de los sectores que más está ayudando a salir de la crisis y además, es una de las puertas de entrada de la mujer al mundo laboral. Por todo lo que ello implica, hemos juntado para el coloquio de este mes a cuatro mujeres del sector, con perfiles muy distintos: María del Mar Alfaro García, viceconsejera de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía, Isabel Rodríguez Rodríguez; gerente de Ruta Bética Romana; Carolina Esteller Blanco, fundadora

## Turismo, más que sol y playa



Está cerca el verano y con él nuestras ansiadas vacaciones. Por estas fechas nos dedicamos a organizar nuestros viajes, vemos folletos, sopesamos tarifas y buscamos los billetes más baratos posibles

Mujer&Viajera y Miryam González Limón, vicedecana de ordenación académica e infraestructura de la Facultad de Ciencias del Trabajo de la Universidad de Sevilla.

Mujeremprendedora: ¿Podemos empezar por unas breves pinceladas de quiénes somos y qué hacemos dentro del sector turismo?

María del Mar Alfaro García: A parte de desempeñar el cargo de viceconsejera de la Junta de Andalucía, profesionalmente soy licenciada en derecho y funcionaria de la Junta, he pasado por Educación, Cultura, algunas veces con puesto político y otras como funcionaria. Dedico mi vida al servicio público que es para lo que me he preparado, tanto en la vertiente política como en

la puramente administrativa, porque el turista, como dice nuestro consejero, es el corazón de nuestro negocio. Porque no debemos olvidar que el turismo andaluz es el 10% del PIB nacional, por ello el esfuerzo que se haga desde las instituciones debe de ser enorme y la Junta, a la vista está, lo está haciendo.

Isabel Rodríguez Rodríguez: De formación soy arqueóloga. He trabajado en el ámbito público en el Ayuntamiento de Carmona, y desde hace 15 años di el salto al sector turístico, desde el punto de vista de turismo cultural. Llevo más de una década en la gerencia de la Ruta Bética Romano y en el desarrollo en los municipios de interés.

Carolina Esteller Blanco: Vengo del mundo de la comunicación, quería viajar y

hacer documentales, pero es muy complicado el mundo de lo audiovisual y como me gusta viajar inicié este proyecto que es una apuesta muy personal. Y porqué Mujer&Viajera, porque viajando me di cuenta que la mujer viaja de distinta manera que el hombre. Antes de emprender este proyecto me inicié en el sector turístico, para aprender cómo funcionaba. Con el tiempo he aprendido que hay mujeres tan distintas como formas de viajar y destinos turísticos tan distintos como tipos de mujeres.

Miryam González Limón: Soy licenciada en derecho, doctora en Economía, actualmente soy profesora colaboradora del departamento de análisis económico y economía política; además ostento un cargo en la Universidad de Sevilla, vicedecana de ordenación académica e infraestructura de la Facultad de Ciencias del Trabajo e imparto clases en el máster de estudio de género y desarrollo profesional, y además mi línea de investigación está ligada al turismo, a la economía turística y a la economía turística.

## ME.: Una vez hechas las presentaciones, entremos en materia. Todas sabemos la situación de crisis por la que atraviesa España, pero ¿cómo está realmente el sector del turismo?

M.G.L.: Lógicamente nos encontramos en una crisis generalizada y global, pero el turismo es uno de los sectores que está saliendo de ella, porque es motor para la economía y sector estratégico, tanto a nivel nacional como para la comunidad andaluza. Representa el 11% del PIB nacional, del que el 10% solo es Andalucía y genera además un 11% de empleo total nacional. Además por el efecto multiplicador y por el efecto inducido que afecta positivamente a otros sectores, es sin duda un motor económico potente. Cuando la balanza nacional es negativa, los ingresos por turismo cubren



María del Mar Alfaro

ese déficit, viene siendo un 58% lo que ha cubierto en 2010. Ha descendido un poco el gasto turístico, pero eso también parece que va repuntando.

M.M.A.: Veo muy positivo el análisis que nos acaba de hacer Miryam. Se ha sufrido una crisis en el sector turístico, como no podía ser menos, pero creo que es una oportunidad. Es el que mejor ha sobrellevado la crisis y a la vez es el primero que está saliendo de ella, pero además está generando una oportunidad de cambio, de investigación, de innovación. Yo creo que el sector turístico, tanto en España como en Andalucía, necesitaba un revulsivo y yo, creo que puede ser esta crisis lo que le dé, ese impulso de cambio. Vamos a salir bastante mejor, porque nos ha puesto a todos los agentes a pensar en nuevas ideas, en cómo mejorar.

I.R.R.: A mí me gustaría reseñar algo que afecta a casi todos los sectores en época de crisis, pero que al turismo y específicamente al turismo cultural afecta en mayor medida, y es la deslocalización. Es imposible que nos llevemos Itálica a Indonesia, y eso lo hace mucho más flexible a la crisis, mucho más fuerte. Al turismo de costa le

pasa lo mismo, que no se puede trasladar, por lo que hace de este turismo una fuerza. Sin duda alguna el turista está sufriendo la crisis, pero no deja de viajar. Quizás ahorra en el transporte, por ejemplo, pero el gasto medio no ha descendido; además, ha proliferado el turista de cercanías, el que viene a pasar el fin de semana, y vive a 300 kilómetros.

M.M.A.: Estoy de acuerdo que el turista quizás se esté apretando el cinturón, pero también el viajar se ha convertido en una vía necesaria de escape. Igual que necesitamos comer, necesitamos viajar.

C.E.B.: Mi agencia trabaja a nivel nacional, por lo tanto tengo clientes de todas partes de España, y por comunidades yo veo la evolución y preferencias a la hora de viajar. Por ejemplo, en Andalucía, se están haciendo nuevas formas de turismo. Ya no sólo piden cultura, ni sol o playa. Por ejemplo, están los viajes de aventura, marítimos, alquilar un velero y desde Isla Cristina llegar hasta las costas portuguesas. La gente está pidiendo quedarse aquí, y ahorrar en el transporte, pero que puedan invertir en una actividad quizá algo más cara. El presupuesto ha bajado, y gente que viajaba dos o tres veces al año, ahora sólo lo hace una vez, pero no escatima en gastos.

## ME.: ¿Existe desde las instituciones los apoyos y ayudas suficientes para sacar a delante un sector tan destacado como este?

M.M.A.: El Gobierno andaluz es consciente, y mucho, de la importancia del sector, pero en épocas de crisis tenemos que priorizar, y cuando no hay debemos tener muy claro cuáles son nuestras prioridades, políticas sociales, educación, sanidad,(...).

**C.E.B.:** Mi empresa recibió una ayuda de Fomento, supervisada por la Junta el año pasado, y te puedes imaginar que nos vino de perlas. El hecho de ayudar a los nuevos



**Myriam González** 

#### >>zonaOPINIÓN>coloquio



Isabel Rodríguez

emprendedores en el sector turístico genera unos beneficios directos en la sociedad, se crean nuevos puestos de trabajo, se generan ingresos para la Comunidad. Yo entiendo que hay que priorizar, pero creo que al ser una industria tan potente deberíamos ser también una prioridad.

M.M.A.: Y lo es, te aseguro que es una prioridad, pero cuando ves verdaderos dramas en la sociedad debemos volcarnos en dependencia, por ejemplo, o en políticas sociales. Pero la Junta tiene muy claro el potencial del sector.

M.G.L.: Yo he recibido una ayuda de la Consejería de Turismo en 2006, además se pedía que la directora de investigación fuera una mujer experta en investigación turística; lo que pasa es que, en estos momentos, no podemos esperar todos vivir de las ayudas públicas. Hay que buscar otras vías, como generar empresas o buscar otras formas de ingresos. Las arcas del Estado no pueden mantenernos a todos, en todos los sectores.

M.M.A.: Estoy completamente de acuerdo. Esta crisis, otra de las bondades que ha tenido, ha sido la de cambiar las mentalidades del empresario. Se acaban las ayudas europeas, se termina también el plan estratégico europeo 2007-2013, hay que cambiar. No estamos en la cultura de la subvenciones. No es malo asumir riesgos. Nosotros estamos poniendo otro tipo de productos a disposición de los empresarios, como son activos financieros, avales, préstamos, ayudas financieras reembolsables, y creo que son buenos para todos.

I.R.R.: Yo creo que la Consejería ha tenido una apuesta importante en el territorio con la línea de Turismo Sostenible. Creo que ha sido fundamental para el desarrollo de los destinos y además permitía la financiación a agentes privados y a públicos, con la que ha beneficiado a otros sectores también. Un 80% del territorio andaluz tiene un plan turístico en todas sus modalidades. Además ha coordinado a otras instituciones y ha activado la financiación municipal, creo que fundamental para el desarrollo de su territorio. Además, yo que trabajo a 'pie de obra' he visto como muchos de esos proyectos, además, han sido liderados por mujeres, por lo que representa un gran impulso.

M.G.L.: Yo apuntaría además como muy importante la nueva normativa que inclu-

I.R.R.: Yo creo que si es una puerta para la incorporación de la mujer a puestos directivos porque es trasversal, por lo que afecta a todos los sectores, y por extensión a la económica, a lo social. Y la mujer está en todos ellos, por lo tanto síes una vía para el empoderamiento de la mujer. Ahora, aquí pasa como en otras industrias, los porcentajes siguen siendo muy bajos.

C.E.B.: Yo creo que es en uno de los pocos, por no decir en el único sector, donde hay más mujeres que hombres trabajando, pero también los puestos son de peor calidad. Sin embargo a nivel mundial, en los países subdesarrollados, sí se ve una puerta abierta al empleo femenino. Sí se ven más mujeres trabajando en los hoteles, en los restaurantes que los hombres. Se están concediendo microcréditos a mujeres para emplearlos en el sector turístico.

M.M.A.: Yo creo que los roles, en el sector turístico, están muy muy arraigados, como en todos los sectores. Porque no se concibe un camarero de piso, siempre es una mujer quién desempeña esas funciones, y eso conlleva una carga terrible. Es



**Carolina Esteller** 

ye otras formas de financiación, como la ley del mecenazgo, la inversión privada, (...). Pero lo que está claro es que lo que no se pueden mantener son actuaciones con una entrada al espectáculo que no cubra ni un 30% del total. La gente no es consciente, muchas veces, del precio real del 'producto'. Se debería poner el copago, como en sanidad, para que viesen lo que cuesta sacar adelante un producto, así quizás la gente lo valoraría de verdad.

ME.: ¿Consideráis a este sector como motor de empoderamiento de la mujer? ¿Se debe hablar de turismo de género o de turismo y género?

también una cuestión educativa, debemos cambiar las bases para alcanzar la paridad.

M.G.L.: En el empleo turístico español en el 2009, cuando segregamos las ramas, si que nos encontramos más mujeres que hombres, pero en el hospedaje y en comidas y bebidas. Son peores puestos, con sueldos bastantes peores, peores horarios y con contratos parciales. Estos datos son a nivel nacional. Sin embargo, sorprende el dato de que uno de cada cinco ministros de turismo, es mujer; esto supone un ratio elevadísimo si lo comparamos con otras áreas de gobierno que se debería permeabilizar a otros ministerios. Debe cundir el ejemplo.

mónicaURGOITIarístegui

## En cinco vistazos

#### **FLASHES DE LA ACTUALIDAD**

#### >>Franquicias en el mundo

La Asociación Española de Franquiciadores (AEF) ha presentado su informe anual 'La Franquicia Española en el mundo'. Según el mismo, las enseñas nacionales han incrementado su presencia en el extranjero: si en 2010 había 234 cadenas funcionando en 112 países, en la actualidad son 242 las marcas que hay repartidas por el mismo número de mercados, lo que supone un aumento del 3,4%.





#### >>Trabajadoras del hogar

El Parlamento Europeo (PE) ha aprobado una resolución en la que hace un llamamiento a sus 27 Estados miembros, para que en este mes de junio, durante la conferencia de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), ratifiquen el Convenio y Recomendación sobre el empleo decente para las trabajadoras domésticas. En el documento, el PE ha llamado a los gobiernos a que elaboren un marco jurídico que brinde "garantías sociales mínimas para dignificar a estos trabajadores, la mayoría mujeres".



#### >>Europa contra la violencia de género

Los 47 Estados miembros del Consejo de Europa han firmado el primer convenio de lucha contra la violencia machista, un instrumento que pretende equiparar las legislaciones en esta materia de todo el continente. El texto del convenio se ha negociado durante el último año y medio y ha sido firmado por los primeros 20 Estados en la reunión del Consejo de Europa en Estambul, entre ellos España.

#### >>lqualdad en el medio rural

El Ministerio de Medio Ambiente ha elaborado un documento divulgativo para difundir, de forma resumida, los principales resultados del 'Diagnóstico de la Igualdad de Género en el Medio Rural', un estudio que constituye una herramienta muy útil para la incorporación el enfoque de género en la Política Nacional de Desarrollo Rural, ya que permite disponer de información y datos estadísticos sobre la situación de partida, realizar estudios comparados, romper las barreras que hacen invisible.



#### >>zonaHECHOS

#### la ventana isabelGARCÍA

redaccion@mujeremprendedora.net

#### Lindezas de andamio



∠ Señorita, qué pronto han llegado las flores esta primavera", me dijo hace ya algunos años (no hace falta decir cuántos) un anciano con su sombrero en mano al pasar por su vera. Éste fue mi primer contacto directo con el 'maravilloso' mundo del piropo. La verdad es que ya no recuerdo si me sorprendió, me desagradó, me gustó o, simplemente, me avergonzó. Lo que sí recuerdo son las palabras de mi madre, tan sabias como las de todas las madres, cuando al comentárselo me dijo: "Irá a peor". Y tanto. Y es que se puede decir que entré por la 'Puerta del Príncipe' de la 'Real Plaza de Toros del Piropo', en la que por supuesto, ellos son los ilustres toreros y nosotras los animalitos a lidiar. La cosa es que se ve que tuve suerte y me tocó estrenarme con un 'galante' anciano, lástima que pronto empezara a toparme con las bastas lindezas del andamio, lindezas del tipo "te voy a dejar como una nevera, llena de carne, leche y huevos", "eso son carnes y no las que echa mi madre al cocido", o el 'verso' más célebre de todos, "que no me entere yo que ese culito pasa hambre!". Lindezas que además sueltan con voz de estoy en el cuarto de baño y no paro de apretar mientras te miran mordiéndose el labio desnudándote con la mirada, y lindezas que además empeoran si tienen audiencia masculina alrededor a la que demostrar su 'hombría'. A ver, que no somos escaparates ambulantes, ni trozos de carne entregados al mejor postor. Que no hemos pedido opinión sobre nuestro cuerpo y, por lo tanto, es ilegítimo que se nos imponga escucharlo. Que el que haya mujeres que desean que los hombres les digan piropos (si es que las hay) no es una razón que justifique la práctica. Y que no somos recipientes para el desahogo sexual que deben aceptar sin rechistar, sin hacer caso y manteniendo una cara neutra para, encima, no animar. Y digo yo, ¿pensarán estos poetas cómo se sentirían si la destinataria de los gritos fuese su novia, su madre o su hermana? Porque yo sí puedo tocar lo que no es mío, pero lo mío...





España ha acogido en marzo de este año a 3'6 millones de turistas procedentes principalmente de los países nórdicos, Alemania y Reino Unido. El turismo, nadie lo ponen en duda, es una de las actividades económicas que mayores ingresos deja en nuestro PIB, supone el 11% del total. Pero, ¿qué porcentaje de mujeres viajan? ¿qué puestos ocupa la mujer en este sector? ¿cuáles son las preferencias de la mujer a la hora de viajar?

Un reciente informe publicado por Naciones Unidas ha fijado el turismo como motor para la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres. Este estudio es pionero porque analiza la participación de la mujer en el sector a escala mundial. En él se dice que el turismo ofrece a las mujeres un amplio abanico de oportunidades de obtener ingresos, especialmente en las regiones desarrolladas. "Este informe pone de relieve el papel crucial del turismo en el empoderamiento de las mujeres en el plano social, político y económico, pero deja muy claro que hay que esforzarse mucho más para reducir las desigualdades y garantizar la igualdad de los salarios, mejorando la calidad del empleo y poniendo fin a todo tipo de discriminación" matiza Taleb Rifai, secretario general de la OMT.

La representación femenina en el sector turístico español es muy importante y ocupa ya el 46% de los puestos de trabajo, pero el porcentaje de ocupación de cargos directivos por parte de las mujeres sólo llega al 10%. El trabajo de la mujer en este sector se concentra en empleos precarios, en los peor

pagados y de baja cualificación, en la cocina, la limpieza y en el hospedaje, con un sueldo de entre un 10 y un 15% menos que los hombres. En palabras de Mercedes Wullich, directora de Mujerycia.com, "el turismo es uno de los motores de las economías y generador de riqueza y empleo. Que las mujeres han sido parte fundamental en la producción -entre un 50 y un 80% según las regiones- y que uno de cada cinco ministerios de turismo está al frente una mujer, son buenas noticias. No lo es en cambio que la mayoría esté en empleos precarios y de baja cualificación. ¿Cuál es el desafío entonces? Si el sector ofrece a las mujeres espacios de participación, habrá que echar mano a las herramientas puestas en marcha y prepararse para el reto que supone tomar decisiones y liderar un sector que ya está mayormente en manos femeninas".

La proporción de las horas laborables para las mujeres y para los hombres es de 89% -lo que significa que las mujeres trabajan 89 horas mientras que los hombres trabajan 100 horas-. La proporción de los salarios de las mujeres y de los hombres es de 79%. A primera vista parece que las mujeres trabajan menos horas que los hombres y, al mismo tiempo, reciben menores pagas. Esto se debe a que se paga menos en las ocupaciones típicas de las mujeres, a que a las mujeres se las emplea más en empleos de tiempo parcial y/o temporeros, y/o a que las mujeres se les paga menos por el mismo trabajo, llegando a ser de un 15,2% en restaurantes y de 22% en los hoteles menos que a los hombres.

Existe una participación muy diferenciada, mientras en la rama de restaurantes y cafés la participación de la mujer es mayor que los hombres (57,7%), en la de hoteles son más numerosos los hombres (56,2%). Tanto en hoteles como en restaurantes hay un predominio de personas con instrucción primaria y secundaria, con una presencia ligeramente superior de mujeres con primaria en restaurantes y cafés, y con secundaria en el caso de los hoteles.

El subsector de la restauración presenta mayor demanda de empleo que el de hotelería. Los restaurantes tienen una participación de empleo eminentemente informal y con mayor presencia de mujeres (80,7%). En la actividad hotelera por el contrario, prevalece la participación de mujeres (74,7%). Un alto porcentaje de hombres son socios activos de las empresas (26%), frente al 2,6% de las mujeres. Existe una alta participación de mujeres como trabajadoras por cuenta propia, aunque también han aumentado las mujeres en la categoría de socias activas.

La institucionalización del enfoque de género en las políticas sectoriales de turismo plantea el desafío de profundizar el conocimiento de esta actividad, que ofrece múltiples oportunidades de generación de empleo productivo en toda la

#### >> 'Entrevista a Alice Fauveau

Focus on Woman, es una agencia de viajes exclusiva para mujeres, en la que además, los viajes están hechos y coorpor dinados mujeres. Lo funda Alice Fauveau en 2009. tras viajar junto a seis mujeres a Marruecos.

