

mujeremprededora

Entrevistas

Isabel Sánchez Lozano,
directora general de Transcom
para España, Portugal
y Latinoamérica

Marisa de Madariaga,
consejera delegada
de El Laboratorio

Clara Sánchez,
la ganadora
del Premio Nadal
en 2010



Mujeres **enredadas**



LA FUERZA DE LA COOPERACIÓN

EMPRESAS NUMERARIAS: ABENGOA · ACCIONA · AIRBUS · AIRBUS MILITARY · ATLANTIC COPPER · AT4 WIRELESS · AZVI · BANCO SANTANDER · CAF · CAJA GRANADA · CAJA RURAL DEL SUR · CAJAMAR · CAJASOL · CAJASUR · CEPESA · CIAT · CORPORACIÓN ALISIOS · CORPORACIÓN DE EMPRESAS MUNICIPALES DE SEVILLA · CORPORACIÓN GARCÍA ARRABAL · CORPORACIÓN MONTEALTO XXI · COSENTINO · COVAP · DEOLEO · DETEA · ENDESA · FUNDACIÓN PRASA · GAMESA · GAS NATURAL FENOSA · GEA-21 · GRUPO ITURRI · GRUPO RAFAEL GÓMEZ · GRUPO SACYR VALLEHERMOSO · GRUPO SÁNCHEZ-RAMADE · HEINEKEN · HERBA RICEMILLS · HOLCIM · IBERDROLA · INDRA · INERCO · ISOFOTON · LABORATORIOS FARMACÉUTICOS ROVI · LA CAIXA · MP CORPORACIÓN INDUSTRIAL · NOVASOFT · PERSAN · SADIÉL · SANDO · TELEFÓNICA · TORRESOL ENERGY · UNICAJA · VODAFONE · **EMPRESAS COLABORADORAS:** ABEINSA · ABENGOA BIOENERGÍA NUEVAS TECNOLOGÍAS · ABENGOA SOLAR · AGENCIA DE GESTIÓN AGRARIA Y PESQUERA DE ANDALUCÍA · AGENCIA DE MEDIO AMBIENTE Y AGUA DE ANDALUCÍA · ALIATIS · ANAFOCUS · APPLUS SERVICIOS TECNOLÓGICOS · ARIÓN GRUPO · AURANTIA · BEFESA MEDIOAMBIENTE · BIOMEDAL · BIONATURIS · BIOSEARCH LIFE · BY TECH INNOVATIONS · **CARBURES** · COBRA · CORPORACIÓN EMPRESARIAL ALTRA · CHEMTROL · DECISIONES GEOCONSTRUCTIVAS · DRAGADOS OFFSHORE · FAASA · GHENOVA · GREENPOWER · GRUPO ALBATROS · GRUPO RAFAEL MORALES · GUADALTEL · INGENIA · INGENIATRIS · INNOVES · ISOTROL · LABORATORIOS PÉREZ GIMÉNEZ · NEOCODEX · NEURON BIO · PLAN 3 · PRODUCCIONES Y DESARROLLOS ANDALUCES · REDSA · REVERTÉ · SODINUR · STRADA · TECNOLÓGICA OPERACIONES DE CABLE · TELVENT · TINO STONE GROUP · **EMPRESAS ASOCIADAS:** ADEVICE SOLUTIONS · ADSAT · AGROSEVILLA · ALENER SOLAR · ALFOCAN · AMBISAT INGENIERÍA AMBIENTAL · ASTER · BIOTMICROGEN · BRAIN DYNAMICS · CALPE INSTITUTE OF TECHNOLOGY · COMPASS MOBILE · CYCLUS · DECISIÓN EMPRESARIAL · DITECSA · EÓLICA DEL ZENETE · EPCOS ELECTRONIC COMPONENTS · ERMESTEL · GMV · GRAPESA · GRUPO ARELANCE · HISPACOLD · IBERHANSE · IHMAN · IMP CONSULTORES · INNOBEN · INNOFOOD · INTELLIGENT DIALOGUE SYSTEMS · INYPSA · IRRADIA ENERGÍA · MAGTEL · MILENIO SOLAR · NETEMAN · NEWBIOTECHNIC · NOXIUM · OESÍA NETWORKS · OLEAPURE · OMYA CLARIANA · P CRUZ · PROCESOS INDUSTRIALES DEL SUR · PROTOTEC DESARROLLOS TECNOLÓGICOS · RECICLADOS TUCCITANOS · RESBIOAGRO · SAVIA BIOTECH · SEFOSA · SHS CONSULTORES · SISTEMAS PRODETEX · TEAMS · VALDEMAR INGENIEROS · VIRTUAL SOLUTIONS · VORSEVI · WELLNESS TELECOM · **UNIMOS**