ME.:;Por qué están surgiendo este tipo de agencias?
A.F.:Porque existe una

Women.

necesidad del mercado real. El 80% del poder de compra en el mundo esta movido por mujeres, los hábitos sociológicos de las mujeres han cambiado y ahora buscan otro tipo de experiencias que un mero billete de avión y un hotel. Estos cambios se ven en los diversos productos que están surgiendo: taxis para mujeres, hoteles para mujeres, clubes de ocio o catas para mujeres, diarios de revistas nacionales, seguros para mujeres....Y en este contexto, se debía de crear una agencia de viajes que conociese bien lo que busca la mujer y le diese un producto adecuado a sus expectativas, y esto es lo que está haciendo Focus on

ME.:¿La mujer no se atreve a viajar sola? Hay mujeres que han viajado siempre solas (no tienes nada más que ver a las aventureras del siglo XIX)
pero en algunos países
prefieren hacerlo en
grupo porque se
sienten más arropadas. Hoy en

chas mujeres
que no tienen
con quién
viajar porque
no coinciden
sus vacaciones
con las del
marido o las
amigas, mujeres
solteras o separadas
que están buscando
hacer nuevos grupos de

día hay mu-

amigas... o simplemente féminas que buscan una experiencia distinta como la que ofrecemos nosotras: a saber, descubrir los países de la mano de otras mujeres con las que poder conversar y conocer su realidad facilitando así la comunicación intercultural, algo difícil de conseguir en un viaje normal.

#### ME.:¿Qué tipo de viajes escogen las mujeres frente a los hombres? ¿Qué tipo de perfil de mujer escoge estos viajes?

A.F.: Las mujeres son más de sitios exóticos que nos recuerdan a las mil y una noches, se interesan mucho por los lugares espirituales, o con historia y arqueología, así como países en donde puedan conocer distintas etnias y culturas. Nuestro perfil de mujer, está entre los 35 y los 60 años, con formación superior y en general, con inquietudes sociales.



#### >>Opinión de Sandra Canudas

Sandra Canudas, consultora de viajes. Vivió la experiencia de una vuelta al mundo en solitario. Promotora de nuevas ideas en el mundo del turismo y del ocio como son los viajes sabáticos o los de mujeres. Especialista en turismo de género y marketing 'de rol' fue una de las pioneras en implementar este producto en nuestro país a través de agencias, mayoristas y otras empresas del sector del entretenimiento. Canudas es fundadora de 'consultoriaviajes.com' web de consultas on-line relacionadas con el mundo de los viajes independientes y autora de los libros 'Manual de una vuelta al mundo', 'Manual para viajeras'".

"¿Cuándo habéis dormido en un hotel, os fijasteis quién por ejemplo limpiaba las habitaciones? ¿Las empresas y los departamentos de recursos humanos siguen estereotipando las profesiones según un rol

de género? ¿Creéis que se sigue empleando a las mujeres como encargadas de limpieza, azafatas y a los hombres como jardineros o conductores? En turismo por cada empleo directo se generan entre 3 y 5 puestos de trabajo indirecto. Según la OMT el turismo es la actividad principal generadora de empleo a nivel mundial representando un 13% del total de empleos creados y confirmándose la presencia mayoritaria de mujeres en el empleo turístico. Pocas regiones en el mundo tienen una política nacional de ecoturismo que incluya criterios la equidad de género por ejemplo garantizando un acceso de oportunidades en igualdad de condiciones. No solo, creando una política ;también poniéndola en práctica! La mayor concentración de mujeres se da en las áreas de comercio, hoteles y restaurantes.¿Por qué cambiar los patrones utilizados hasta ahora?"



cadena de valor del turismo, pero que mantiene a su interior elementos de discriminación que bloquea las oportunidades creativas de numerosas mujeres. Este conocimiento permitirá que la transversalidad del enfoque de género en las políticas de turismo, no se limite a incorporar postulados en los programas, sino un acceso verdaderamente equitativo de mujeres y hombres a la propiedad, el conocimiento, la tecnología, la información y los mercados. Se requiere entonces avanzar en la elaboración de estadísticas desagregadas por género,

para mejorar el conocimiento que enfrentan diferencialmente hombres y mujeres vinculados al sector.

#### Otra forma de viajar

¿Por qué el turismo se mueve tanto? Su importancia deriva del carácter transversal del turismo, es decir, porque implica y a su vez se ven involucrados diferentes sectores de actividad, además de empresas locales, como el transporte, las comunicaciones y los servicios de un mundo cada vez más globalizado y, con la necesidad de los seres humanos, no sólo de descansar y de



recrearse, sino también de compartir y de educarse. Además, surge con éxito un turismo cada vez más especializado como el cultural, el de aventura, el solidario; y últimamente, han proliferado las agencias de viajes especializadas en viajes para mujeres.

El número de mujeres que han empezado a viajar ha aumentado en las últimas décadas. La mayoría de ellas están entre los 35 y 50 años, y normalmente de nacionalidad extranjera. Las mujeres viajan más que los hombres (tres veces más según algunas encuestas) por lo que no es de extrañar, que entre el 75% y 80 de los clientes de agencia sean mujeres. Aunque solas las españolas todavía no nos atrevemos a viajar demasiado; en países anglosajones hay muchas más mujeres viajando solas que hombres.

En un estudio elaborado en el 2008 (Asociación de Agencias de Viaje) los destinos preferidos son: África (un 19% menos las mujeres que los hombres), Europa (un 18% más las mujeres), India-Indochina (un 22% más las mujeres), mientras que el Sudeste asiático (Tailandia, Bali, Pacífico) están vistos para ir en pareja. En España los destinos de una



mujer son: Madrid, Barcelona, Sevilla y Valencia.

Entre semana el 30% de clientes de hotel son mujeres y en fin de semana, el 50%. Por tanto se desprende, que hoy por hoy la mujer todavía reserva más en este tipo de hotel pensando en las vacaciones o en las escapadas de fin de semana. El perfil de las mujeres que ocupan estos hoteles son mujeres 35-45 años que han llegado a su madurez profesional y tienen una mayor libertad. Y el uso que se da a estos durante su estancia, mientras que el hombre usa más el mini-bar, la televisión por

cable y la conexión de internet, y si acude con familia pregunta si hay actividades para niños (cosa que la mujer no pide); la mujer se fija en el equipamiento de la habitación, las 'amenities' que ofrecen y si la ducha tiene brazo extensible (algunas se quieren duchar sin mojarse la cabeza). Al hombre le importa mucho más si en la cancelación les devolverán el dinero

Pero, ¿por qué están surgiendo estas agencias de viajes exclusivas para mujeres? Según Sandra Canudas, experta en turismo de género, "las mujeres son más

Foto: Mujer y viajera

comunicativas y tienen mayor facilidad para relacionarse con desconocidos y tienden a querer entrar en contacto con modos de vida totalmente diferentes. Rasgos psicológicos: siempre cuento el caso de "la mujer que va sola a comprar en el gran bazar y cuando llega a la habitación le cuenta al marido su experiencia, sabe hasta la historia de la familia de quien le vendió el pañuelo. En el caso de los hombres llegan al hotel y simplemente le dicen a la mujer: "he comprado un pañuelo". A nosotras nos va la comida frugal: bocadillos rápidos y a seguir visitando monumentos, ellos las grandes sobremesas. Ellas planifican mucho más y así como normalmente el hombre busca relax y tranquilidad, a nosotras nos gusta aprovechar el viaje e ir ¡a la carrera!".

#### Turismo Solidario o "gap time"

Una mala época personal o profesional, un momento de cambio o simplemente, querer tener un año sabático, son algunos de los motivos que esta empresa pionera ha hecho su leitmotiv, Sabática.org. Bajo el lema 'Haz un paréntesis' se esconde una manera de hacer turismo útil. Sabática nace en junio de 2007 con la idea de ofrecer a sus clientes "experiencias humanitarias, distintas formas de conocer un país que no sean las típicas del turista, para aquellos que deseen implicarse en la vida del país que visitan". Dentro de la gestión del voluntariado, la compañía ofrece, en colaboración con distintas ONG locales, 36 programas en 16 países del mundo, que contemplan actividades de desarrollo social comunitario, educativo, sanitario, turístico o veterinario, como rescatar pingüinos contaminados por petroleros en Sudáfrica. cooperar en un proyecto de escuelas en la India o participar en la conservación del medio ambiente australiano.

Sabática se compromete a supervisar el programa durante el tiempo que dure su compromiso con la empresa. El único requisito, previo proceso de selección, para formar parte de algunas de las actividades que desarrolla Sabática es tener 18 años y ganas de embarcarse en una de estas aventuras. Otra agencia de viajes que tiene como objetivo ofrecer rutas de turismo alternativas, es Riki tiki tavi.es, "un proyecto humano, creativo, educativo, divertido, ecológico y solidario", la opción de viaje más buscada por la mujer.

mónicaURGOITiarístegui

#### >>zonaHECHOS



A nadie le cabe la menor duda de que España es y será uno de los destinos favoritos de los turistas, pero por si hay dudas, Isabel Garaña, secretaria general de Turespaña, nos da una amplia visión sobre el sector

**Isabel Garaña** Secretaria general de Turespaña

## "I need Spain"

Mujeremprendedora: ¿Cómo llega a Turespaña y cómo ha sido su experiencia en el Instituto?

Isabel Garaña: Pertenezco al Cuerpo Superior de Administradores Civiles del Estado, por lo que mi llegada a Turespaña se produce en el ejercicio de mi carrera profesional. Me interesa el trabajo en el sector público, fundamentalmente el que se desarrolla en contacto con diferentes sectores económicos. Hace siete años que trabajo en el sector, mi

primer puesto fue como Jefa de Gabinete, que es una posición apasionante en la Administración General del Estado, porque ahí sí que contribuyes a que las cosas pasen, tienes que coordinar todos los equipos, estás en los centros de decisión y adquieres mucho conocimiento. Participé en el proceso de elaboración de nuestro actual plan estratégico, el Plan del Turismo Español Horizonte 2020. En la actualidad soy la Secretaria General de Turespaña. Tengo la suerte de trabajar con

grandes profesionales, expertos, a los que les encanta su trabajo. Es un privilegio poder trabajar en el desarrollo de este gran macrosector económico, que tanta incidencia tiene en el bienestar de todos los ciudadanos, y que es un motor de creación de empleo. Trabajar con el sector turístico es hacerlo con una industria dinámica, excelente y que es referente empresarial en los merinternacionales. cados Turespaña hay un gran equipo, los desafíos son continuos y desarrollamos, con gran entusiasmo, cada vez más proyectos para atraer turistas a nuestro país.

#### ME.:¿Cuáles son los nuevos mercados por los que apuesta el Instituto?

I.G.: Conscientes de que sólo los destinos más competitivos y mejor posicionados podrán competir por el liderazgo en el nuevo entorno globalizado, hemos apostado por la mejora del posicionamiento de la imagen de nuestro país en el exterior. Partiendo del análisis de los atributos de nuestra marca, hace ya algo más de un año pusimos en marcha la nueva campaña de publicidad internacional "I need Spain" que ha supuesto un salto cualitativo en la forma de comunicarnos en los más de 40 mercados internacionales a los que se ha dirigido esta campaña. Basada en el estilo de vida español, la campaña "I Need Spain" busca reposicionarnos en los destinos tradicionales y posicionarnos en los emergentes. Por eso, por primera vez, se han incluido anuncios específicamente destinados al mercado asiático. La campaña ha sido vista por 467 millones de personas y los resultados muestran que la marca España sigue encontrándose entre las más recordadas de forma espontánea en todos los mercados europeos. En los principales mercados ocupa siempre la primera o segunda posición y en mercados no europeos, meiora notablemente el posicionamiento (EEUU, China).

#### ME.: ¿Es el turismo una solución para el momento de crisis que estamos viviendo?

I.G.: El turismo es la primera industria económica de nuestro país, que puede presumir de seguir siendo líder mundial en turismo vacacional desde hace más de veinte años y de ocupar en la actualidad el segundo puesto de los países que más ingresos generan por turismo. En los primeros cuatro meses del año, España ha recibido 13,8 millones de turistas, un 8,5% más respecto al mismo periodo del año anterior. Durante

el mes de abril visitaron España un total de 4,7 millones de turistas internacionales, un 20,9% más que en el mismo mes de 2010. Asimismo, el gasto total ascendió a 12.627 millones de euros en el periodo enero-abril, lo que ha supuesto una subida del 8,7% con respecto al mismo periodo del año anterior. Por su parte, los turistas que visitaron España en abril realizaron un gasto total de 4.217 millones de euros, un 24,1% más que en el mismo mes de 2010.

## ME.: ¿Qué hace de España un lugar tan especial frente a otros países de la cuenca Mediterránea?

I.G.: Lo que más destacan los turistas que hacen de España un país mejor posicionado es su buena relación calidad-precio, el concepto de seguridad integral que ofrecemos al turista y las buenas infraestructuras de transporte, buenas carreteras, infraestructuras aeroportuarias, portuarias y buenas comunicaciones ferroviarias. Somos un país muy conocido por el sol y playa y, es sin duda, una enorme fortaleza. Alrededor del 68% de los turistas que nos visitan vienen atraídos para realizar este tipo de turismo, pero tenemos una diversidad de producto turístico que nos hace más singulares: la cultura, la naturaleza, la gastronomía, el turismo de negocios... De los 53 millones de turistas que nos visitan, más de 30 millones reconocen tener algún interés cultural y 7,5 millones vinieron por motivos exclusivamente culturales; España es el primer país del mundo con más ciudades declaradas patrimonio de la humanidad y sus Museos reciben más de 7 millones de visitas.

#### ME.: ¿Qué papel tienen la innovación y las nuevas tecnologías en el sector turístico español?

I.G.: El uso intensivo de las tecnologías está cobrando un papel protagonista en la comunicación con nuestros clientes actuales y potenciales. En España el 80% de los turistas que nos visitan son usuarios de internet, seis de cada diez búsquedas online tienen que ver con viajes y destinos y el 40% del comercio electrónico corresponde a venta de productos turísticos. Estamos promoviendo también la innovación entre las empresas mediante la constitución de Agrupaciones Empresariales Innovadoras que suman el esfuerzo de 582 empresas, 40 universidades, 27 centros tecnológicos y 222 asociaciones y más de 70 organismos públicos (cámaras de comercio, administraciones públicas, federaciones, etc.) todos ellos repartidos en ámbitos territoriales diversos e incorporando subsectores como hotelería, restauración, bodegas, proveedores tecnológicos, consultores, universidades, fundaciones, ayuntamientos, parques tecnológicos, centros de innovación, etc. Seguimos trabajando y mejorando nuestro portal oficial del turismo, el spain.info, que basado en cinco propuestas: (ven, conoce, disfruta, saborea y vive), contiene versiones adaptadas a los distintos mercados emisores y contiene más de 400.000 páginas y 18.000 imágenes. Y, próximamente, presentaremos la campaña de publicidad on line, con gran presencia en redes sociales, teniendo en cuenta la publicidad por recomendación.

#### ME.: ¿Es el turismo motor para la igualdad de género y empoderamiento de las mujeres?

I.G.: Desde luego que sí. El turismo es un motor de empleo, una de las principales fuentes de empleo para las mujeres. En Turespaña hay grandísimas profesionales, tanto en nuestros servicios centrales como en la Red de Oficinas en el Exterior, hay grandes empresarias en el sector y además esta gran industria constituve una importante puerta de entrada en el mercado laboral para las mujeres. El turismo es la primera industria de España y de otros muchos países, y desde luego contando con las mujeres se asegura la excelencia profesional y se apuesta por la competitividad.

mónicaURGOITIarístegui

## Magtel





## Agrupa Jaén: apuesta del Gobierno andaluz



Antonio Ávila, Antonio Almazán, José Moreno, y representantes de las 21 cooperativas

Hojiblanca pone en marcha este plan para sus cooperativas de Jaén que tendrá como centro de operaciones las instalaciones de Fedeoliva en Guarromán

El Grupo Hojiblanca presentó el pasado 6 de mayo el proyecto Agrupa Jaén, con el que apuesta por esta provincia y espera seguir uniendo más cooperativas en torno a una empresa cooperativa consolidada y que se ha convertido en el mayor productor mundial de aceite de oliva virgen. El acto contó con la presencia del consejero de Economía, Innovación y Ciencia de la Junta de Andalucía, Antonio Ávila, a quien acompañaron otras autoridades locales y provinciales. Ávila destacó durante su intervención las posibilidades que supone el complejo industrial para los olivareros de Jaén, "ya que ofrece un mayor control y coordinación sobre aspectos fundamentales para ganar peso en el mercado, como pueden ser la capacidad de almacenamiento, de envasado propio, de suministro e, incluso, de desarrollo de I+D+i". El acto de presentación se celebró en Guarromán, en las instalaciones industriales que el Grupo adquirió a través de una subasta en febrero a Invercaria, empresa pública de Capital Riesgo dependiente de la Agencia de Innovación y Desarrollo (IDEA) de la Consejería de Economía, y que pone al servicio de las cooperativas de Jaén. El presidente

del Grupo, José Moreno, señaló que son varias las líneas de trabajo que piensan desarrollar a partir de estas instalaciones: bodega de almacenamiento común de aceites; planta de envasado; laboratorio; y almacén, a partir del cual desarrollar servicios que ya están prestando a las cooperativas como el de reparación de maquinaria oleotécnica, suministros o servicios de información y asesoramiento a los agri-

#### >>Gobierno andaluz

Es destacable la apuesta del Gobierno andaluz ante estos retos, con la puesta en marcha de iniciativas para favorecer los procesos de concentración interprofesional y de comercialización, así como de investigación e innovación, entre ellas, el Mercado de Futuro del Aceite de Oliva, los incentivos de respaldo a procesos de fusión, o la Ley del Olivar, que acaba de iniciar su proceso parlamentario.

cultores, así como otros servicios que sus cooperativas vayan demandando. El consejero de Economía resalta la solidez del proyecto empresarial de Hojiblanca en Andalucía y recuerda que el sector se enfrenta a retos como la excesiva atomización, tanto en la produc-

ción, como en la comercialización, "pues no tenemos empresas de tamaño suficiente para competir y liderar el mercado mundial". Asimismo, el consejero recordóque se inicia la tramitación de la nueva Ley de Sociedades Cooperativas Andaluzas,

otra normativa que incidirá en el desarrollo futuro del sector y en el conjunto de casi 1.100 cooperativas agrarias registradas en Andalucía. Con esta normativa, indica Ávila, "atendemos la demanda y reconocemos el peso empresarial y laboral que tienen estas sociedades, además de ser una herramienta que impulse la competitividad, por eso conllevará novedades para agilizar los trámites administrativos a la hora de crear sociedades y grupos empresariales cooperativos y favorecerá una mayor flexibilidad para incorporar socios y crear puestos de trabajo".

#### Agrupa Jaén

Gracias al proyecto AgrupaJaén, las cooperativas no sólo serán propietarias de esta industria, sino que también lo serán de otras que Hojiblanca posee en otros lugares como Villarrubia (Córdoba), El Saucejo (Sevilla) o Antequera (Málaga). Para el Grupo, se trata de apostar por los territorios en los que opera, como Jaén, donde es el mayor grupo productor-comercializador con 21 cooperativas asociadas que este año han producido 60.000t, y que se ha convertido en la principal provincia productora de Hojiblanca, que no obstante, es el mayor grupo de Córdoba, Málaga, Cádiz y Ciudad Real -además de Jaén- y tiene cooperativas en Granada, Sevilla y Badajoz; en total 91 cooperativas aceiteras con una producción media superior a las 180.000 toneladas. El presidente de Hojiblanca ha llamado a la responsabilidad de todos y ha señalado que la concentración de la oferta "es la herramienta que está en nuestras manos para tener mejores oportunidades en el mercado". •

#### >>zonaHECHOS>medio ambiente



Cría de lince ibérico

#### El lince ibérico se recupera en Andalucía



El programa de cría en cautividad del lince ibérico supera las previsiones y suma 26 nuevos cachorros en 2011

El Programa de Conservación Ex-situ del Lince Ibérico ha superado las previsiones iniciales para esta campaña y cuenta con 26 nuevos cachorros nacidos durante la temporada de cría 2011. De estos cachorros, 14 han nacido en El Acebuche (Espacio Natural Doñana), 11 en La Olivilla y uno en el centro ubicado en Silves (Portugal). Así lo confirmaron el pasado mes de mayo el consejero de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía, José Juan Díaz Trillo, y el director general de Medio Natural y Política Forestal del Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM), José Jiménez, durante la visita que realizaron al centro de cría La Olivilla (Jaén).

Y es que este programa, puesto en marcha por la Junta de Andalucía y el MARM, ha superado las previsiones sobre todo en el número de hembras que han copulado. Así, a comienzos de la temporada de cría se contaban 29 hem-

bras con posibilidades de emparejarse, de las que finalmente lo han hecho 26, lo que supone el 92,8% y constituye un importante incremento respecto a los años previos, ya que entre 2005 y 2010 el porcentaje medio de hembras emparejadas en el Programa Ex-situ que llegaron a copular fue del 66,6%.

Este año, 17 de esas 26 hembras han quedado preñadas, lo que supone casi el 66% de las mismas, un porcentaje similar al obtenido desde el comienzo del programa. Finalmente, el número medio de cachorros que han salido adelante por cada hembra ha sido de 1,5, siguiendo la línea mantenida hasta ahora dentro de esta iniciativa. No obstante, todavía se están realizando pruebas para confirmar posibles embarazos en algunas de las hembras restantes, por lo que no se descarta que pudieran incrementarse estas cifras durante el resto de la temporada.

#### >> Crece el AIS de Doñana

La Junta de Andalucía ha aprobado la integración de los términos municipales onubenses de Bollullos Par del Condado, Bonares y Rociana del Condado en el Área de Influencia Socioeconómica (AIS) del Espacio Natural de Doñana. Con la incorporación de los tres nuevos municipios, el AIS de Doñana queda formada por un territorio con una superficie de 291.300 hectáreas (54.252 dentro de los límites del Parque Nacional de Doñana) y una población de más de 175.000 habitantes, repartida entre los municipios de Sanlúcar de Barrameda (Cádiz); Almonte, Bonares, Bollullos Par del Condado, Hinojos, Lucena del Puerto, Moguer, Palos de la Frontera y Rociana del Condado (Huelva), y Aznalcázar, Isla Mayor, La Puebla del Río, Pilas y Villamanrique de la Condesa (Sevilla).

#### >>Estrategia Andaluza de Sostenibilidad Urbana



Objetivo, luchar contra el cambio climático

El Consejo de Gobierno aprobó el pasado mayo la Estrategia Andaluza de Sostenibilidad Urbana (EASU), documento que integrará las dos principales iniciativas de Junta para mejorar el modelo de desarrollo en este ámbito: el programa Ciudad 21 y el Pacto de los Gobiernos Locales frente al Cambio Climático. La estrategia, elaborada con la colaboración destacada de la Federación Andaluza de Municipios y Provincias (FAMP), aborda materias como el urbanismo, la edificación, la movilidad y el uso de los recursos naturales y energéticos, con el objetivo de contribuir desde las ciudades a la lucha contra el cambio climático y a la conformación de un nuevo modelo de economía sostenible...

# Más de 1,6 millones para la promoción exterior del aceite de oliva

A través del III Plan de Promoción Exterior del Aceite de Oliva español en el que participan Asoliva, la Interprofesional del Aceite de Oliva, ICEX, Junta de Andalucía y Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha

El Plan de Promoción Exterior del Aceite de Oliva Español 2011 cuenta con un presupuesto total de 1'6 millones de euros para dar a conocer las cualidades de este producto, asociado a España como primera productora y comercializadora del mundo. Una cifra que, junto con los resultados de la edición anterior, se dio a conocer el pasado mes de mayo en Jaén por las entidades públicas y privadas que lo desarrollan y financian, la Interprofesional del Aceite de Oliva y Asoliva (Asociación Española de la Industria y el Comercio Exportador de Aceite de Oliva), por parte del sector, y el Instituto de Comercio Exterior (ICEX), la Junta de Andalucía y la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, por la parte pública. El acto estuvo presidido por el consejero andaluz de Economía, Innovación y Ciencia, Antonio Ávila.

#### Casi cinco millones de euros en 3 años

El presupuesto del Plan, puesto en marcha en el año 2009, para este 2011 alcanza prácticamente la misma cifra que en 2010 y 2009, lo que da una idea precisa del esfuerzo que, en tiempos de reducción de presupuestos, todas las parten han realizado para mantener el programa de promoción en su misma dimensión.

De esta forma, al finalizar 2011, se habrán invertido 4,9 millones de euros en la promoción del aceite de oliva español en el mundo en sólo tres años. De la cantidad correspondiente a 2011, el sector, representado por la Interprofesional y Asoliva, asume el 50%, repartiéndose la otra mitad del presupuesto entre ICEX (25%), Extenda (20%) y la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha (5%).

En cuanto a los objetivos del Plan, éste se marcó como preferentes los mercados de Australia, Brasil, China, Estados Unidos, India, México, Polonia, República Checa, Rusia y Ucrania. Algunos son mercados donde el producto ya tiene tradición y en otros no ha hecho sino empezar a llegar a finales del siglo XX y principios del XXI, pero todos muestran un enorme potencial de crecimiento y oportunidades para las empresas españolas, como demuestran los datos de los últimos años.

Por ejemplo, el mercado chino, en el año 2007 era el décimo quinto destino del aceite español, con unas compras de 12,7 millones de euros. En sólo tres años casi se han triplicado las ventas, hasta llegar a 34,6 millones de euros, siendo el décimo destino de nuestras exportacio-

#### Balance 2010

España exportó en 2010 más de 800.000 toneladas de aceite de oliva, lo que supone cerca del 60% de todo el aceite producido en nuestro país en la campaña 2009-2010 (1,4 millones de toneladas). Tomando como referencia los datos de producción que elabora el Consejo Oleícola Internacional (COI), esto significa que España vendió en otros países prácticamente la misma cantidad de aceite que produjeron conjuntamente los olivares de Italia, Grecia y Portugal el año pasado. El valor alcanzado en el mercado por estas producciones se situó en 2010 en 1.953 millones de euros (datos de Aduanas Españolas), lo que significa un 25,2% más que el año anterior y un nuevo récord exportador. Estas cifras refleian crecimientos muy importantes en todos los mercados objeto del EE.UU, China, Australia, República Checa, Brasil, India, México, Polonia, Rusia y Ucrania. En todos ellos, la cuota española está por encima de su primer competidor, Italia, salvo en EE.UU., donde se encuentra en segunda posición, pero con un crecimiento en el último año del 31%.

nes. En Brasil, el otro gran mercado emergente, los resultados también han sido muy positivos, de modo que en 2007 ese país compraba aceite de oliva español por un valor de 28,1 millones de euros. En 2010 fueron 44,8 millones, situando ese mercado como el octavo comprador de España. Los datos para Estados Unidos son aún más positivos. Las Aduanas de ese país contabilizaron en 2010 importaciones de aceite de oliva español por más de 154 millones de euros, un 25% más que en el año 2009, lo que tiene gran importancia por tratarse de un mercado de gran tradición y sitúa a ese país como el segundo comprador de aceite de oliva español del mundo, tras Italia.



#### Honores en el Día de la Provincia

#### >> Colaboración con la IX Feria de la Ciencia

La Diputación de Sevilla y la Sociedad Andaluza para la Divulgación de la Ciencia suscribieron recientemente un acuerdo de colaboración para la celebración de la IX Feria de la Ciencia, a la que acudieron unos 3.500 alumnos de centros docentes que se acercaron a la ciencia de una manera mucho más amena para ellos. La institución provincial otorgó alrededor de 15.000 euros para la puesta en marcha de este evento.

#### >>El Programa 'Conoce la Provincia' oferta 145 rutas

Prodetur, entidad dependiente de la Diputación de Sevilla, ha puesto en marcha para este año un total de 145 rutas que se estima que recorrerán unas 7.300 personas. Estos recorridos están dirigidos a asociaciones vecinales y socioculturales de la provincia con el objetivo de difundir el conocimiento de la tierra en la que viven así como poner en funcionamiento una oferta de ocio que reúna gastronomía, naturaleza y tradición.

La Diputación de Sevilla concede una serie de honores a ilustres personajes realacionados con la provincia de Sevilla durante la celebración del 'Día de la Provincia'



Momento en el que se hicieron públicas las distinciones concedidas

El pasado mes de mayo, durante la celebración del Día de la Provincia, la Diputación de Sevilla realizó una serie de distinciones a propuesta de los grupos políticos que forman esta institución en conmemoración de esta fecha.

Así, el título de Hijo Adoptivo de la Provincia de Sevilla recayó en Monseñor Carlos Amigo Vallejo, exarzobispo de Sevilla y actual Cardenal de Santa María de Montserrat de los Españoles, autoridad de la que el presidente de la Diputación de Sevilla, Fernando Rodríguez Villalobos, subrayó que "siempre ha dado lecciones de cómo servir a los demás y vivir para los demás".

Respecto a las Medallas de Oro de la provincia, han sido otorgadas al torero José Antonio Morante Camacho ('Morante de la Puebla'), a los artistas flamencos Juan Peña (El Lebrijano), y para Matilde Corrales González (Matilde Coral), así como a los futbolistas Jesús Navas, Carlos Marchena y Sergio Ramos, campeones del mundo con la selección española durante el Mundial de Sudáfrica celebrado el año pasado.



El presidente de la Diputación de Sevilla junto con algunos alcaldes de la provincia

#### >> Recepción en la Feria a los alcaldes de la provincia

El pasado mes de mayo, durante la celebración de la Feria de Sevilla, la Diputación Provincial organizó la tradicional recepción a los alcaldes de la provincia, un evento al que también acudieron varios consejeros, representantes sindicales, así como el delegado del Gobierno en Andalucía, Luis Sevilla.



El Río Guadalquivir a su paso por Sevilla

## Luz verde al Consorcio del Gualdaquivir

El Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía autorizó el pasado mes de mayo la creación del Consorcio Guadalquivir, entidad que tendrá como principal objetivo la dinamización económica de los municipios ribereños de este Río y de su principal afluente, el Genil, a partir del aprovechamiento de sus posibilidades turísticas, paisajísticas, medioambientales y culturales.

El Consorcio estará participado por la Administración autonómica, las diputaciones de las provincias ribereñas (Cádiz, Córdoba, Granada, Huelva, Jaén y Sevilla), los sindicatos CCOO-A y UGT-A, la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA) y la Asociación Red de Ciudades Guadalquivir. Su actividad se centrará en el impulso del Proyecto Guadalquivir, una iniciativa dirigida a reforzar el papel de las comarcas ribereñas como ejes del desarrollo socioeconómico de la Andalucía interior. En este sentido, el consejero de Turismo, Comercio y Deporte, Luciano Alonso, ha señalado que este proyecto supera los valores turísticos para convertirse en una "acción integral" dirigida al desarrollo socioeconómico de la Comunidad.

El nuevo órgano contará con un capital fundacional de dos millones de euros en sus primeros cuatro años de funcionamiento. De esta cantidad, la Junta aportará el 53%; las diputaciones, el 36%; la Red de Ciudades Río Guadalquivir, el 5%; la CEA, el 3%; y las organizaciones sindicales otro 3%.

Para desarrollar el Proyecto Guadalquivir, el Consorcio ejercerá funciones como el diseño de una oferta de actividades turísticas vinculadas al Río; la redacción y contratación de pro-



la nueva entidad, integrada por la Junta, las diputaciones y los agentes sociales, impulsará el turismo de interior en torno al principal Río andaluz

yectos de obras y servicios; la administración de instalaciones de interés turístico, y la formalización de operaciones de crédito y solicitudes de incentivos. El ejercicio de estas competencias se realizará a través de planes anuales de actuación.

En esta línea, Alonso ha precisado que se trata de un "compromiso" para unir los recursos fragmentados existentes en torno al Guadalquivir y el Genil con el objetivo de influir de forma positiva en "el empleo, la vertebración territorial, la creación de infraestructuras y el desarrollo socioeconómico". Junto a ello, ha asegurado que el Proyecto Guadalquivir permitirá promover "nuevas oportunidades" desde la sostenibilidad económica, social y ambiental de la región.

Entre otras previsiones, el Proyecto Guadalquivir incluye acciones como la habilitación de un sendero de 700 kilómetros, que podrá ser recorrido a pie, en bicicleta o a caballo; la remodelación de las estaciones ferroviarias para desarrollar el proyecto Guadalraíl, y la construcción de alrededor de medio centenar de estaciones fluviales en tramos de Río y embalses como zonas de usos recreativos. Estas áreas se crearán cada 25 o 30 kilómetros y algunas de ellas funcionarán como centros de visitantes para canalizar los flujos turísticos a los distintos territorios representativos de la cuenca (la sierra, la vega, el Genil, la marisma y la desembocadura).

La iniciativa también pretende ordenar la oferta turística de los municipios ribereños por segmentos específicos, así como diseñar programas dirigidos a potenciar los recursos de cada zona, desde los deportivos y de ocio a los culturales y gastronómicos. Así, el programa denominado 'Guadalquivir Cultural' aprovechará las posibilidades que presentan las grandes ciudades monumentales (fundamentalmente Sevilla, Córdoba y Granada) para extender la oferta turística a otras poblaciones medias del interior

El consejero de Turismo ha recordado que el Guadalquivir, en su recorrido, engloba siete parques naturales, grandes áreas urbanas de importante tradición cultural, ciudades medias con un destacado patrimonio, y zonas productoras de aceite, vinos, embutidos y artesanía. Con estos valores como punto de partida, el proyecto promoverá las distintas líneas de actuación a partir de la "sostenibilidad, competitividad e innovación".

Por otro lado hay que destacar que el Consorcio Guadalquivir será el encargado de reforzar la cooperación entre administraciones y entidades públicas y privadas para construir las infraestructuras necesarias, coordinar las campañas de divulgación y mejorar la calidad de los servicios y equipamientos ligados al proyecto. Alonso ha matizado que tendrá su sede en Sevilla y contará con un capital fundacional de dos millones de euros.

#### >>zonaHECHOS>autónomas



#### karenGAJATEschoormans

Presidenta ATAE Andalucía Secretaria de Administración, Programas y Proyectos de UPTA-Andalucía

## Mujer migrante, autoempleo y conciliación

Mujer migrante, autoempleo y conciliación' es el título de un estudio de investigación y una visión de la realidad socioeconómica que nos rodea. La migración pone de manifiesto que el fenómeno de la movilidad humana ha tenido importantes transformaciones en estos últimos años: ha pasado de ser un fenómeno casi exclusivo de los hombres a ser, en el momento actual, compartido por un importante número de mujeres. En este caso, al hecho de ser mujer y autónoma se le suma el de ser migrante. Al handicap diario que supone conciliar familia y empleo autónomo, se le suma en este caso su condición de extranjeras, que acarrean, a su vez, una serie de circunstancias tanto del entorno como de su propia condición, asumiendo una serie de conductas y costumbres aprendidas desde su cultura origen. Este hecho a veces las condiciona y limita para su integración en el país de acogida; desconocen la burocracia administrativa y los recursos, y la distancia física con los suyos les dificulta las redes familiares de colaboración. Y, sin embargo, a pesar de las limitaciones, conscientes de su espíritu emprendedor y con actitud valiente ante el riesgo, consiguen poner en pie sus propios negocios. Este hecho resulta de vital importancia para potenciar el emprendimiento a través de la fórmula del trabajo autónomo. Pero, ¿qué dificultades encuentran estas mujeres Migrantes? Además de las jurídico-administrativas, encontramos la falta de recursos sociales en materia de conciliación, la débil inclusión de la perspectiva de género en la normativa y la falta de reconocimiento de la mujer migrante. En lo referente a la conciliación de la vida laboral y familiar, la incorporación de la mujer andaluza al mercado de trabajo hace que sean las mujeres migrantes las que ocupen sus "lugares en el hogar" a cambio de unas condiciones laborales muy precarias, por lo que la igualdad entre hombres y mujeres tampoco se cumple con las mujeres migrantes. Indudablemente, son importantes agentes de conciliación; sin embargo, casi nadie se pregunta cómo concilia la mujer migrante. A pesar de ello, han encontrado un 'hueco' en nuestro mercado de trabajo y han sabido aprovechar las ocupaciones emergentes para el desarrollo de sus iniciativas de trabajo autónomo. El trabajo por cuenta propia se vislumbra como una gran oportunidad al ser una situación más acorde con su realidad social; debemos destacar que las mujeres de los países latinoamericanos y africanos tienen una larga tradición a la hora de emprender pequeños negocios. El trabajo autónomo les permite competir en el mercado laboral, en unas condiciones más igualitarias que el trabajo por cuenta ajena y favorece la conciliación de la vida laboral y familiar. Las dificultades jurídicas son un impedimento al desarrollo personal y profesional, ya que los obstáculos que encuentran a la hora de homologar sus títulos académicos, el deber de cumplir con su proyecto migratorio y las constantes renovaciones administrativas y las limitaciones de éstas, influyen, negativamente, en su progreso personal y profesional a través de la formación y el estudio. En cuanto a la falta de recursos sociales, hay que destacar que, teóricamente, las mujeres migrantes tienen el mismo derecho que las personas autóctonas a utilizar los recursos de conciliación; sin embargo, la realidad es que, estas mujeres, usan poco unos recursos sociales que han sido creado a través de parámetros culturales ajenos a ellas, va que les supone enfrentarse a situaciones, choques culturales, difíciles de resolver para las personas recién llegadas.

La vivienda es un obstáculo más. Si ya de por sí es un problema para cualquier persona, lo es aún más para este colectivo: en muchas ocasiones, los propietarios de pisos se niegan a alquilar las viviendas a trabajadoras y trabajadores extranjeros. Los principales recursos de conciliación que demandan las mujeres son guarderías, unidades de respiro familiar o comercios de proximidad. Pero lo más importante es aumentar su número, capacitar al personal para trabajar con otras culturas y potenciar las capacidades de las personas con vistas a mejorar sus oportunidades de inserción laboral. Tenemos que ser más conscientes de la situación en la que se encuentran estas mujeres, estas madres trabajadoras y emprendedoras. Es necesario, de un lado, un aumento de la sensibilidad de la sociedad en general y de todas las administraciones y organizaciones ante esta realidad social y, de otro, que se siga apoyando a las mujeres migrantes en Andalucía, todo un ejemplo de cultura emprendedora...