PROYECTOS, OBTENEMOS RESULTADOS. GRACIAS A TODOS.



www.corporaciontecnologica.com

Una alianza estratégica para el desarrollo de la innovación en Andalucía



18

Isabel Sánchez Lozano,
directora general de Transcom
para España, Portugal
y Latinoamérica



20

Marisa de Madariaga,
consejera delegada
de El Laboratorio



34

Clara Sánchez,
ganadora del
Premio Nadal
en 2010

5 ZONA OPINIÓN

5 **Inmersión Lingüística**
Gloria Bellido Zanín

7 ZONA HECHOS

7 Noticias
8 Tema de portada
Mujeres enredadas
12 Reportaje
Casa Verde, seguridad
y apoyo para los
más pequeños

15 ZONA MUJER

15 Opinión
M^o Ángeles Tejada
17 Asociaciones
La ventana
Isabel García
18 Entrevista
Isabel Sánchez Lozano,
directora general de
Transcom para España,
Portugal y Latinoamérica
20 Entrevista
Marisa de Madariaga,
consejera delegada
de El Laboratorio
22 Emprendedora
Paloma Avilés, promotora
de 'Speak and Fun'

23 **Emprendedora**
Rocío Herrero, creadora
de la plataforma online
Memimo'

24 ZONA EMPLEO

24 CCOO-Andalucía
27 UGT-Andalucía
26 Reportaje
Suralgae, 'Empresa Excelente'
Reconocimiento otorgado
por Agenda de la Empresa

31 ZONA OCIO

31 Flashes
32 Música
33 Museo Picasso
Málaga
34 Entrevista
Clara Sánchez, la ganadora
del Premio Nadal en 2010
36 Viajes
39 Libros

40 ZONA OPINIÓN

Vida y muerte
Manuel Bellido

staff

EDITA: Grupo Informaria, empresa informativa fundada en 1996

FUNDADOR: Manuel Bellido

PRESIDENTA-EDITORIA: Gloria Bellido Zanin

REDACCIÓN Y COLABORADORES:

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

DIAGRAMACIÓN: Francisco Javier Collados

FOTOGRAFÍA: Archivo Mujerempresadora, Agencias

Dirección, Administración,

Distribución y Publicidad:

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

Tel.: 954 53 98 47 / 98 72 22 Fax: 954 53 31 43

ISSN 1575-9377

Depósito Legal: SE-3043-99

www.mujerempresadora.net

E-mail: mujerempresadora@mujerempresadora.net

redaccion@mujerempresadora.net;

digital@mujerempresadora.net

**Premio
ALMUR**



**Premio
ARCO
IRIS**





CADA DÍA
21.000 NIÑOS
MUEREN POR CAUSAS
QUE PODEMOS EVITAR

EN UNICEF CREEMOS QUE ESTE
NÚMERO DEBERÍA SER **CERO**

~~21.000~~**0**

HAZTE SOCIO
Te necesitamos

unicef 

www.unicef.es | 902 31 41 31





para empezar
gloria BELLIDO

bellido@mujeremprededora.net

Editora

Inmersión Lingüística

Hace un par de semanas tuve la magnífica oportunidad de compartir una bonita experiencia con personas de toda España. Nos encontrábamos todos en Santander con el objetivo de mejorar nuestro inglés en una semana intensiva, hablando unas ocho horas diarias solo en esa lengua.