Estudio 'Mujer migrante, Autoempleo y Conciliación' (Financia: Fondo Social Europeo y la Consejería de Empleo de la Junta de Andalucía. Desarrolla: ATAE Andalucía)

#### >>zonaMUJER

El jurado del Premio Internacional de Novela Corta 'Ciudad de Basbatro' ha decidido conceder el galardón de este año a la novela 'Estado de sitio' de la periodista Cristina Fallarás. En total han sido 162 las novelas de 23 autores de Alemania, Bélgica, Francia, Argentina, Bolivia, Colombia, Estados Unidos, México y Nicaragua las que han concurrido a este certamen dotado con 15.000 euros y la publicación de la obra por la editorial DVD.





#### María José Rienda

La deportista María José Rienda es la nueva directora del programa deportivo de la estación de esquí y montaña de Sierra Nevada. En concreto la esquiadora se encargará de la asistencia y coordinación de cada uno de los eventos nacionales e internacionales que se celebren en el recinto granadino.



Mireia Acosta Seró, miembro de la Asociación de Mujeres Cineastas y de Medios Audiovisuales, se ha incorporado a Veralia, compañía del Grupo Vocento que aglutina las empresas de producción de contenidos audiovisuales y distribución de cine, como directora general de Contenidos con responsabilidad directa

sobre la creación, desarrollo v comerciali-

zación de contenidos audiovisuales a tele-

visiones y otros soportes.

#### Ana María García Gascó

Esta ingeniero industrial ha sido nombrada directora general de Conaif (Confederación Nacional de Asociaciones de Empresas de Fontanería, Gas, Calefacción, Climatización, Protección Contra Incendios, Electricidad y Afines) en la reunión de la Junta Directiva Extraordinaria celebrada el pasado mayo en Madrid. Sustituye en el cargo a Alberto Aceña, que ha pasado a afrontar nuevos retos profesionales.



#### Alma Guillermoprieto

Asociación de la Prensa de Cádiz ha acordado otorgar el Premio Agustín Merello de la Comunicación en su XX edición a la periodista mexicana



Alma Guillermoprieto por su trayectoria profesional, en la que ha elevado el género del reportaje y la crónica, desarrollado con rigor y honestidad a niveles de excelencia. Guillermoprieto es la primera mujer que recibe este galardón.

#### conjugando lourdesOTERO

#### Envejecer



i tomamos este verbo en sentido literal nos hace pensar en un significado peyorativo. A nadie nos gusta hacernos viejas. Pero también tiene ese significado amable que alude a hacerse mayor, cumplir años, acumular experiencia y sabiduría...

Desde luego nuestras madres, en la mayoría de los casos, no están envejeciendo de la misma manera que lo hicieron nuestras abuelas ni mucho menos nuestras bisabuelas. Nos encontramos a diario con numerosos casos de mujeres que están viviendo plenitud en sus vidas a partir de los sesenta años. Nuestras madres tienen mejor salud que nosotras. Han sufrido tanto en la vida, han pasado tantos graves problemas, que ahora disfrutan de la poca o mucha salud que tienen como un regalo de la vida. Nosotras no, somos una generación llena de depresiones, ansiedades, frustraciones...

Nuestras madres están disfrutando ahora de estudiar, de aprender. Cada día proliferan más las academias para adultos, las clases de baile, los cursos de informática... Han abandonado el ganchillo y el macramé y ahora acuden a todo curso que se les pone por delante. Tienen tiempo y tienen ilusión por aprender cosas que hasta hace poco estaban, en cierta manera, vetadas para ellas. Y, por si fuera poco, disfrutan de sus nietos más de lo que nosotras hacemos de nuestros hijos (que son los mismos).

Me llena de satisfacción ver cómo disfrutan de la vida, pero también reconozco que me produce ansiedad. Yo no sé si voy a ser capaz de llegar a ese momento reposado, pero activo. No sé si voy a ser capaz de envejecer con la sabiduría que lo hacen ellas.

## "Unidos frente al cáncer"

#### El cáncer de mama en cifras

**1**a

causa de muerte femenina

16.000

nuevos casos diagnosticados cada año

#### 45-65 años

edad con el máximo de casos diagnosticados

60-70%

porcentaje de casos que se curan

#### 65 años

edad media de muerte por esta causa

Por zonas geográficas, comunidades que tienen un índice alto de mortalidad son Gran Canaria y Cataluñá, mientras que Navarra y Galicia són las comunidades con menos número de muertes

Mujeremprendedora: La Diputación de Málaga ha presentado recientemente una exposición bajo el título, '¿Heroínas o Víctimas?', ¿Para usted, qué son las mujeres que han sufrido una enfermedad tan tremenda como es el cáncer?

Isabel Oriol: Para mí son personas que han tenido un gran impacto cuando les diagnosticaron esta enfermedad. No obstante, son mujeres que tras haber sufrido este impacto son un gran ejemplo de superación, con un gran empuje, mujeres valientes, mujeres que afrontan su enfermedad con espíritu de lucha.

#### ME.: ¿Qué cifras se manejan en España sobre la incidencia de la enfermedad?

I.O.: En España hay actualmente más de un millón de personas enfermas de cáncer y se diagnostican alrededor de 200.000 casos nuevos cada año. Sin embargo, para nosotros, los afectados de cáncer no son solo los pacientes, son también su entorno más cercano. Así que esta cifra del millón y medio es muy superior.

#### ME.: ¿Somos las mujeres más propensas a sufrir esta enfermedad que los hombres?

I.O.: El sexo no es un factor determinante del cáncer. Esto no significa que haya determinado tipo de tumores que son más propensos a desarrollar en mujeres como, por ejemplo, el cáncer de mama que en un 99% es femenino, aunque queda un 1% masculino. No obstante, los datos epidemiológicos demuestran que en España hay más casos de cáncer en hombres que en mujeres. Los expertos creen que es debido a

Es inevitable y humano sentir miedo cuando el resultado de un diagnóstico es cáncer. Es una espada de Damocles que pende de nuestras cabezas, pero desde la Asociación Española Contra el Cáncer nos indican que una detección precoz nos evita muchos pesares futuros. De esto y de cómo actúa esta asociación hemos hablado con su presidenta, Isabel Oriol

los hábitos de vida menos saludables que han llevado los hombres. Por desgracia, las mujeres han empezado a asumir estos malos hábitos, lo que está dando como resultado un aumento progresivo de los casos de cáncer. Sin duda, los factores ambientales influyen de una manera importante en estas cifras.

#### ME.: ¿Qué balance hace de su paso por esta Asociación?

I.O.: Es un balance muy positivo, sobre todo por el inmenso valor humano que me he encontrado en ella y por la impresionante misión que se desarrolla. Se ha hecho mucho en la lucha contra el cáncer pero todavía nos queda mucho por hacer y, en esto, necesitamos estar todos unidos frente al cáncer.

#### ME.: ¿Con una buena dieta, ejercicio y prevención, podemos 'mitigar' el cáncer?

I.O.: Con hábitos de vida saludable podemos disminuir el riesgo de desarrollar la enfermedad. La Organización Mundial de la Salud aconseja que si se sigue una dieta equilibrada, se realiza ejercicio de manera regular, no se fuma y se toma el sol con protec-

ción y precaución, el 40% de los tumores son potencialmente evitables. Está en nuestra mano mejorar nuestra propia vida.

#### ME.: ¿Cree que se hallará una cura definitiva para esta enfermedad?

I.O.: Creo que lo primero que lograremos será planificar la enfermedad, que podamos decir que se muere con cáncer pero no de cáncer. La cura definitiva será el siguiente paso pero todavía, hay que ser realistas, estamos en el primero.

#### ME.: Me gusta mucho el lema de 'Un día para cambiar el resto de tu vida', ¿qué se esconde detrás de esta frase?

I.O.: Responsabilidad. Debemos de ser responsables de nuestra propia salud, cuidar de ella, y preservarla. Es un llamamiento para que cambiemos nuestra forma de vivir, para que eliminemos el humo de nuestras vidas desterrando definitivamente al tabaco, para que comamos de manera equilibrada y hagamos ejercicio de manera regular... En definitiva, para que seamos capaces de ayudar a crear una sociedad y un futuro más saludable.



ME.: ¿Cuáles son los proyectos de futuro más importantes que su asociación tiene previstos?

I.O.: Tenemos muchos proyectos. Por ejemplo, seguiremos poniendo el foco en la prevención y en la detección precoz como vías para aumentar la supervivencia en cáncer. Continuaremos estando a lado de los pacientes y sus familias con nuestros servicios más emblemáticos pues queremos estar muy cerca de los afectados (atención psicológica, cuidados paliativos, reinserción laboral...) pero también con nuevos programas como 'Primer Impacto', pensado para estar junto a ellos desde el primer momento de la enfermedad. El

fomento de la investigación oncológica será otro de los aspectos que durante este año seguiremos trabajando. Nos esforzaremos por seguir incrementando los fondos destinados a financiar investigación oncológica de calidad. En definitiva, seguiremos trabajando por disminuir el impacto que tiene el cáncer y mejorar la vida de las personas.

ME.: ¿Qué consejo daría a todas esas mujeres que no acuden al ginecólogo, ni a sus revisiones?

I.O.:¡Qué lo hagan! Es absolutamente necesario para poder detectar de manera precoz el cáncer y así poder aplicar tratamientos menos agresivos y más eficaces. Con la detección precoz, seremos capaces de mejorar el >>Consejos desde Sociedad Española de Oncología Médica (SEOM)

- \*El cáncer de mama es el tumor más frecuente en la mujer y la primera causa de muerte. El diagnóstico precoz del cáncer de mama es fundamental. La mamografía se plantea como la técnica de diagnóstico de cáncer de mama más utilizada universalmente.
- \*La autoexploración mamaria, ineficaz en el diagnóstico precoz de cáncer de mama esporádico, es una medida aplicable en esta población, dadas las cifras del 10-40% de tumores indetectables por mamografía mensualmente después de la menstruación y para los familiares en riesgo a partir de los 18 años.
- \*La exploración clínica mamaria diagnosticará el 8-45% de los casos palpables y ocultos por mamografía. Se recomienda repetirla cada 6 meses en mujeres afectadas y para familiares en riesgo anual a partir de los 25 años.
- \*Las exploraciones radiológicas mamarias, deberían apoyarse la información mamográfica con la aportada por la RM. Se recomienda realizar una mamografía anual a partir de los 25 años, complementada por ecografía de forma individualizada y RM anual
- En varones, se recomienda examen clínico (tacto rectal) y determinación serológica del PSA anualmente no más tarde de los 45 años y ecografía torácica (sin definir el intervalo).

pronóstico de la enfermedad y esto, en muchos casos, significa elevar los índices de supervivencia.

mónicaURGOITIarístegui

# "Todos nos hemos vuelto mucho más racionales"

La directora de moda y tiendas propias y en franquicia de una de las firmas de moda infantil de referencia, Chicco, concede una entrevista a Mujeremprendedora en la que repasa desde la trayectoria de la enseña en nuestro país hasta la situación del sector en el marco del clima económico actual

Mujeremprendedora: ¿Cómo se consigue diferenciar a Chicco de otras marcas de la competencia?

Rosa Melero: Es la única marca transversal 360° que cubre todas las necesidades del niño de 0 a 3 años, excepto en alimentación, y una marca de referencia desde hace 45 años. Sin embargo, la diferencia fundamental de Chicco frente a otras marcas es el producto que ofrece, su alta calidad y la excelente relación calidad-precio, lo que

>>Perfil

Rosa Melero estudió Administración y Dirección de Empresas. En 1985, se incorporó al Grupo Cortefiel como Franquicias de Don Algodón. En 1992 se unió al Grupo Clemente Gómez de Zamora, ocupando la Dirección de Stefanel para España. Finalmente, en 1996 entró a formar parte de Chicco Española, S.A. como directora de Tiendas Propias y en Franquicia. Entre sus diversas funciones, se ha encargado de implantar el Servicio de Atención al Cliente (SAC) de la firma en España y desde 2009 es, además, la directora del Área de Moda (textil y calzado) para los canales de distribución de la marca.

con respecto a otras marcas es un valor diferenciador. Para alcanzar esa calidad, Chicco cuenta con la labor del Observatorio Chicco, formado por pediatras, neonatólogos, matronas, psicólogos, ergonomistas, especialistas en ortodoncia, obstetricia, nutrición, etc., que coordina todas las actividades de estudio y observación de crecimiento y desarrollo de los niños en sus primeros años de vida. A través de estos estudios se extraen las ideas para el desarrollo de nuevos productos sencillos, seguros y específicos para cada fase del crecimiento. El Observatorio Chicco

#### Rosa Melero

Directora de moda y tiendas propias y en franquicia de Chicco

supone para la compañía el pilar más importante a la hora de establecer nuevas estrategias para desarrollar nuevos productos de acuerdo con las necesidades del niño en cada fase de su crecimiento y garantizar la tranquilidad y confianza de sus padres.

ME.: ¿Cuáles son las tiendas Chicco qué más facturan?

**R.M.:** Las de Madrid y Barcelona, debido fundamentalmente a que en las grandes ciu-

dades el consumo general es mayor y además la población infantil es superior a la media. En estas ciudades los alquileres son particularmente más elevados al resto de provincias, motivo por el cual es la compañía quién hace frente a esas aperturas con tiendas propias.

ME.: ¿Cómo ha evolucionado la marca desde su entrada en nuestro país?

**R.M.:** Ha evolucionado mediante un proceso que comenzó con la distribución pura y dura a través de clientes especializados hasta llegar a tener una distribución muy amplia estando presentes en todos los clien-



tes de referencia del mercado, como El Corte Inglés, Alcampo, Carrefour, Eroski, Prenatal o Toys 'r' us. Hemos conseguido ganarnos un prestigio y una confianza a través de nuestro producto, nuestra constancia y nuestro saber hacer a lo largo de tantos años, nos han convertido en un referente del mercado infantil: una de las primeras marcas que viene a la mente de cualquier persona que está pensando en comprar algo a un niño es Chicco.

#### ME.: ¿Qué estrategia de precios ha seguido Chicco en un clima tan complicado?

**R.M.:** Los precios de coste están subiendo en todos los mercados emergentes y Chicco ha tenido que tomar una decisión dura, pero adecuada: la marca ha asumido el 70% del incremento de precios, no lo ha implementado en el producto. Es el caso del algodón en el Extremo Oriente, materia prima que ha subido en torno a un 15%, porcentaje del cual Chicco asume el 10%.

ME.: Según las cifras de la ASEPRI, el de la moda infantil es uno de los sectores que menos han notado la crisis y uno de los que se recuperará antes. ¿Qué opina? R.M.: Efectivamente, así es. Un termómetro fantástico para medir cómo nos ha afectado la situación son nuestras propias tien-

das. Llevamos prácticamente cuatro años con un mercado en crisis, y nosotros solo hemos tenido un impacto testimonial en los resultados en el último año. De hecho, podemos decir que en abril se han superado las cifras del año anterior, siendo el primer mes que hemos cerrado en positivo sobre 2010. Seguramente en nuestro sector es donde la crisis tiene menos impacto, porque a lo último que renunciamos es a comprar productos a nuestros hijos. Por ejemplo, la propia evolución y el crecimiento del niño nos obliga a proporcionarle una serie de zapatos adecuados a cada etapa, con lo que esa propia necesidad, hace que ese tipo de consumo se resienta menos.

#### ME.: ¿Cómo se comporta la demanda en estos momentos? ¿Ha cambiado sus hábitos de compra?

**R.M.:** Todos nos hemos vuelto mucho más racionales en nuestros hábitos de compra: antes comprábamos mucho más por impulso y ahora nos preguntamos qué necesitamos realmente y eso es lo que finalmente adquirimos.

#### ME.: ¿Qué previsiones tienen de cara a 2011?

**R.M.:** Somos optimistas. Vamos a crecer en el área de franquicia con el desarrollo de nuevas tiendas que verán la luz en los pró-

ximos cuatro meses: de aquí a final de año abriremos en torno a 6-7 tiendas en franquicia. En el área de tiendas propias estamos aprovechando la coyuntura del mercado para hacer una puesta a punto en imagen, obras civiles, ajuste en superficies y alquileres, staff de tiendas, formación... haciéndolas más atractivas y generar así shopping experience.

## ME.: Chicco España ha anunciado que reforzará su división textil y su red de franquicias a lo largo de este 2011. ¿Cuál es el perfil del franquiciado de Chicco?

**R.M.:** El perfil del franquiciado de Chicco es el de una persona que participa en el día a día de la tienda, no es alguien ajeno sino que se siente involucrado en el proyecto Chicco, disfruta y hace suya la marca. Trabajamos para mantener su confianza a lo largo del tiempo, una confianza que se labra desde el primer momento cuando se informa al franquiciado de toda la panorámica futura con la que se podrá encontrar en su negocio, lo que es muy valorado por el franquiciado. Para Chicco el franquiciado es un socio importante: es fundamental que las tiendas propias y las franquicias sean idénticas y que el consumidor no perciba la diferencia. La selección del franquiciado comienza con una entrevista personal en la que se le explica todo el modelo de franquicia de Chicco y tras la cual, ambas partes reflexionamos antes de tomar una decisión. Finalmente, si se llega a un acuerdo, se procede a la búsqueda del local, asesorando al franquiciado en la selección del más adecuado y en la negociación de la renta y se le proporciona un proyecto decorativo de la tienda para su implantación. Una vez montada la tienda, el personal que trabajará en la misma recibe formación durante una semana, primero en la central, para que conozcan los procesos internos, y después cuatro o cinco días diferentes tiendas propias. Posteriormente, personal de Tiendas Chicco acompañan en la apertura durante una semana al nuevo equipo, ya que consideramos que una gran parte del éxito de la franquicia dependerá del apoyo que le brindemos desde el primer momento.

#### ME.: ¿Cuáles son las regiones en las que tienen previsto expandirse?

R.M.: Estamos en avanzadas negociaciones con Franquiciado, cuyas localizaciones responden a zonas prioritarias para la Marca, como Granada, Badajoz, León, Vitoria, Bilbao, San Sebastián y Galicia.



**IsabelGARCÍA** 



#### >>zonaREDES

## En diez vistazos

## LA ACTUALIDAD DEL ASOCIACIONISMO FEMENINO

#### >>FAPE

La presidenta de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE), Elsa González, ha instado a no convocar ruedas de prensa más tarde de las cinco de la tarde, con el fin de favorecer la conciliación, y alerta sobre las dificultades a las que se enfrentan las periodistas, que representan el 70% o de las redacciones, pero sólo ocupan el 20% de los cargos de responsabilidad en los medios.

#### >>FAME

Las empresarias andaluzas han celebrado recientemente su Asamblea General 2011, en la que se aprobaron unánimemente el Informe de Actividades de la FAME presentado por la secretaria general, correspondiente al 2010, y el cierre del ejercicio del mismo periodo, así como, el Presupuesto Ordinario para el año 2011.



#### - AEV

La Asociación de Mujeres Empresarias y Profesionales valencianas se reunieron el pasado mayo en el Ateneo Mercantil de Valencia para encontrarse con los diferentes candidatos a la alcaldía de Valencia. El primer encuentro organizado por esta asociación tuvo lugar con Joan Calabuig por el PSPV-PSOE y el siguiente fue con la candidata por el PP, Rita Barberá.





#### >>FMJ

La Federación de Mujeres Jóvenes celebrará en junio su escuela anual 'Juntas para pensar, Juntas para avanzar', un espacio de crecimiento, intercambio de experiencias, cuestionamiento y aprendizaje desde donde abordar los aspectos que nos preocupan a las mujeres jóvenes. En esta ocasión se proponen analizar y desarrollar estrategias para la construcción de relaciones sanas, equitativas e igualitarias donde la mujer es protagonista.