Cuando por fin podíamos descansar y nuestra mente se tomaba un respiro volviendo al castellano, el tema del inglés volvía inevitablemente a nuestras conversaciones con las nuevas palabras que habíamos aprendido, los acentos extraños de nuestros profesores que eran de casi todas las partes del mundo, la pronunciación de ciertos sonidos, etc. En una semana todos parecíamos lingüistas amateurs.

Y pronto del inglés pasábamos al castellano. Cada uno de nosotros era de diferentes lugares de España: Andalucía, Extremadura, Madrid, Cataluña, Valencia y se convirtió en una tarea realmente divertida aprender también las diferentes expresiones que en cada una de esas regiones se utilizan para decir las mismas cosas.

Creo que todos somos conscientes de la gran riqueza lingüística que tiene España. En ella conviven muchísimos acentos, dialectos e idiomas, pero es mucho más interesante cuando, en lugar del limitarte a saberlo, te pasas un tiempo descubriéndolo de primera mano.

Me gusta pensar que, además de mejorar enormemente mi fluidez en inglés, también he aprendido algo de catalán, de valenciano, de gallego y de euskera, que he descubierto expresiones típicas asturianas o dichos madrileños y que todos los demás también han aprendido a valorar el andaluz como una variedad lingüística más y no como una forma mal hablada del castellano.

Y que todo esto ha servido, no solo para darnos una visión más amplia y profunda de nuestra riqueza lingüística, sino para acercarnos a todos y convertimos en buenos amigos.

Al final del curso, uno de los profesores de inglés, nativo de Sudáfrica, me dijo que seguía teniendo mis fallos a la hora de hablar inglés, pero que sin duda había alcanzado el objetivo que nos ofrece conocer una nueva lengua, entender a los demás y hacernos entender siempre de la mejor manera, es decir, la comunicación. Porque los diferentes idiomas no deberían tener intereses económicos ni políticos sino solo un único interés, la interacción humana. Por eso debemos intentar salvar las diferentes lenguas que hablamos todos, son nuestra forma de expresión y de comunicación. Pero tampoco deberíamos dejar que vayan en contra de su objetivo y acaben por separarnos más de lo que ya estamos. ●

“Los diferentes idiomas no deberían tener intereses económicos ni políticos sino solo un único interés, la interacción humana”



asociación de **e**mpresarias de **S**evilla

visita nuestra web

www.aesevilla.org



anúnciate en nuestra revista

DATE A CONOCER A TRAVÉS DE NUESTRA REVISTA

TE DAMOS EL APOYO QUE NECESITAS. TE AYUDAMOS A CRECER

www.aesevilla.org

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

En cuatro vistazos

FLASHES DE LA ACTUALIDAD

Jóvenes empresarios harán negocio en la Feria de Córdoba

>>En el mundo de la empresa, conseguir 50 contactos es una tarea de meses y conlleva un coste económico considerable. Con los encuentros regionales que celebra la Asociación de Jóvenes Empresarios, estos objetivos se consiguen en una sola jornada. El próximo 22 de mayo tendrá lugar el Encuentro de Negocios Regional AJE que congregará a medio centenar de jóvenes empresarios de todo el territorio andaluz. Se ha elegido el ambiente distendido de la Feria de Córdoba para que los asistentes se conozcan, intercambien tarjetas y se pongan en contacto para llevar a cabo futuros negocios en común. Como asegura José Antonio Cabrera, presidente de AJE Andalucía, "los asistentes a estos encuentros no vienen a vender, vienen a crear vínculos empresariales que permiten a estas empresas hacerse más fuertes. Es una magnífica ocasión para ampliar la cartera de clientes y proveedores reduciendo al máximo el coste de tiempo y dinero". Este evento mantendrá el formato habitual de los Encuentros AJE llamado speednetworking. Se trata de una rueda exprés de contactos profesionales que permite celebrar múltiples y muy breves reuniones de negocios, muy útil a la hora de intercambiar propuestas, conseguir nuevos clientes o conocer en qué situación se hallan el mercado y la competencia.

**2****1**

>>IV Foro Mediterráneo de Mujeres Empresarias

El próximo 18 de junio de 2012 tendrá lugar la celebración del IV Foro Mediterráneo de Mujeres Empresarias en el Hotel Hilton de Argel (Argelia). El evento está organizado por AFAEMME, la Asociación de Cámaras de Comercio e Industria del Mediterráneo (ASCAME), la Asociación de Empresarias de Argel (SEVE) y la Asociación Catalana de Empresarias y Ejecutivas (ACEE), y coincidirá con la celebración de la Asamblea General de AFAEMME (19 de junio) y una serie de encuentros business to business entre empresarias catalanas y argelinas que organiza la ACEE (18 de junio). El Fórum se configura como una importante oportunidad para todas las mujeres empresarias del área mediterránea de hacer contactos de negocio en sectores clave para el desarrollo económico del Mediterráneo, así como de explicar historias de éxito, compartir buenas prácticas y know-how, además de analizar el papel de la mujer en el desarrollo de las economías de la región.

El empleo no da señales de recuperación

>>Si bien el crecimiento económico se ha reactivado en algunas regiones, la situación global del empleo es extremadamente alarmante y no da señales de recuperación en el futuro próximo, según asegura la Organización Internacional del Trabajo (OIT). El 'Informe sobre el Trabajo en el Mundo 2012: Mejores Empleos para una economía mejor' de la OIT señala que aún siguen faltando 50 millones de empleos a nivel mundial comparado con la situación que existía antes de la crisis. También advierte que está surgiendo una nueva y aún más problemática fase de la crisis mundial del empleo. Según la organización, esto se debe al hecho que muchos gobiernos, en particular en las economías avanzadas, le han dado prioridad a la combinación de austeridad fiscal y drásticas reformas laborales. El informe sostiene que este tipo de medidas están produciendo consecuencias devastadoras en los mercados laborales en general, y en la creación de empleo en particular.

**3****4**

>>Proyectos de innovación social en negocios

La Red Guadalinfo, iniciativa impulsada por la Consejería de Economía, Innovación y Ciencia de la Junta de Andalucía y las ocho diputaciones provinciales, celebra durante este mes de mayo 'Inn&cia2', un programa de ocho jornadas para formar y asesorar a promotores y dinamizadores de proyectos sobre cómo materializar sus iniciativas de innovación social en proyectos económicamente sostenibles. Estas jornadas cuentan con la participación de expertos en modelos alternativos de financiación, comunicación y social media, creatividad, tecnología y consultoría. El resto se desarrollará a lo largo del mes y culminarán el 17 de mayo en Granada, coincidiendo con la celebración del Día de Internet, por lo que contará con una programación diferenciada que incluirá la evaluación de las siete jornadas previas. El programa incluye talleres, mesas de expertos, debates y espacios para la consultoría y el networking, para generar sinergias con otras entidades e intercambio de ideas innovadoras entre agentes del entorno Guadalinfo. Otro de los objetivos será captar y promocionar el talento y la excelencia en Guadalinfo, tanto de personas que desean crear proyectos como de quienes quieren colaborar en los existentes. Por ello, se pretende crear un laboratorio de ideas y proyectos y promocionar un foro interdisciplinar capaz de liderar las transformaciones y aportar soluciones a los retos de un futuro relacionados con las oportunidades de internet.



Mujeres enredadas

Según este estudio, excepto LinkedIn, el resto de las redes sociales está manejada y dominada por mujeres, que consumen el 58% de éstas. ¿Son las redes sociales cosa de mujeres? ¿Cómo usan las mujeres las redes sociales?

El crecimiento del fenómeno de redes sociales como Facebook o Twitter en España es algo evidente en los últimos años, y más aún en España después de que un estudio del Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones (ONTSI) haya situado a nuestro país en tercer lugar, únicamente superado por Brasil e Italia.

El sector de la tecnología sigue relacionándose con más frecuencia al público masculino que al femenino en la actualidad, una relación que se hace por defecto y sin tener en cuenta cifras ni encuestas. Sin embargo, desde el año 2008 al 2010, las mujeres se han encargado de darle la vuelta a esta realidad en muchos de estos ámbitos, pero sobre todo en el de las redes sociales, un sector que ya de por sí ha sido emergente, alcanzando la cifra de 850 millones de usuarios.