#### >>FAECTA

FAECTA ha presentado una serie de medidas reivindicativas ante los pasados comicios municipales cuyo objetivo es "impulsar la sostenibilidad en el entorno local a través de la potenciación de las cooperativas de trabajo asociado" según señalóo Manuel Mariscal, presidente de la Federación.



#### >>FAME

La Federación Andaluza de Mujeres Empresarias (FAME), inició el pasado mayo en Huelva un ciclo de desayunos-coloquios por todas las provincias andaluzas para estar presente en las vicisitudes sectoriales de las empresarias y para fomentar su participación en lo sectorial.

#### >>AMEP

Un total de 16 empresas participaron el pasado mayo en el Encuentro de Negocios organizado por la Asociación de Empresarias y Profesionales de la Provincia de Cádiz (AMEP) y la Junta de Andalucía, a través de Andalucía Emprende Fundación Pública Andaluza y el Instituto Andaluz de la Mujer (IAM).

#### >>Fundación Mujeres

Representantes del área de Cooperación de Fundación Mujeres han realizado varias visitas para el seguimiento a los proyectos en ejecución en América Latina, así como para el establecimiento de alianzas con otras organizaciones feministas. En Honduras se reunieron con representantes de la CESADEH para establecer las bases de la colaboración de un proyecto sobre Salud Sexual y Derechos Reproductivos.

#### >>Instituto de la Mujer de C-L.M

El Instituto de la Mujer de Castilla-La Mancha ha convoca subvenciones para el desarrollo, durante el año 2011, de acciones positivas de ámbito regional o de ámbito provincial con especiales características o complejidad a favor de la igualdad de derechos y oportunidades, así como la no discriminación.

#### >>ASEME

La Asociación Española de Mujeres Empresarias de Madrid ASEME en colaboración con Adams ha elaborado un plan de formación intersectorial dirigido a trabajadoras prioritariamente ocupadas de la Comunidad Autónoma de Madrid. Los cursos se imparten por personal cualificado, con entrega de material didáctico a cada participante y certificado de realización del curso.

6

8

10



Nombres como Dorothy Arzner o Lois Weber o Ana Mariscal, en España, quizás no nos suenen, pero sus películas serán recordadas siempre: 'Moda para la mujer' (1927), 'La Mano que Mece la Cuna' (1917), 'El camino' (1963). Estas mujeres fueron pioneras de un arte que siempre ha estado vetado para la mujer



CIMA nace en 2006 ante una realidad, tan sólo el 8% de las películas que se producen en nuestro país están dirigidas por una mujer. Pero no sólo eso, el 20% de los guiones son de mujeres; de ahí que más de 200 mujeres profesionales de todos los campos del sector audiovisual, ya sea cine, tele, o documentales, se unieran para crear esta Asociación de Mujeres Cineastas y Medios Audiovisuales.

Los objetivos de la Asociación son los de defender la igualdad de oportunidades en el acceso a los puestos de dirección y de decisión de los medios audiovisuales y cinematográficos, incrementando en ellos el protagonismo y la influencia de las mujeres y promover, en general el acceso de las mujeres a las esferas audiovisuales. Promover una imagen no sesgada y más real de la mujer en los medios audiovisuales que ayude a dignificar la imagen pública de la mujer y ayude a crear imágenes de referencia para las nuevas generaciones de mujeres. Así como el de promover la presencia paritaria de mujeres en todas las áreas públicas relacionadas con el sector

"Aunque se promueven leyes de igualdad, aunque la Unión Europea diga que la igualdad de género es uno de sus cinco principios fundamentales, la penetra-

#### >>Entrevista a la presidenta de CIMA, Inés París

Mujeremprendedora: ¿Cuáles son los principales retos de CIMA? Inés París: Apoyar la incorporación de más mujeres en los puestos directivos del audiovisual (los datos nos dicen que sólo hay un 7% de directoras de cine, 15% de guionistas y 20% de productoras), controlar que se aplica la Ley de Igualdad en el sector audiovisual para cambiar esta situación; visibilizar el trabajo de las mujeres profesionales del cine y la televisión; crear redes de apoyo, creación y distribución del trabajo de las profesionales, a nivel español, europeo y latinoamericano; reflexionar sobre los contenidos del cine y la televisión y trabajar para que estos sean más diversos, democráticos, plurales y no machistas.

#### ME.: ¿Es necesaria una mayor visualización de la mujer en este sector?

**I.P.:** Sin duda. Aunque, en general, las películas escritas y dirigidas por mujeres, así como los otros productos audiovisuales que crean suelen ser de gran calidad, muchos de ellos no acceden a los circuitos importantes de distribución y exhibición. También faltan películas dirigidas



Inés París, presidenta de CIMA

ción social de esas leyes y principios no se ha logrado todavía, por ejemplo en los medios audiovisuales", ha comentado recientemente Josefina Molina, la primera realizadora española que se graduó en la Escuela Oficial de Cinematografía. Ha dirigido numerosos programas y series para RTVE ('Estudio 1', 'Un globo, dos globos, tres globos', 'Teresa de Jesús', 'El camino') y debutó en el cine en 1973 con 'Vera, un cuento cruel', a la que siguieron 'Esquilache' (1989), 'Lo más natural' (1990) y 'La Lola se va a los puertos' (1993).

#### Junta Directiva

La Junta Directiva de esta asociación está compuesta por primeras figuras del sector audiovisual, directoras, guionistas, realizadoras,(...). A la cabeza de esta asociación de mujeres cineastas nos encontra-

por mujeres en las secciones oficiales de los grandes festivales. Con frecuencia los medios de comunicación hablan de "los cineastas del futuro" sin mencionar a ninguna mujer, o repasan la historia de nuestra cinematografía olvidando a las creadoras. Por otra parte las autoras sufren con frecuencia la falta de interés de los críticos y estudiosos (en su mayoría varones) que se limitan a hablar de su obra como "cine de mujeres" y que consideran la obra de una creadora como "parte de un grupo", sin estudiar su personalidad individual y su trascendencia artística y comercial. En CIMA tenemos una plataforma, un grupo en facebook y mandamos con frecuencia notas a la prensa. Además acabamos de crear el premio 'Esquenohay' que será otorgado, en señal de protesta, a aquellos festivales, programas de televisión, publicaciones, etc que olviden sistemáticamente la obra de las mujeres del medio. Se llama 'Esquenohay' porque el argumento con el se suele, absurdamente, justificar este olvido es la expresión "es que no hay"

ME.:Micaela Navarro (consejera para la Igualdad de la Junta de Andalucía) afirmó recientemente que "debe debatirse sobre la necesidad de incorporar la perspectiva de género en el sector audiovisual de manera que se pueda incrementar así la presencia y el protagonismo de las mujeres". ¿Qué le parece esta afirmación? P.I.: Esencial. En el cine y la televisión se crean las imágenes de lo que es el mundo, cómo somos las personas y a qué ideales debemos responder. Si estos contenidos no tienen en cuenta la igualdad, si no hay más productoras y creadoras, es muy dificil que la sociedad cambie. El audiovisual debería ser un sector estratégico y prioritario en las políticas de igualdad.

mos con Inés París, directora de cine y guionista española. De su filmoteca destaca, como directora y guionista, la

película 'Miguel y William' (2007). Como vicepresidenta está Chus Gutiérrez, actriz, directora y guionista española. En 2005 estrena El calentito, película ambientada en la movida madrileña y protagonizada por las cantantes del grupo musical punk Las Siux. La película ha ganado el Premio Platino en la categoría de Mejor Película en el Festival de Cine Cómico de Montecarlo (Principado de Mónaco). Otras miembros de la Junta son Cristina Andreu, Nieves Maroto y como vocal, Icíar Bollaín, icono del cine en España, ganadora de dos Goyas por la película 'Te doy mis ojos' (2003) y miembro de la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España.

#### Proyectos

Recientemente han organizado el II Encuentro Internacional de CIMA, 'Las mujeres del audiovisual europeo', en Santiago de Compostela (Galicia). Pusieron en el tapete temas de gran calado como la posibilidad de crear una alianza entre las políticas audiovisuales y las políticas de igualdad, "porque estamos en un momento clave, casi de oportunidad histórica, para que las políticas públicas del audiovisual, en la actualidad en proceso de reformulación técnica y legislativa y las políticas de igualdad, insoslayables por parte de cualquier sociedad democrática, se encuentren y colaboren por una sociedad más igual", son algunas de las conclusiones que sacaron de este encuentro.

Otra de las cuestiones que se plantearon en este encuentro fue si existe una agenda para la Igualdad en las políticas audiovisuales. Lanzaron al Ministerio cuestiones como, ¿existe una hoja de ruta, en los distintos niveles político-administrativos, para implicar a los medios audiovisuales en el objetivo del gender mainstreaming o transversalidad de género? Estaremos pendientes de las respuestas para informarles.

mónicaURGOITIarístegui

#### >>zonaREDES

Mujeremprendedora: Estos son sin duda nuevos tiempos para la Asociación de Empresarias de Sevilla y para sus empresarias. ¿Qué supone esta etapa para usted?

Mª José Álvarez: Por un lado, por supuesto, supone un gran orgullo y satisfacción, ya que significa representar v defender los intereses del empresariado femenino de la provincia, por los cuales, aunque desde otra posición (como asociada, como miembro de Junta Directiva y en los últimos años como miembro del Comité Ejecutivo) vengo luchando hace ya once años, que son los que llevo siendo miembro de AES. Por otro lado, soy consciente del reto que supone y del esfuerzo que he de realizar para ello, habida cuenta de la situación económica actual tanto para el empresariado como para la propia asociación.... He de resaltar que siendo consciente de todo ello, afronto esta nueva etapa con ilusión, al igual que me ha sucedido con otros proyectos personales.

ME.: Vinculada a AES desde hace más de una década, ¿en qué momento de su trayectoria profesional decidió involucrarse en el mundo del asociacionismo femenino?

M.J.A.: En primer lugar, aclarar que mi pertenencia al movimiento asociativo empresarial viene de antaño, cuando recién finalizada mi carrera universitaria inicié mi andadura profesional en una federación de empresas de transporte como asesora jurídica allá por 1990. Fue en esta entidad en la que descubrí las bondades



# "Aún nos queda mucho por hacer"

y ventajas del asociacionismo, no tuve que ser "convencida" por nadie para pertenecer a la asociación. Sin embargo, y respondiendo a su pregunta, cuando finalizo mi trayectoria como asesora jurídica por cuenta ajena y decido constituir mi propia empresa hacia 1997, tuve como objetivo desde el principio (al mismo tiempo que trazaba mi plan de viabilidad empresarial) que quería pertenecer a aquella asociación cuyos objetivos, fines, valores, y en definitiva cuya misión se ajustara a mis necesidades e intereses como futura empresaria....

Y así fue cómo descubrí a AES, los servicios que prestaba y que hoy día se siguen prestan-

Hablamos con el nuevo rostro del empresariado femenino en Sevilla, la abogada Mª José Álvarez, quien, tras una década vinculada a la organización, preside desde el pasado mes de marzo la Asociación de Empresarias de Sevilla (AES) en sustitución de Susana López

do, así como los objetivos que perseguía. Me asocié, sin dudarlo un instante, al mismo tiempo que iniciaba mi actividad como empresaria. ME.: ¿Cómo diría que ha evolucionado la

asociación a lo largo de estos años?

**M.J.A.:** De estos 20 años que precisamente cumplimos como asociación y que celebraremos en un gran evento el próximo 6 de octu-



bre, habría que hablar de una evolución constante y continua. Y es que han pasado ya 20 años desde que en 1991 se firmara el acta de constitución de la organización de empresarias sevillanas que constituyen, en aquel momento, nueve empresarias, y que si bien en sus inicios tuvo un carácter más informal, el objetivo ya estaba claro: poner de manifiesto que no basta con reconocer explícitamente los derechos socioeconómicos y políticos de las mujeres, sino que es

María José Álvarez Presidenta de la Asociación de Empresarias de Sevilla (AES)

además necesario establecer acciones positivas para afrontar y romper el funcionamiento de una sociedad que, cuanto menos, obstaculiza la igualdad real de oportunidades entre hombres y mujeres, especialmente en el terreno empresarial. Precisamente en enero tuvimos un emotivo acto al que acudieron algunas de las fundadoras, quienes contaron su épica odisea de

1991. Desde entonces, hemos ido in crescendo sin duda en nuestra evolución, y si bien es cierto que aún nos queda mucho por hacer, objetivos que conseguir, demandas y posiciones que alcanzar, hoy aglutinamos a más de 700 empresarias de la provincia, aumentando con ello nuestro nivel de representatividad no sólo en los sectores, sino también en los territorios. Además, hemos conseguido adherir otras asociaciones sectoriales y territoriales que a su vez generan sinergias en sus respectivos ámbitos, y de manera progresiva AES se ha ido integrando en aquellas organizaciones e instituciones que constituyen centros de interés para la consecución de nuestros fines y objetivos.

#### ME.: Y ahora, ¿cuáles son vuestros objetivos en esta nueva etapa?

M.J.A.: Entre los objetivos que nos hemos marcado, lógicamente, está el seguir propiciando el crecimiento de las empresas de mujeres de la provincia de Sevilla, y para ello nos marcamos digamos que sub-objetivos, tales como el fomento de la cooperación empresarial, seguir prestando servicios, hacer uso de la representatividad legítima que ostentamos para la defensa de los intereses ante la

administración pública y otras entidades, fomentar la innovación y TICs en las empresas de mujeres que además redundará en la innovación en cuanto a gestión empresarial de nuestras empresas. Esto en cuanto al empresariado femenino, ya que en cuanto a la propia AES, por supuesto, tenemos como objetivo prioritario seguir posicionando a la asociación, y con ello a sus directivas y empresarias, en los espacios de toma de decisión para continuar la labor de defensa de los intereses de nuestras empresarias.

ME.: Entre los objetivos anunciados tras su nombramiento, hizo especial hincapié en la

cooperación interempresarial, ¿podría avanzarnos algo en este sentido?

M.J.A.: Creemos firmemente en la cooperación empresarial como una vía para alcanzar mayores y mejores resultados con menos recursos, como

vía para alcanzar objetivos que individualmente (o en solitario) no se pueden conseguir o que supone un precio y un esfuerzo enorme. Pero sobre todo como forma de hacer valer, de dar mayor valor a los negocios de las empresarias; por ello somos persistentes en facilitar y propiciar escenarios idóneos para esta cooperación interempresarial a través de networking, de nuestra red aesbusiness, ...

#### ME.: En todo momento ha contado con el apoyo de su predecesora, Susana López. ¿Qué destacaría de su legado?

M.J.A.: Sin dudar, el posicionamiento institucional: ha conseguido una mayor presencia de AES en espacios de toma de decisión empresarial, lo cual repercute favorablemente en las empresarias sevillanas que se encuentran integradas en AES.

#### ME.: Háganos un breve boceto de la situación del empresariado sevillano y del papel que desempeña en él la mujer.

M.J.A.: Existe una progresiva destrucción del tejido empresarial sevillano, lo cual conlleva a una paulatina desaparición de puestos de trabajo, especialmente en el sector de la construcción y, en los últimos años, el comercio minorista de la ciudad, que se ha visto afectado por las sucesivas reformas de sus calles y paisaje urbano. En todo ello, las empresas de mujeres, por supuesto que también se ven afectadas; sin embargo, según datos del Observatorio Empresarial Femenino del último trimestre de 2010, las empresas de mujeres han mantenido sus indicadores de negocio (número de trabajadores, inversión en la empresa, costes de producción, precio de venta de sus productos o servicios), a excepción de la cifra de ingresos, el cual ha disminuido notablemente en todos los sectores de actividad, disminución que ha sido menor en el sector turismo-hostelería. Según este estudio, muy relacionado con el éxito empresarial de estas empresas de mujeres, entre el conjunto de valores personales que deben poseer las mujeres que gerencien empresas, se otorga gran importancia al trabajo en equipo, la creatividad y la capacidad innovadora principalmente.

## ME.: ¿Cómo valora la coyuntura económica actual para el empresariado sevillano? ¿Qué diría que le falta a Sevilla para despegar como núcleo económico?

M.J.A.: Diría que le falta confianza por parte de la Administración pública en que cuenta con un empresariado sólido, capacitado, competitivo, pero que necesita de su cooperación y apoyo para poder seguir desarrollando su actividad económica. Esto mismo fue lo que aprovechamos para solicitar a los candidatos a la Alcaldía de Sevilla por PP y PSOE en sendos actos que celebramos los pasados 25 y 28 abril respectivamente. Y confiamos que el nuevo alcalde de Sevilla trabajará en este sentido.

#### ME.: Las empresarias no olvidan que en sus comienzos fueron emprendedoras, ¿cómo coopera la AES con estas mujeres que ahora inician su actividad profesional?

M.J.A.: Ante todo aclarar que la acepción emprendedora es más amplia que la de empresaria que inicia su proyecto empresarial, ya que no queremos que se nos considere en este sentido como eternamente emprendedoras. Consideramos que emprendedora es también aquella persona que, aún cuando su empresa lleve varios años consolidada, constantemente promueve proyectos, aborda nuevas líneas de servicio, nuevos yacimientos de negocio, nuevas líneas de actuación, etc... Ésa es también la empresaria sevillana. Si algo ha caracterizado a AES desde su constitución, es precisamente la tarea de facilitadora, formadora, informadora, tutorizadora, incentivadora... a estas emprendedoras, y muestra de ello son los proyectos y programas que hemos gestionado con este objetivo (Vivem o Servaem) y los servicios que actualmente seguimos prestando, pudiendo decir que somos un referente a nivel de información y asesoramiento a las emprendedoras, incluso los técnicos praxis nos consultan. Fue el Premio al Fomento de la Cultura Emprendedora en la provincia de Sevilla, el que en 2010 Prodetur y Forja XXI vino a reconocer y reafirmar esta labor que llevamos realizando en AES desde hace ya 20 años.

**isabelGARCÍA** 

## Experiencias en red

Andalucía Emprende cuenta con 215 Centros de Apoyo al Desarrollo Empresarial (CADES) repartidos por todo el territorio andaluz, en los que un equipo técnico multidisciplinar de más de 1.000 especialistas en creación y desarrollo de empresas prestan servicios de información y asesoramiento técnico cualificado



Tras casi cuatro años de la puesta en marcha de la 'Red de Cooperación de Emprendedoras', (www.emprendedorasenred.es), programa promovido por la Junta de Andalucía, a través de la Fundación Andalucía Emprende y el Instituto Andaluz de la Mujer, más de 1.600 empresarias y emprendedoras se han inscrito a esta red de negocios para mujeres y están recibiendo en la actualidad asesoramiento empresarial especializado por parte del personal técnico de Andalucía Emprende y del Servicio de Asesoramiento a Emprendedoras y Empresarias para desarrollar proyectos de cooperación conjuntos.

Además, la 'Red de Cooperación de Emprendedoras' ha promovido un total de 550 proyectos de colaboración y ha celebrado más de 400 actividades de dinamización del empresariado femenino a las que han asistido más de 9.000 empresarias. A ello se suman un centenar de acciones de fomento de la cooperación y talleres formativos a los que han asistido más de 2.400 empresarias.

#### Andalucía Emprende

Andalucía Emprende. Fundación Pública Andaluza es una entidad de la Junta de Andalucía, vinculada a las consejerías de Empleo y Economía, Innovación y Ciencia, que tiene como principal misión fomentar la cultura emprendedora y la actividad empresarial andaluza, apoyando la creación y consolidación de empresas y empleo en la región. En lo que va de año, estos Centros de Apoyo al Desarrollo Empresarial ya han contribuido a la creación de 3.887 empresas, de las que un 45,21% han sido promovidas mayoritariamente por mujeres, y a la generación de 4.550 empleos, de los que un 45,15% ha sido ocupado por mujeres. Estos resultados superan la media mensual de los obtenidos en 2010, que alcanzaron las 10.027 nuevas empresas y 13.108 nuevos puestos de trabajo generados en la región, con un porcentaje de representatividad femenina del 45%.

#### >>Tres experiencias distintas de mujeres en Red



**Begoña Mayoral Vaquero** Signos Comunicación y Marketing

"Iniciamos nuestra participación en la Red en un seminario formativo en el que aprendimos las diferentes fórmulas para la cooperación. A continuación contactamos con otras empresas de mujeres con las que estamos cooperando en la actualidad. También participamos activamente en los distintos talleres organizados por la Red en los que, a través de networking y otras dinámicas trabajamos junto con otras empresarias para desarrollar proyectos empresariales en común. La cooperación nos permite competir en nuevos mercados maximizando nuestros recursos. Personalmente, pienso que la cooperación y sobre todo, la intercooperación, es el modelo empresarial para las micropymes y pymes que tiene más éxito en el presente y sobre todo que tendrá más éxito en el futuro, ya que nos permite ser más competitivas tanto en mercados nacionales como internacionales. Como mujer y empresaria quiero agradecer desde estas líneas el trabajo que vienen realizando la Red de Cooperación de Emprendedoras y Andalucía Emprende para impulsar, desarrollar y fomentar la cooperación entre nuestras empresas, ya que nos facilitan espacios que promueven las relaciones comerciales entre nosotras a la vez que nos forman y nos preparan para mejorar cada día nuestra actividad empresarial".

Inma de Círez Ocio creativo



"Mi experiencia dentro de la red es bastante positiva. Pienso que se trabajan aspectos dos aspectos muy interesantes: -La colaboración: actualmente, y debido a la crisis, ha surgido un movimiento de colaboración muy intenso, porque nos damos cuenta de que individualmente no podemos abarcarlo todo debido a la limitación de recursos, de lo cual somos ahora más conscientes que hace unos años. Si aprovechamos lo bueno que tenemos en nuestras empresas, lo aportamos y buscamos la complementariedad con otras empresarias, el resultado será inevitablemente mejor que los resultados que obtendríamos de manera individual. -La dirección empresarial femenina: en mi opinión, las mujeres tenemos una forma de dirigir diferente a la de los hombres, creo que mucho más sostenible que la masculina, precisamente porque damos valor a más aspectos que a la pura rentabilidad económica. Tenemos un liderazgo más empático, asertivo, cooperativo, emocional, y pienso que estos rasgos serán fundamentales en las empresas de éxito que nos encontraremos en los próximos años. Ahora es el momento de desprendernos de nuestros miedos y avanzar en nuestro posicionamiento dentro del mercado empresarial. Pienso que la red es una buena herramienta para conocer otras empresarias y establecer lazos para colaborar. No todas las relaciones salen bien a corto plazo, como todo, las colaboraciones empresariales hay que estudiarlas y madurarlas, pero está claro que es importante dar el primer paso, y esta es una manera. Yo animo a que conozcan la red y asistan a las convocatorias".



Ma Luisa Gómez Muguete

"Mi experiencia como empresaria es muy grata, ya que me permite aportar a mi nueva experiencia todo lo que durante años he aprendido en la otra parte. Tiene sus pros y sus contras ya que siempre he tenido mucha responsabilidad pero ahora es mucho mayor porque están en juego más cosas. Yo tenía muy claro que el momento no era económicamente el mejor, pero estaba convencida de que mi proyecto era muy innovador, y estoy muy contenta porque aunque todo va despacio como vo preveía, sí es verdad que mucha gente conocía este concepto de perfumería y de hecho mucha gente compraba a través de internet estos productos al no encontrarlos en la ciudad.

En cuanto a mi relación con la red de cooperación es muy buena, colaboro con Áthica, una empresa de decoración y ella tiene algunos productos en mi tienda para que sean visibles.

He asistido a desayunos y son muy interesantes y enriquecedoras, siempre con la tutela del Cade Almería. He conocido otras empresarias en otras actividades relacionadas con el Cade y ellas me han aportado sus conocimientos y yo los míos.

Es importantísima la colaboración entre empresarios por que se aportan distintos puntos de vista y es una forma de llegar a más gente".



asociación de empresarias de sevilla visitanuestrawe **m**presarias mpresarias

anunciateennuestrarevista

DATE A CONOCER A TRAVÉS DE NUESTRA REVISTA

TE DAMOS EL APOYO QUE NECESITAS. TE AYUDAMOS A CRECER www.aesevilla.org





#### recursos humanos

## m<sup>a</sup>ángelesTEJADA

Presidenta de Fidem y directora de Randstad Professionals y HR Solutions

# Este espíritu emprendedor

eguramente estamos en el lado equivocado del espejo, o de la economía que circunda nuestro entorno, mientras se habla de cifras monstruosas empleadas en nuevos aeropuertos sin pasajeros, ni vuelos, ni aviones, léase Castelló, Ciudad Real o Lleida, o se plantean líneas de TGV o mejor dicho de AVE hacia destinos que no tienen otra estrategia que satisfacer reivindicaciones, probablemente justísimas aunque no adecuadas al momento; se sigue ignorando y desconfiando del espíritu emprendedor, que es el único que necesitamos para salir de la crisis.

Entiendo que no lo tengan los políticos, porque en otro caso se dedicarían a otra cosa, pero los gestores y financieros, que son los que al final dominan la economía, deberían estar en esta onda, y no lo están cuando hacen tan poco para que surjan emprendedores en las escuelas, en las propias empresas, y ni siquiera se está fomentando desde las entidades sociales. Estamos más preocupados por las subvenciones que por generar medios que las eviten y así seguimos sin ir a ninguna parte. ¿Dónde están los microcréditos hacia iniciativas empresariales? O, ¿esperan que el simple paraguas del Copca, lo resuelva todo? Falta apoyar decididamente esta vocación y eso debe hacerse desde la escuela hasta las instituciones. ¿De qué nos va a servir prometer servicios de salud o sociales de primera mientras existen escuelas en barracones? Y, ¿para cuándo un sistema que promocione las 'prácticas' de estudiantes en las empresas o los 'viveros de microempresas'? ¿No habíamos quedado que sólo se aprende haciendo? Durante decenas de años, se ha asimilado la figura de la empresaria/o, a la persona, hombre y mujer, que tiene un status, que genera ingresos a 'costa de otros' y que viaja, paseando sus productos y servicios

"Debemos acabar cuanto antes con esta maldición y enterarnos de paso y de una 'santa vez', que la única forma lógica de salir de una crisis consiste en trabajar más y hacerlo bien"

por medio mundo, como si se tratara de hacer relaciones públicas o de artista en gira. Aquí nos parece bien que un futbolista se haga millonario, pero criticamos a la emprendedora que triunfa y eso no es nada bueno para la sociedad.

Cuando ni siquiera la teórica izquierda practica en política, el discurso marxista y lo que funciona de verdad es la cogestión (caso Alemania) en las empresas, lo que equivale a corresponsabilidad entre trabajadores y patrones, en nuestro país, se sigue viendo mal, que alguien cree empresas, dé trabajo a otros, y se ignora el desgaste físico que soporta una pyme cuando no cuadran las ventas o cuando no responden los créditos o incluso cuando no puede competir porque la productividad se encalla. Hay una gran verdad detrás, los empresarios que triunfan, lo hacen a 'su costa y riesgo' y 'con los otros', están al lado de su gente.

Debemos acabar cuanto antes con esta maldición y enterarnos de paso y de una 'santa vez', que la única forma lógica de salir de una crisis consiste en trabajar más y hacerlo bien, dotando de medios a la gente que practica esta máxima, sean trabajadores y/o empresarias, contribuyendo a que puedan generarse más puestos de trabajo, aunque sean temporales, para que un día puedan ser fijos, pues sólo siendo más innovadores, más profesionales y anticipándonos en la búsqueda de nuevos mercados, llegaremos a ser más competitivos, más fiables y garantes, y en consecuencia con un mejor futuro para todas y todos. •



lmagen de la presentación del manifiesto en Sevilla

# Compromiso Social para el Progreso

Organizaciones sociales de Andalucía, entre las que se encuentra CCOO, firman un manifiesto en el que se aboga, entre otras cuestiones, por un sistema sanitario público, universal y gratuito, y por un sistema que garantice la igualdad en el acceso a la educación pública

Respaldado por 19 organizaciones andaluzas de la más diversa índole, recientemente tuvo lugar la presentación del manifiesto 'Compromiso social para el progreso', con el que sus firmantes, entre ellos CCOO, pretenden dar continuidad a la protesta social surgida tras la crisis económica para mantener vivas sus reivindicaciones. Unas reivindicaciones que, según afirmó el secretario general de CCOO-A, Francisco Carbonero, "son tan ajustadas que solo pretenden mantener las conquistas que estas mismas organizaciones hemos alcanzado en la sociedad democrática".

En cuanto al contenido del manifiesto, se recogen las exigencias de estas organiza-

ciones ante los riesgos que la actual coyuntura económica puede tener para el estado del bienestar. Entre otras cuestiones, los firmantes reivindican un sistema sanitario público, universal y gratuito sin listas de espera y sin copago, una mayor dotación de recursos para un sistema educativo público de calidad y en igualdad de derechos para todos y todas, la defensa del sistema público de pensiones, el derecho de acceso a la vivienda protegida a todas las personas con recursos económicos limitados o la protección económica a todas las personas desempleadas. Asimismo, en el documento se emplaza a los gobiernos, entidades financieras y a los empresarios a poner en marcha medidas para reactivar la economía y la generación de empleo para avanzar hacia otro modelo productivo sostenible y socialmente responsable.

## >> El sector de limpieza, por la defensa del empleo

El secretario general de CCOO de Andalucía, Francisco Carbonero, y su homóloga en la Federación de Actividades Diversas del sindicato, Juana Mancilla, denunciaron el pasado mes de mayo la situación laboral de los 70.000 trabajadores y trabajadoras del sector de limpieza de edificios y locales en la región que están sufriendo el incumplimiento generalizado de sus convenios y recortes drásticos en el empleo y en sus jornadas laborales. Carbonero y Mancilla destacaron que es un sector muy feminizado, "en su mayoría mujeres con una media de edad superior a los 40 años y escasa cualificación profesional", que una vez expulsadas del mercado laboral "tendrán muchísima dificultad para volver a

trabajar y en algunos casos acumular los quince años de cotización para su pensión de jubilación". Carbonero lamentó que la situación del sector es "uno más de los efectos innecesarios de esta crisis", donde la utilizan como "excusa para hacer recortes donde no son necesarios". En este sentido, alertó de las repercusiones de estos recortes sobre "unos 70.000 trabajadores que cobran una media de 800 euros mensuales de salario, en su mayoría mujeres que se han incorporado al mercado laboral a través de este sector". Por su parte, Juana Mancilla criticó que sean las administraciones públicas "las primeras que están planteando recortes en los presupuestos destinados a estas labores de limpieza en sus edificios y locales sin negociarlo con los representantes de los trabajadores". •



## ana PÉREZIUNA Secretaria de la Mujer de UGT-A

# Mujeres y medio ambiente: una apuesta por un desarrollo sostenible e igualitario

l próximo 5 de junio será el día mundial del Medio Ambiente, y desde UGT Andalucía apoyamos, como sindicato concienciado con el entorno que nos rodea, toda iniciativa que haga de este mundo un lugar habitable para nuestras generaciones venideras.

Queremos hacer una reflexión desde la Secretaría de la Mujer ante este tema introduciendo la perspectiva de género, pues no podemos olvidar que los diferentes papeles asignados a mujeres y a hombres en el mundo sitúa a las mujeres en una posición de especial vulnerabilidad ante los desastres naturales, pues administra el hogar, trabaja la tierra y aprovecha y recicla los recursos naturales, pero no controla las decisiones que pueden afectar al entorno en el que viven. La deforestación, la escasez de agua, los posibles residuos químicos, afectan a todas las comunidades que sufren estos problemas, pero las mujeres son las que recolectan, las que buscan el agua o la leña, etc.

La carencia de toma de decisiones de las mujeres, déficit que tenemos tanto en países desarrollados como en países subdesarrollados, en todo lo que afecta al medio ambiente, además de ser un reparto de poder injusto, afectará muy negativamente a la efectividad de las políticas medioambientales, pues no se puede obviar el trabajo doméstico y familiar realizado por las mujeres en el mundo y sus interacciones cotidianas con su entorno.

El desarrollo sostenible exige que se reconozcan y se valoren las múltiples maneras en que las vidas de las mujeres se interrelacionan con las realidades del medio ambiente. Tiene que asegurarse la vigencia del derecho de la mujer a ser propietaria de tierras y a heredarlas; es preciso garantizar la seguridad en la tenencia de la tierra, tanto individual como comunitaria; las mujeres deben tener acceso al crédito y a los servicios de difusión agrícola y ordenamiento de los recursos y que se las incluya en las decisiones con respecto a la organización y el contenido de los servicios. La participación de las mujeres debe abarcar la información, la educación y los servicios de salud reproductiva y los derechos reproductivos. La opción con respecto a la fecundidad entraña un avance hacia la igualdad: las mujeres así facultadas pueden intervenir en otras decisiones del hogar y la comunidad, por ejemplo, acerca de la educación y la atención de la salud de las niñas; el uso de los recursos comunes y el desarrollo de oportunidades económicas. La participación de las mujeres en las decisiones relativas a la salud y el medio ambiente beneficia a los individuos, a la sociedad y al propio medio ambiente.

Las mujeres tenemos mucho que aportar, y no se ha contado con nosotras en el sistema de vida actual, modelo que degrada y destruye el mundo natural en el que vivimos, que explota indiscriminadamente los recursos naturales, que incentiva un consumismo innecesario e irresponsable con el medio ambiente y que por supuesto fomenta la pobreza y la exclusión.

UGT Andalucía apuesta por un modelo sostenible e igualitario que cuente con las mujeres, no las excluya ni las invisibilice. Pues no entendemos un mundo igualitario sin una política que defienda el medio ambiente, ni políticas medio ambientales que no tengan en cuenta a la mitad de la población que habitan en el mundo que tratamos de defender.



# VUELA MÁS BARATO



- LANZAROTE
- FUERTEVENTURA
- TENERIFE
- GRAN CANARIA

RYANAIR

## >>zonaOPINIÓN



# recursos humanos anamaríaHERRERO Directora de Montaner & Asociados

# ¿Conoces las claves de la negociación?

egún las investigaciones realizadas por nuestra organización, la mayor parte de las negociaciones fracasan por no saber exactamente lo que se quiere negociar ni los límites por los cuales se mueve la negociación. Además, se mantienen posiciones rígidas e inflexibles esperando que sea el otro el que ceda. Para que toda negociación tenga éxito son necesarias tres claves: tener objetivos claros, un comportamiento flexible y una buena dimensión perceptiva.

A los objetivos claros llegamos a través de un buen análisis propio estableciendo cuáles son mis puntos fuertes, mis puntos a mejorar. Cómo me veo como negociador. Cuál es el estilo propio y determinar cuál es el estilo de la otra persona. Analizar la situación es el segundo paso, haciendo especialmente énfasis en recoger todo tipo de información de la otra parte, motivaciones, precios, ventajas diferenciales, formas de proceder de la otra parte, cualquier información que nos sea útil que contribuya al proceso negociador. Una vez realizado este análisis damos paso a establecer las estrategia que habitualemte suele ser de Ganar/Ganar, es decir que hay que buscar que todos ganen en la negociación, esta situación es posible si se prepara bien. Y por último fijarse unos objetivos MINIMAX, donde avudándonos de una matriz dos pro dos podemos dejar por escrito lo máximo y lo mínimo que puedo obtener de la otra parte o quiero ceder de lo mío. De esta forma hemos llegado a tener nuestros objetivos claros. Necesitamos ahora tener un comportamiento flexible para ello es necesario tener en mente cuales son los objetivos y al mismo tiempo saber como Activar una negociación para que ésta empiece bien, cómo neutralizar los avances de la otra parte y también cómo construir hacia el acuerdo.

Activamos la negociación multiplicando las propuestas, variando los puntos de vista, com-

pensando y concediendo, "el qué a cambio de qué, expresando lo que une. Neutralizamos la negociación fijando posiciones, manteniéndose en una posición utilizando la técnica del disco rayado, contraargumentando donde clave está en la frase "precisamente por tal a ti te conviene el tal", tangenciando los elemento o lo que comúnmente decimos "salirse por la tangente" con algo que no viene al caso, y por último difuminar las propuestas poniendo una cortina de humo para tomarse un descanso en la batalla.

Construimos la negociación, preguntando y escuchando, son las grandes claves de toda negociación, saber hacer las preguntas y al mismo tiempo tener una buena actitud para escuchar; reforzando a la persona, asegurando datos y por último actuando ahora, canalizando la negociación hacia el acuerdo sin perder tiempo, estando atento a la gran cantidad de ocasiones que hay para ir cerrando los acuerdos, aunque sean pequeños acuerdos.

Por último entra en juego la dimensión perceptiva. En toda negociación profesional es necesario observar a la otra parte y conocer los elementos clave de la comunicación no verbal. En el escenario de negociación tendremos en cuenta a los metamodelos del lenguaje que son los elementos que se suelen estar en las conversaciones y que no hay que dejarlos pasar porque entonces quedan fijadas como ciertas; las distorsiones, las generalizaciones o las supresiones marcan este modelo de comunicación.

En segundo lugar tendremos en cuenta el sintonizar con la otra parte conectando con su mundo. Nos expresamos de tres formas distintas en función de como percibimos lo que nos rodea. Así hay personas que basan su percepción del mundo principalmente en lo que ven, escuchan, o notan (tacto, gusto, olfato

Por último, sincronizar con la otra persona, teniendo en cuenta que la sincronización es establecer relación con la persona en su modelo de mundo. Sincronizar no quiere decir imitar, sino que se está comunicando bien con la otra parte, utilizando palabras o una voz parecida a la de la otra parte, haciendo los mismo gestos, posturas, etc. que la otra persona haciendo o bien haciendo un comportamiento distinto que la otra persona pero siguiendo el mismo ritmo, por ejemplo si la otra parte hace un gesto notorio como puede ser el rascarse la cabeza, puede hacerse un gesto alternativo, mover los dedos encima de la mesa al mismo ritmo que la otra parte.

Por último muchas de las cosas que hacemos cada día pueden negociarse, solo depende de ti entrenarlo.





# claves de cara a tu Declaración

#### Revisa tu borrador

Aunque normalmente los borradores que emite Hacienda son de fiar y suelen estar correctos, no te confies y comprueba que tus ingresos y aportaciones son correctos. Además, este documento no tiene en cuenta una serie de deducciones que puedes aplicar, como bien puede ser el alquiler de una vivienda.