Las mujeres consumen el 58% de las redes sociales mientras que el porcentaje



>> Mejor gestión

El Pew Internet & American Life Project ha publicado el informe 'Privacy Management on social media sites', en el que muestra cómo las mujeres son más listas a la hora de gestionar la privacidad en las redes sociales. Éstas, por lo general, adoptan una postura más reservada y comparten menos datos que los hombres. El estudio llevado a cabo por Pew Internet & American Life Project, perteneciente a la firma Pew Research Center, ha visto publicados sus resultados en el informe 'Privacy Management on social media sites'. De éste se desprenden algunas conclusiones interesantes. La más general es que las mujeres utilizan mejor las redes sociales a la hora de gestionar su privacidad. La investigación revela que los perfiles de Facebook, LinkedIn y MySpace del 67% de las féminas sólo los pueden ver sus amigos, mientras que únicamente el 48% de los hombres tienen esta configuración. El 26% de los varones tienen su perfil público, visible por cualquier usuario, mientras que sólo el 14% de las mujeres mantienen la privacidad tan abierta. El hecho de dar un mayor acceso a la información personal o restringirlo puede ser un indicador de cómo se usan las redes sociales. Ya sea consecuencia de la estadística anterior o no, otro de los descubrimientos del estudio indica que casi el doble de hombres ha lamentado haber publicado algo en las redes sociales. Mientras que el porcentaje de éstos es del 15%, el de las mujeres es del 8%.

de uso de los hombres, sin embargo, ha caído en estos años un 3%, según un estudio publicado por el portal skoolboyz.in. Keith Hampton, el autor del estudio, afirma que el hombre es menos propenso a utilizar las redes sociales como forma de expresión, de tal manera que las webs de corte generalista e incluso aquellas más destinadas al uso masculino no consiguen motivar demasiado el consumo de las mismas. Por otro lado, a juicio de

>> "El hombre es menos propenso a utilizar las redes sociales como forma de expresión, de tal manera que las webs de corte generalista no consiguen motivar demasiado el consumo de las mismas"

Hampton, y más allá de las relaciones virtuales, las mujeres suelen ser más propensas a las relaciones sociales. Por ello, el especialista considera que un sitio web para hombres en el que ellos interactúen es mucho más difícil de crear.

Según el 'Estudio sobre Redes Sociales' de IAB13, un 86% de las mujeres se relacionan en su gran mayoría con amigos actuales y en menor medida con personas del pasado. Muy pocas, tan solo un 8%,

hacen nuevos amigos en las redes sociales. El 14% de los hombres, usuarios de redes sociales, son algo más proclives a hacer nuevos contactos aunque, al igual que las mujeres, no es su principal interés.

Ellos deciden.

Con estas cifras, la pregunta está clara: ¿son los hombres realmente los que deciden las tendencias en Internet? ¿Y en las redes sociales? ¿Y en la tecnología móvil? ¿Sigue siendo todo esto una cuestión de hombres? Según un estudio de NBCU publicado por thestrategyweb.com, las mujeres son en la actualidad las que marcan estas tendencias, de una manera muy especial, en las mencionadas redes sociales.

¿Y cuál de las redes sociales está siendo dominada por mujeres y cuál por los hombres? Según este estudio, excepto LinkedIn, el resto de las redes sociales está manejada y dominada por mujeres, aunque la mayoría del sector femenino prefiere Facebook, mientras que Twitter sigue teniendo una preponderancia masculina.

Un 71%, además, confiesa que en la actualidad siguen los consejos de sus amigos a través de la red más que de las páginas web. E incluso, se sienten más atraídas por ciertas marcas a través del uso de estas redes sociales que mediante las propias webs que las ofertan.

Las mujeres, por otro lado, están más predispuestas a poseer un smartphone o a una aplicación para móviles como el angry birds o incluso una wii que un hombre.