El 30 de junio termina el plazo para presentar la tan temida Declaración de la Renta, un procedimiento que si se toman en cuenta una serie de pautas puede ser mucho menos 'doloroso' de lo esperado

#### Realiza una simulación

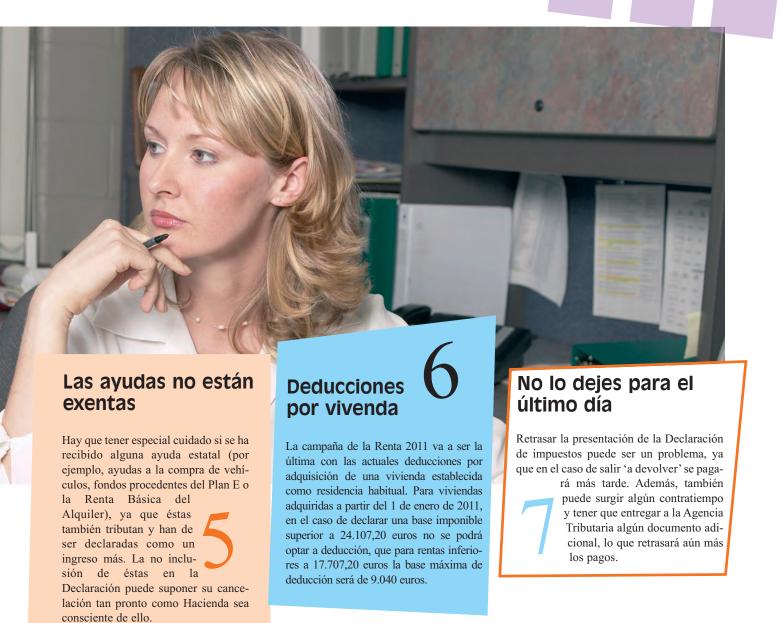
Gracias al programa PADRE (aplicación que se puede descargar en www.aeat.es), se puede realizar una simulación de la declaración en la que se puede ir viendo cómo afecta al pago final la aplicación de ciertos conceptos y saber qué fórmula es la más efectiva. Esto es especialmente interesante para saber si es más rentable hacer la declaración de forma conjunta o por separado y en los casos de personas exentas de presentar declaración (que aunque no estén obligadas a realizarla puede darse el caso de que les salga 'a devolver').

#### Despeja dudas

Es habitual que todos los años surja la duda de si algo hay que declararlo, en estos casos lo mejor es consultar el apartado de 'preguntas más frecuentes' de la web de la Agencia Tributaria o bien llamar al 901 33 55 33, teléfono de atención tributaria. En cualquier caso, siempre es posible solicitar una cita con un técnico de Hacienda para que éste asista en la cumplimentación de la Declaración.

#### No mientas

Aquí la picaresca no vale. Mentir, falsear o manipular los datos que se ofrecen a la Agencia Tributaria puede acarrear multas de tipo económico. Asimismo, Hacienda dispone de mecanismos certeros que permiten certificar la veracidad de los datos. Especial atención hay que prestar a los alquileres de vivienda no declarados, puesto que a partir de este año, Hacienda podrá comprobar el consumo eléctrico para saber si una vivienda está habitada o no.





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



# Ponte a **navegar**



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

#### >>zonaOCIO

# En cinco vistazos

# FLASHES DEL OCIO Y LA CULTURA

>>Cádiz y el mar Del 22 al 26 de junio se podrá visitar la feria 'Cádiz y Mar', un espacio de 300 metros del Muelle Ciudad y su zona terrestre en el que se ofrecerá en un único formato comercio, espectáculos, gastronomía y actividades lúdicas especialmente pensadas para los niños y los jóvenes. Además, como complemento a esta muestra, se podrá visitar el Galeón La Pepa, convertido en centro de interpre-





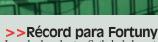
#### >>Los 'Ecos de Van Dyck'

'La Virgen y el Niño con los pecadores arrepentidos', un óleo recientemente atribuido al pintor flamenco Van Dyck, es el protagonista absoluto de la exposición Ecos de Van Dyck, que permanece abierta hasta el próximo 26 de junio en la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando (Madrid). La muestra reúne siete telas, seis grabados y un dibujo de Van Dyck, dos documentos y seis libros relacionados con el pintor flamenco.



#### >>Cine de muieres

Desde el 26 de mayo y hasta el próximo 5 de junio se celebra en la Ciudad Condal la 19ª edición de la Muestra Internacional de films de mujeres de Barcelona, en la que se presentan más de 50 películas de directoras de una docena de países de todo el mundo. La Muestra tiene como objetivo promover el cine dirigido por mujeres, visibilizando la cultura audiovisual femenina.



La sala de subastas Sotheby's ha establecido un nuevo récord para Mariano Fortuny al adjudicar su obra 'Árabe delante de un tapiz' por 824.760 euros. Este lienzo ha sido la estrella de la venta de pintura europea del siglo XIX celebrada en Sotheby's esta tarde. Pintado en Roma en 1873, un año antes de su muerte prematura a los 36 años, partía con una estimación inicial muy inferior (173.000-288.000 euros), duplicando así el récord anterior del artista en subasta.



#### a su salud anamaríaPAGADOR

#### Sentirse bella sin tener un cuerpo perfecto



legó el verano y no he tenido tiempo de ir al gimnasio. No he perdido los kilos que me propuse al principio de año y no he querido sacrificarme en dieta estricta. Pero pienso, por qué exigirme tanto. Estoy rozando los 40 años, tengo dos hijas preciosas, me gusta ver la vida de forma positiva, me río y me divierto siempre que puedo, aunque tenga mis penas. Me siento realizada trabajando a pesar de que me disminuyan el sueldo o trabaje más por menos y me falta tiempo para mí. Pero no más excusas. He pedido consejos a una amiga de confianza que realiza "estudios de mercado" para preparar mi botiquín de verano: una buena crema hidratante, utilizándola diariamente; un buen contorno de ojos; el maquillaje justo y necesario, que me favorezca, sin caer en publicidad engañosa ni en precios insultantes, tengo otras prioridades; un protector solar adaptado a mi tipo de piel. Tu piel necesita unos mínimos cuidados sobre todo con la llegada del verano. Nos exponemos al sol con el riesgo de quemaduras, manchas solares, aumento de arrugas. Para sentirse bella y tener salud necesitamos evitar el cansancio físico y mental, dormir lo necesario para tener energía. Dejar el tabaco. Alimentarnos con una dieta variada, con verduras, ensaladas, zumos naturales, lácteos. Realizar ejercicio físico y sobre todo conseguir válvulas de escape contra el estrés que tanto perjudica a la salud. No olvidar la risa, buscar diversión, realizar algunas locuras, relacionarse con amigos. Poner frenos a nuestra vida acelerada. Mirarnos más al espejo y querernos. Sentirse bella no debe depender de unas medidas de tu cuerpo. Sentirte bien contigo misma te hará más feliz. Vivir la vida con humor, te relajará. Nos olvidamos que la belleza y la salud son mucho más.

#### >>zonaOCIO



Con una red de 93 establecimientos, los paradores se han convertido en una opción de lujo al alcance de todos los bolsillos. Muchos de ellos son verdaderas jouas arquitectónicas con carácter histórico, como la excepcional fortaleza árabe del siglo XIII de Jaén. Rosario Lucas Fernández, secretaria general de Paradores nos invita a conocer esta otra forma de pasar nuestras vacaciones

Mujeremprendedora: ¿Me puede hacer un balance de su paso por Paradores?

Rosario Lucas Fernández: El balance no puede ser más positivo. Esta empresa permite el crecimiento profesional y personal y es obvio que atender a la preservación del Patrimonio histórico y cultural; ayudar a la dinamización y a la generación de empleo en áreas geográficas que no tienen otras posibilidades es una oportunidad única.

#### ME.: ¿Qué otros proyectos e inversiones van a realizar?

R.L.F.: En estos momentos estamos realizando la obra de rehabilitación integral del Parador de Cádiz que deberá estar lista para 2012 y, hace unos días, hemos reabierto el Parador de Cáceres completamente remodelado. En cuanto a otros proyectos, habitualmente en los meses de septiembre y octubre se planifican las inversiones que realiza la empresa. Lógicamente, con una red de 93 establecimientos, muchos de ellos de carácter histórico, no faltarán necesidades que atender para mantener nuestro nivel de calidad.

ME .: ¿Cuál es la clave de Paradores que le hace tan especial para el turista?

**R.L.F.:** Sobre todo nuestro patrimonio histórico. La posibilidad de alojarse en castillos, palacios, conventos o monasterios constituye un atractivo especial, sobre todo para los turistas extranjeros. También hay Paradores situados en unos entornos naturales únicos y además, una de las claves del éxito de Paradores es la calidad. El trato exquisito que los empleados ofrecen a los clientes nos permite tener un algo grado de fidelización.

#### M.E.: ¿El sector turístico ofrece una mayor oportunidad a la mujer para su empoderamiento? El número de mujeres en puestos directivos es muy bajo, ¿a qué cree que se debe?

R.L.F.: En el sector turístico se actúa igual que en el resto de sectores económicos. En Paradores, en los últimos años, se están incorporando muchas mujeres a puestos de responsabilidad y estamos haciendo un esfuerzo para que sigan participando en la toma de decisiones. Pero, es verdad que, en general, en nuestro país aún queda mucho por hacer en el terreno de la igualdad. Aún hay mujeres, en algunas empresas, que cobran menos que los hombres.

#### ME .: ¿Qué opina del turismo solidario? ¿Hay alguna iniciativa en este sentido desde Paradores?

R.L.F.: El turismo solidario es una excelente oportunidad para ver la realidad sin maquillaje en algunos países y supone una experiencia vital que no se olvida. Paradores no puede permanecer ajeno a las injusticias y a las desigualdades y colabora con muchas ONG's a través de convenios, fundaciones, étc., y organizando eventos benéficos destinados a proyectos solidarios.

#### ME.: ¿Cree que el hombre y la mujer viajan de distinta manera?

**R.L.F.:** El hombre y la mujer buscan lo mismo cuando viajan: experiencias nuevas, diversión y calidad. Lo que si notamos es que Internet ha ayudado a agrupar a los viajeros de acuerdo con sus aficiones y estos intereses son los que determinan el destino elegido. Por ejemplo el turismo de aventura, el de 'relax', el de los amantes de la gastronomía, etc...

ME.: ¿Si le digo Andalucía, qué le inspira? R.L.F.: Alegría de vivir.

mónicaURGOITiarístegui

# **Bailando con caballos**

Canadienses, chinos, coreanos, griegos, eslovenos, españoles (...), hasta un total de 152.793 fueron los turistas que visitaron la Real Escuela Andaluza del Arte Ecuestre en el año 2010; una cantidad de turistas a tener en cuenta. Y es que esta escuela, fundada en 1973 por Álvaro Domecq Romero y situada en Jerez de la Frontera, es mundialmente conocida por su exhibición 'Cómo bailan los caballos andaluces', un espectáculo único que exhibe y resume, de manera aparentemente natural, toda la labor que desarrolla esta institución, avalada por la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía.

La Escuela aúna la tradición y la modernidad, tradición y respeto por lo clásico que se manifiesta en el trabajo realizado diariamente siguiendo los principios de la equitación académica. El progreso se evidencia en los esfuerzos de esta institución por adaptarse a la sociedad en la que vive y por hacerse accesible a ella:,su labor docente a través de la cual se enseña la técnica de la equitación para que ésta se perpetúe; la conservación de un importante patrimonio cultural y el fomento de los diversos oficios que permiten mantener viva nuestra tradición ecuestre.

#### Instalaciones

La institución se ubica en unas instalaciones que hacen de la visita un paseo inigualable a través del arte milenario de la equitación. Comienza en el Centro de Recepción de Visitantes, que incluye una sala de cine digital con un espectacular audiovisual que introduce al visitante en la historia del arte ecuestre en Andalucía; la Guarnicionería, un auténtico laboratorio de creación y restauración de piezas; el Guadarnés, donde se custodian los atalajes utilizados en las exhibiciones de arte ecuestre; y el picadero cubierto, lugar para la celebración del espectáculo 'Cómo bailan los caballos andaluces' al que es posible asistir dentro de la propia visita; las cuadras, donde poder admirar a los auténticos protagonistas, los caballos de Pura Raza Española; el Jardín Botánico y Palacio del Recreo de las Cadenas, edificio del



Junto con el legado histórico, el clima y sus playas, Andalucía es tierra de buenos caballos. El caballo de Pura Raza Española, también conocido desde tiempos ancestrales como Caballo Andaluz, es el gran protagonista de la Real Escuela Andaluza del Arte Ecuestre

siglo XIX proyectado por el arquitecto francés Charles Garnier. Finalmente en los Museos del Enganche y del Arte Ecuestre se vive a través del tiempo este arte mediante las más avanzadas técnicas digitales interactivas.

#### **Espectáculos**

Centro y embrión de la Real Escuela, es el espectáculo 'Cómo Bailan los Caballos Andaluces', un ballet ecuestre a la usanza de las exhibiciones palaciegas del siglo XVIII, montado sobre coreografías extraídas de las reprises de Doma Clásica y Vaquera. Caballos que ejecutan ejercicios de la equitación avanzada, siempre al compás de la música clásica que les acompaña en cada una de las actividades que realizan sobre la pista. La Alta Escuela Española, realización de los diversos ejercicios y aires de doma donde el caballo obedece a su jinete desmontado y realiza ejercicios de alta escuela y

otros de la equitación antigua tradicional, como 'levadas', 'cabriolas', 'corvetas', 'piaffer' (entre pilares), 'paso español' y 'en riendas largas'. Los caballos también cumplen su misión en el espectáculo tirando de los carruajes. En este ejercicio en el que son exhibidos los caballos con guarniciones clásicas y caleseras, se realiza una demostración sobre la apasionante disciplina del enganche.

El firme compromiso por alcanzar la excelencia en la prestación de sus servicios fija el rumbo de esta institución que ha sabido consolidarse como uno de los más importantes atractivos turísticos no sólo en Andalucía, sino a nivel nacional e internacional.

(Información facilitada por la Fundación Real Escuel Andaluza del Arte Ecuestre) El año pasado recibió 152.793 visitas de turistas de todos los continentes





# Shopping

#### >>Funda para iPad

Ojo a la propuesta de la firma francesa Céline para salvaguardar nuestros iPads. Una especie de híbrido entre funda y maletín de piel hecha en Italia con un aspecto de lo más elegante. Dos versiones: una marrón y otra negra. Ambas con detalles en dorado. En su interior se esconden tres compartimentos que lo convierten en un complemento de lo más práctico.

www.celine.com



# BIODERMA Sobium National So

#### >>Para el acné adulto

Bioderma ha presentado la línea Sébium, el primer tratamiento con productos específicos y únicos para combatir el acné persistente o tardío de la mujer adulta, formulado con la patente Fluidactiv®, que actúa desde el origen del problema. El tratamiento ofrece resultados prolongados al actuar en el origen del problema, garantizando un seguimiento del mismo más agradable, limitando los efectos secundarios y acelerando su finalización, restableciendo así, el equilibrio de la piel.

www.bioderma.es

#### >>Refresca tus pies

Llega el buen tiempo, y con él las ganas de salir a la calle, a la playa y la piscina. Para todo esto, tu mejor aliado serán las chanclas de playa y de calle de Isotoner. Son cómodas, frescas, con bonitos diseños y colores muy veraniegos, para él y para ella, elaborados con los mejores materiales del mercado. En su línea de chanclas para ellas, Isotoner, apuesta por el buen gusto y la comodidad, para la calle tonalidades marrones, platas y negros, con incrustaciones y pedrerías, planas o con cuñas, y para la playa divertidos colores y diseños acompañados de adornos como lentejuelas o cuentas de colores, idóneas para tus mejores días de verano.

www.isotoner.fr





Nos adentramos en Vietnam de la mano de la agencia especializada en viajes diseñados para mujeres Mujer&Viajera, que prepara para este verano un sorprendente circuito por este destino del sudeste asiático



No muy lejos de Hanoi existe la posibilidad de visitar los Mercados de Minorías Étnicas, un lugar en pleno auge turístico. Las etnias se distinguen entre ellas por el tipo de traje tradicional que llevan y los colores. Los mercados son semanales y sirven de excusa para encontrar pareja. Las mujeres venden vegetales y tejidos y son los hombres los únicos que pueden vender carne, símbolo del poder.

Mujer&Viajera, agencia especializada en viajes diseñados para mujeres, ofrece para este verano (con salidas previstas para el 3 y 17 de julio; 3, 7 y 14 de agosto; 4 y 17 de septiembre) un sorprendente circuito por Vietnam, con parada estratégica en Hanoi, su capital, dirigido a mujeres aventureras. Y es que, a pesar del auge que vive en la actualidad la cultura asiática, Vietnam es un país bastante desconocido. Desde el avión se percibe un inmenso manto verde de campos arroz que lo cubre todo para, en tierra, Hanoi -la ciudad en la curva del río-, mostrar al viajero toda una coctelera de olores,

Mujer&Viajera aconseja, desde Hanoi, visitar la Bahía de Halong donde podremos embarcar en un junco para realizar un memorable crucero en estas místicas aguas. Contemplar una de las maravillas naturales de Vietnam visitando, además, islotes, cuevas y, si el tiempo lo permite, disfrutar de un baño en las aguas del Golfo de Tonkin. Vivir el barullo de Hanoi será necesario para valorar, en toda su dimensión, esta experiencia única y espiritual. La peculiar oferta de Mujer&Viajera propone, además, una visita a Hoi An, ciudad de cuento antiguo que fue un importante pueblo comercial considerado como el lugar más encantador de la costa. En ella se asistirá a talleres de farolillos de seda o hacernos trajes a medida en cuestión de segundos. Se pondrá al alcance de quien lo desee un recorrido en bicicleta para visitar lugares recónditos a través de caminos rurales, hasta Thien Ma y los puentes cubiertos de Thanh Toan, donde quizá tengamos la oportunidad de conocer a una anciana que nos lea el futuro. Es una interesante forma de sentir la vida cotidiana de la gente a lo largo del río: campos de arroz, templos, escuelas, más mercados... En pueblos como Tra Que, una encantadora villa cercana a Hoi An, quienes se animen tendrán la oportunidad de ayudar a los granjeros a cultivar la tierra o recibir clases de cocina vietnamita.

#### Dónde comer

Los platos vietnamitas son ricos en sabores y texturas con una gran influencia francesa (no hay que olvidar que fue colonia gala desde mediados del siglo XIX). No obstante, como experiencia única proponemos comer en los mercados callejeros donde siempre habrá vendedoras ambulantes fácilmente identificables por el sombrero cónico de caña de bambú y la especie de balanza donde llevan mercancía de todo tipo. Dicen que la riqueza gastronómica vietnamita no tiene límites y, como pueblo orgulloso heredero de un pasado revolucionario y guerrero, presume de que "se come todo lo que vuela menos los aviones; todo lo que nada menos los barcos ; y todo lo que tiene patas menos las mesas". Así, insectos, reptiles, batracios y todo tipo de frutas y verduras, que saturarán la vista y el olfato, serán ofrecidos por los locales. Dejaos llevar por vuestra intuición, con precaución, y comeréis muy barato en cualquier mercado de Vietnam.

#### Dónde dormir

Todo el recorrido se puede hacer en hoteles de categoría estándar, superior o deluxe (el equivalente a tres, cuatro y cinco estrellas). Mujer&Viajera ofrece la posibilidad de dormir en un junko, en la Bahía de Halong.

sabores y colores que embriagan y seducen. El calor y la humedad, fiel compañera vietnamita, es constante en una sorprendente ciudad cruzada por el río Rojo.

El corazón de Hanoi nos recibe con un ingente trasiego de personas, cláxones, griterío, mercados en plena calle y una verdadera invasión de motocicletas. Lo más recomendable es hacer un recorrido en rickshaw por el barrio antiguo. Si nos apetece, podremos caminar por el puente de The Huc, que cruza las aguas del Lago Hoan Kiem -donde se especula la existencia de tortugas que proporcionan buena suerte a quienes consiguen verlas debido a su origen divino-, que nos sumirá en un remanso de paz. En esa línea, las más madrugadoras podrán sorprenderse y unirse si lo desean a una multitud de personas que agitan su cuerpo y extremidades en el parque que rodea el lago: el



Tai Chi al amanecer es una de las actividades colectivas más extendidas entre los habitantes de Hanoi. Veremos, además, atletas que recorren la orilla del lago, todos en el mismo sentido, mostrando una organización ejemplar aprendida a través de los años.

Mujer&Viajera recomienda también el teatro de marionetas de agua Thang Long como oasis cultural. Nacido en los campos inundados del delta del río Rojo, al norte del país, este espectáculo tradicional y milenario, representa historias de la vida cotidiana en los arrozales. Campesinos, dragones o búfalos de agua danzarán ágilmente en una pequeña piscina para nosotras con música local.

#### Contrastes

El ocio deberá dar paso a las visitas culturales comenzando por el Mausoleo de Ho Chi Minh, el venerado libertador del país, y su residencia; la Pagoda de Un solo Pilar, Tran Quoc o el Templo de la Literatura, excelente muestra de arquitectura tradicional vietnamita, serán otras opciones que deberíamos tener en cuenta, además de recrearnos con el templo Ngoc Son.

La armonía de los templos y las pagodas se disiparán cuando entremos en algún mercado callejero de Hanoi, por ejemplo el de Pho Gia Ngu y el enorme Dong Xuan en el barrio antiguo (cercano al barrio francés, de influencia colonial). Con un particular concepto de la higiene, la visita a los mercados es obligada para encontrar cualquier producto multicolor, puestos de especias, multitud de variedades de frutas y verduras, perros asados, ranas... Aunque no compremos ni comamos, la sola amalgama de olores y sabores nos abrirá los sentidos y nos transportará a otro mundo; porque Hanoi embauca, enamora, seduce y, a veces, convierte los sueños en realidad.

fátima FERNÁNDEZ

**Más información:** http://www.mujeryviajera.com/

claves para el turismo
VanessaCALVO
wenewe@hotmail.com

# Más que un punto de información



icen que para gustos, los colores. Y sí, es cierto. No hay aspecto de nuestra vida que escape a esta regla. Y claro está que el tema de viajes no se iba a mantener al margen. Hay quienes sienten verdadera pasión por viajar en modo aventura, según lo que vaya surgiendo. Pero también, están aquellos que prefieren viajar sobre seguro con todos los cabos bien atados; y es que planificar y organizar un viaje no es tarea fácil.

Compramos vuelos online, reservamos noches en hoteles, acudimos a una agencia de viajes para que nos gestionen las vacaciones, indagamos por Internet qué podremos hacer, ver... Y una vez en nuestro destino, seguimos buscando recursos que nos ayuden a tener las mejores vacaciones. ¿Quién no ha visitado alguna vez una Oficina de Turismo para que le asesoren y le faciliten información, marchándose de ésta con un plano y algún que otro folleto? Sabemos que es el lugar en el que nuestras dudas desaparecerán y donde nos desvelarán los secretos para disfrutar de un viaje inolvidable. Entonces, ¿por qué esperar a llegar al lugar de destino? Ponernos en contacto con la Oficina de Turismo cuando aún estamos en nuestra casa, nos ayudará a sacarle el mayor partido a nuestro viaje.

Queda claro, por tanto, su función como ente de información al turista pero sus funciones van más allá, por ejemplo:

- Participar en ferias, asistir a Workshops...
- Servir de asesoramiento a empresas y profesionales sobre la actividad turística en la localidad.
- •Realizar estudios de la oferta y la demanda del lugar, así como el análisis comparativo con otros destinos -el llamado benchmarking-.●

## >>zonaOPINIÓN



# artes de vida SUSANAMUÑOZ Periodisto

## El descrédito de la política

n mayo de 1978, las Brigadas Rojas secuestraban al político italiano democristiano Aldo Moro, asesinándolo 50 días después y conmocionando a toda Italia. Hace escasos días terminé la lectura de 'El caso Moro', escrito por Leonardo Sciascia poco después de que concluyera la comisión parlamentaria que investigó los hechos, en la que el autor siciliano participó como diputado del Partido Radical. El libro es el resultado de un concienzudo análisis de las cartas que, durante el cautiverio, escribió Moro a su familia y a los miembros de su propio partido y que fueron publicadas en los medios de comunicación. Mientras Moro esperaba una negociación que le salvara de la muerte y exponía sin tapujos sus ideales, reclamando una solución a su situación, políticos y periodistas afirmaban, cobardemente, que eran obra de un loco o fruto de la coacción. Moro apareció asesinado en el maletero de un coche, el caso nunca se investigó realmente y su familia clama aún por limpiar su

El relato de aquellos sucesos me ha conmocionado, no sólo porque evidencian la lucha de un hombre por su vida, sino porque mientras lo hace, el país asiste impávido al espectáculo mediático de ver cómo los ideales del político se mantienen intactos, mientras la persona pierde la fe en sus compañeros de partido, carta a carta, hasta desaparecer con su muerte. La pusilanimidad de los miembros de su propio Gobierno y de sus conciudadanos, actuando como meros espectadores de una terrible obra de teatro, sigue teniendo sus consecuencias en Italia, que no se ha recuperado de aquel shock político, convirtiéndose en un país

minado por la corrupción, donde los gobiernos vienen y van sin que nada parezca sacarle de su indolencia.

En España -como en el resto de Europa, considero- vivimos en una situación de pasividad ciudadana comparable ante la grave situación económica, política y social que estamos padeciendo en los últimos años. Las manifestaciones de 'indignados' han sido las primeras demostraciones ciudadanas en la calle del hartazgo de la sociedad por las posiciones de los políticos ante la crisis económica.

La clase política, efectivamente, ha perdido su prestigio y las elecciones municipales han transcurrido en una atmósfera de descrédito, cimentada no sólo sobre las cifras del creciente paro o la reducción de los sueldos, sino también en la falta de la unidad de los políticos para afrontar la crisis, las recetas adoptadas para salir de ella y la diferente vara de medir la corrupción de los partidos, presentando listas de imputados por delitos económicos, mientras se critica al contrario por hacer lo mismo. La política, parafraseando a Gabilondo, es hoy el término más denostado, pero al mismo tiempo determinante para nuestra vida, porque muchos de nuestros problemas no tienen solución sin pasar por ella. La cuestión es que muchos se conformarían con que la política no agravara sus ya de por si graves dificultades cotidianas.

Por una auténtica y necesaria confianza en nuestra democracia debemos pensar que la gran mayoría de nuestros políticos tiene la firme voluntad de mejorar la vida de sus conciudadanos y trabaja para ello, pero no podemos permanecer dormidos por más tiempo. Aquí todos tenemos deberes que hacer. La clase política debe irremediablemente plantearse cómo devolverse el prestigio perdido: mucho por hacer en medio de ese desierto de soluciones en el que vive. Y, ¿nosotros? Tenemos dos herramientas fundamentales: expresar libremente nuestra indignación en la calle y el veredicto a través de las urnas. Nuestro voto es la máxima fórmula que poseemos de evidenciar nuestras opiniones; y la manifestación, la más visible. No vale con protestar y abstenerse, hay que manifestarse y votar. Al menos, esa es mi opinión, aunque sólo sea por todas aquellas personas que no pueden ejercer su derecho al voto. Tomemos ejemplo del Magreb.

SEDES UPTA-Andalucía

Almería Ctra. de Ronda, 181 - Local Bajo. 04005 Almería Tlfno: 950 239 291 Fax: 950 231 087 almeria@upta-andalucia.org

C/ Chapinería, 3 Edf. El Carmen - Local 107 11403 Jerez de la Frontera (Cádiz) Tlfno.: y Fax: 956 342 567 jerez@upta-andalucia.org

#### Córdoba

C/ AlhaKen II, 20 - Bajo 14008 Córdoba Tlfno: 957 236 652 Fax: 957 236 495 cordoba@upta-andalucia.org

#### Granada

C/ Fray Leopoldo, 7 - Local 18014 Granada Tlfno: 958 806 986 Fax: 958 806 795 granada@upta-andalucia.org

#### Ejecuta:



C/ Mackay Macdonald, 7 - Local 21004 Huelva Tfno./Fax 959 254 401 uptahuelva@upta-andalucia.org

Jaén Ayda. de Granada, 37 - Local 23001 Jaén Tlfno: 953 230 812 Fax: 953 233 906 jaen@upta-andalucia.org

#### Málaga

Avda de Andalucía 29, local 1 (Entrada por C/ Edón, 8) 29006 Málaga Télefono: 952 214 961/327 369 Fax: 952 320 720 malaga@upta-andalucia.org

Sede Central Sevilla Virgen del Valle, 14 - 16 Local 41011 Sevilla Tlfno: 954 540 006/540 269 Fax: 954 542 031 info@upta-andalucia.org

#### Financia:



Servicio Andaluz de Empleo CONSEJERÍA DE EMPLEO

Para más información: 902 404 104

#### >>zonaOCIO



EL TALENTO ESTÁ EN LA RED Amparo Díaz Llairó Lid Editorial

En esta nueva era de las tecnologías, las llamadas 'redes sociales' se han convertido en un espacio de imprescindible dominio si se quiere estar al día en este ámbito. Este libro enseña a saber sacar el máximo partido a estos sitios en el ámbito laboral y profesional.



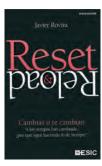
CIPRESES BAJO LA LUNA Álvaro del Castaño Plataforma ficción

Novela en la que se narra la obsesión de Alberto, un profesor de arte, por descubrir las inscripciones de un viejo cuadro familiar chino, algo que en su día fascinó a su difunta esposa. Su búsqueda lo lleva hasta Londres, donde se codeará con la crème de la crème de la City.



BREVE HISTORIA DE JULIO CÉSAR Miguel Ángel Novillo López Nowtilus

Militar, político, hombre de letras y visionario, así describe este libro a Julio César, uno de los personajes más influyentes en la historia de Occdidente. Realiza un interesante recorrido desde su juventud en Subura hasta algunos de los episodios más importantes de la historia de Roma como la formación del *triunvirato* o su asesinato durante los *Idus* de marzo a cargo de su hijo adoptio Brutus.



RESET & RELOAD

Javier Rovira

ESIC

Viejos hábitos en un mundo nuevo. De ésta idea parte este ensayo que propone nuevas formas de crear, moverse y relacionarse en el mundo empresarial tras afrontar las consecuencias de la crisis económica.



SUEÑOS DE INDIA Jesús Menéndez Plataforma

Brillante ensayo en el que un ex directivo sujeto a los clichés de Occidente viaja hasta la India y va descubriendo poco a poco lo que el subcontinente asiático tenía hasta entonces oculto para él. Página a página se revela la magia de este país.

#### **RECOMENDADOS**



LOS JUGUETES DE LAS VANGUARDIAS VV.AA. Museo Picasso de Málaga

Galardonado con el Primer Premio en la categoría Libros de Arte a los Libros Mejor Editados durante el año 2010 que concede el Ministerio de Cultura. Libro publicado a raíz de la exposición 'Los juguetes de las vanguardias'.



**SOLARIS** Stanislaw Lem *Impedimenta* 

Primera traducción del polaco de la obra que lanzó a la fama a Stanislaw Lem. El texto narra la historia de Kris Kelvin, un recién llegado a Solaris, un vasto terreno en el que no hay tierra firme, sino en el que se expande un inmenso océano en el que se le aparecen personas, tales como su mujer, que había muerto años atrás.





Retrato en clave de novela de María de Hasburgo, hermana del rey Carlos V. Queda huérfana de padre y madre al año de edad y a los dos es comprometida en matrimonio con Luis II, rey de Hungría, Bohemia y Croacia.



>>'Noche de cine... con Inma Shara' es el espectacular concierto de música de cine que bajo la dirección de la directora y compositora, la Orquesta Sinfónica Nacional Checa nos hará vivir y disfrutar con mejor música de la historia del cine en el Palacio de Congresos de Cádiz. En Granada la cita será el 7 de junio.

de junio VIERNES

El Palacio de Exposiciones y Congresos de Granada recibe a la cantante Mónica Naranjo y a su espectáculo Mademe Noir, el show en directo más íntimo y personal de la diva.





10 de junio VIERNES Llega a los cines españoles el film 'Betty Anne Waters' que, dirigido por Tony Goldwyn y protagonizado por Hilary Swank, narra la historia de una mujer que logró que su hermano fuera puesto en libertad tras haber pasado 18 años en la cárcel por un asesinato que no había cometido.



de junio

**VIERNES** 

de junio LUNES >>Lunes de Pentecostés y momento álgido en la aldea almonteña con la salida de la Virgen del Rocío que se reencuentra con sus fieles en una procesión que comienza con el espectacular 'salto de la reja'

RICKY MARTIN



de junio MARTES Último día para visitar 'José Gutiérrez: Luz al mundo', exposición fotográfica que ofrece cinco miradas al proceso de gestación en cinco ubicaciones diferentes y que se expone en estos días en la Sala Cajasol de Sevilla.

#### ADEMÁS ...

**21 de junio.** Cajasol presenta el concierto '25 Aniversario José Manuel Soto', espectáculo benéfico que se celebrará en la Plaza de Toros de La Maestranza, y en el que participarán un gran número de artistas de primer nivel.

18 de junio. El Auditorio Municipal de la Alameda de Jaén acoge 'Musical 80s Flashdance, un concierto musical en el que el espectador va descubriendo de la mano de un divertido y particular showman..

El Auditorio Municipal de Málaga recibe al puertorriqueño Ricky Martín con su gira europea. La ciudad andaluza es una de las únicas cuatro paradas que hará en nuestro país. 24 de junio VIERNES

## >>zonaOPINIÓN



# con permiso manuelBELLIDO bellido@mujeremprendedora.net http://manuelbellido.com

## Resolver

Estamos mejor situados después de las elecciones municipales y autonómicas del 22 de mayo para entender hacia dónde va España? Creo que en parte sí. Casi todos tenemos claro hacia dónde queremos que vaya nuestro país en sentido económico y de empleo. Pero a eso habría que añadirle algo más. Visto que los gobiernos pasan y el país

"Sin un recambio en el Gobierno de la nación no tendrá el Estado instrumentos para desarrollar política económica alguna"

permanece, tendríamos que pedirles a los nuevos alcaldes, presidentes de diputaciones y presidentes de comunidades autónomas que gobiernen a largo plazo, con sentido de la responsabilidad y no sólo pensando en la rentabilidad electoral inmediata. Lo que sí está claro es que sin un recambio en el Gobierno de la nación no tendrá el Estado instrumentos para desarrollar política económica alguna y mucho menos para enderezar colectivamente el rumbo del país.

El Gobierno que dirige y conduce el Estado está formado por un equipo dirigente que se renueva periódicamente y que tiene la responsabilidad de establecer las políticas y ejecutarlas, legislar sobre el conjunto de normas, reglamentos, procedimientos y controles que constituyen las buenas prácticas de la administración. Por tanto, mientras no se produzca

un recambio en la Moncloa, los Ayuntamientos no podrán más que poner orden, sanear las cuentas, imponer austeridad, llevar a cabo auditorías, recortar gastos, disminuir estructuras superfluas y pagar facturas pendientes.

El conjunto de la sociedad acaba de expresar su malestar en las urnas. Hacen falta medidas que permitan vislumbrar un horizonte de salida a la crisis que se agudiza mes a mes, durante las dos últimas legislaturas. Zapatero ha demostrado que no es capaz de hacerlo. Tardó demasiado en reconocer la realidad de la crisis, ensayó medidas a medias, amagó reformitas, mientras desde el exterior y desde la oposición se le presionaba para que hiciera algo más. Sin embargo, la miopía de Zapatero y de su equipo de gobierno ha sido siempre mayúscula cargándose la transformación y modernización que la economía española estaba viviendo desde hacía años gracias a la solidaridad de la Comunidad Europea, a los gobiernos anteriores de González y Aznar y al esfuerzo colectivo de todos los españoles. Ahora España es noticia en la prensa internacional por el número de parados, por la situación fiscal, por la deuda pública y por la tiendas de campañas de los supuestos "indignados" en algunas plazas públicas.

La calidad de vida de los españoles ha disminuido y la pobreza ha aumentado, no obstante el optimismo patológico del presidente de Zapatero, que se ha empeñado hasta la saciedad en llamar progreso a que la gente dependa de subsidios sociales y de solidaridad colectiva, cuando en realidad lo que la gente quiere es tener un puesto de trabajo y gestionarse su modo de vivir.

Zapatero en un acto de generosidad tendría que irse y dejar paso a otro líder que ilusione e inicie la transformación de las estructuras administrativas, laborales y educativas del país para responder a los retos de futuro. Las regiones que en el mundo están tomando la delantera son aquellas donde los mayores niveles de inversión van a la investigación, al desarrollo tecnológico, a la educación y a la innovación. Urgen reformas laborales y educativas, elevar el gasto en I+D y tomarse en serio la transparencia, la austeridad y la honradez política. Urge que Zapatero deje la Moncloa dejando paso a quien los ciudadanos escojan. Urge que el PSOE reflexione y ofrezca un nuevo planteamiento programático a la sociedad. Urge que el PP cumpla lo que ha prometido. En política los problemas mal resueltos tienden a empeorar.





GMT+1H.

















- INFORMACIÓN GENERAL
- ASESORAMIENTO Y GESTIÓN
- ORIENTACIÓN



BRASIL 0800 8923710

ARGENTINA 0800 3339104

ALEMANIA 0800 1819415

FRANCIA 0800 918619

ESPAÑA 900 200 999

Anónimo y confidencial Giratuito :)

PARA LAS COMUNIDADES ANDALUZAS EN ESPAÑA Y EN ESTOS PAÍSES

# 900 200 999

Anónimo y confidencial Gratuito :)

\* Informa sobre los recursos y servicios disponibles para la mujer en Andalucía

#### ATENCIÓN A MUJERES CON DISCAPACIDAD AUDITIVA

Servicio web y servicio móvil accediendo a mmv.telesor.es y seleccionando en el listado de entidades al <u>Instituto Andaluz de</u> la <u>Mujer</u>.







EL INSTITUTO ANDALUZ DE LA MUJER ES UN ORGANISMO DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA QUE PROMUEVE LA IGUALDAD DE DERECHOS Y OPORTUNIDADES ENTRE MUJERES Y HOMBRES

www.juntadeandalucia.es/institutodelamujer



Instituto Andaluz de la Mujer
CONSEJERÍA PARA LA IGUALDAD Y BIENESTAR SOCIAL

menos tinta, más apua