En cuanto a las mujeres de negocios, el incremento en su uso ha sido considerable y, según un estudio de The Women Presidents' Organization basado en 250 mujeres líderes de compañías, el 40% considera que su crecimiento se basaba

>> "Las madres, además, son responsables del 20% del tráfico de Internet y son unas grandes compradoras de iPhones"

en los esfuerzos empleados en las redes sociales, aunque otro 40% manifestaba lo contrario. De ellas, además, un 16% no usaba estas redes.

Las madres constituyen, además, un sector emergente que consume Internet y esto desde las compañías que trabajan el universo on line se sabe. Porque es frecuente en la actualidad la proliferación de páginas que comparten información de sus hijos sobre educación, por ejemplo. Las madres, además, son responsables del 20% del tráfico de Internet y son unas grandes compradoras de iPhones.

La conclusión es pues que los hombres nunca más serán los precursores de la tecnología moderna ya que las mujeres se han adaptado más y mejor a la tecnología que se ofrece que conecta el mundo y la sociedad y la permite avanzar en el plano multimedia. ●

¿Cómo utilizar las redes sociales para encontrar trabajo?



Si las redes sociales han cambiado nuestra manera de hacer negocios, también han creado sorprendentes oportunidades para mejorar la búsqueda de empleo- si se usan apropiadamente. Las redes sociales on line como LinkedIn, Xing, Smallworld, Twitter, Facebook, Youtube y los blogs específicos tienen ahora un lugar más amplio en la estrategia de búsqueda de empleo. Al ampliar considerablemente nuestras redes personales y profesionales, permitiéndonos una clasificación precisa y profunda de cada contacto, se ha multiplicado por diez la importancia de la construcción de una imagen profesional, así como la necesidad de poner en marcha una “estrategia personal de marca en línea”. Utilizar las redes sociales para la caza de trabajos significa desde un principio tener una estrategia online, y enseguida seguir unas cuantas reglas básicas pero esenciales.

1. Considerate como una marca duradera y crea esta marca con una visión de largo plazo.

- Todas las personas en búsqueda de empleo deben considerar su perfil como un producto (un cartera de ventajas y competencias) preparado a ser lanzado sobre mercados específicos (en este caso el mercado del empleo) gracias a un conocimiento profundo de objetivos (empresas y puestos). En el enfoque tradicional, los papeles de los buscadores de empleo y las empresas están claramente definidos: la persona en búsqueda debe identificar las oportunidades interesantes con el objetivo de ajustar su estrategia de “marketing personal”- basado sobre los currículos, cartas de presentación y referencias- a las exigencias de la empresa.

- Las comunidades de redes sociales están ante todo basadas en compartir intereses comunes. Por lo tanto, todo el mundo es potencialmente y simultáneamente empresa, cliente, candidato, proveedor. Construye tu perfil en línea como construirías una marca: debes crear una marca coherente de ti mismo, profesional, a largo plazo, y de acuerdo con la comunidad que has elegido focalizarte.



- Se trata más de de comunicar sobre tu « entorno » profesional que de presentar tus competencias.

- Presta atención a las palabras clave que utilizas para describir tu «e-perfil», pide recomendaciones en LinkedIn o Xing, pero únicamente a las personas pertinentes.
- Haz un video corto con tu CV en Youtube, solo con fines profesionales, y haz pruebas sobre los mensajes que transmites a través de esos videos, pide la opinión de tus amigos y contactos profesionales.

2. Se trata más de posicionarse en competencias clave que de enviar candidaturas

- Los blogs son un medio eficaz de demostrar tu tema de especialización. Los grupos de discusión de LinkedIn son particularmente útiles para llegar a las personas que comparten los mismos intereses que tu. Comparte tus presentaciones de negocios con los slideshare, etc. . . Eres un productor de contenido, antes de ser un candidato al empleo.

- Se trata más de a los reclutadores a llevarlos a entender quien eres, que eres capaz de hacer, de ser fácilmente « encontrado », que de seducirlos.

3. Combinar las redes sociales y los servicios móviles (como poner una «etiqueta » en tu CV video) permite a los reclutadores tener un acceso rápido y directo a tu perfil: esto demuestra igualmente una cierta capacidad de adaptarse a un mundo que evoluciona rápidamente. Utiliza las redes sociales para pasar de una estrategia marketing llamada “Push” a otra llamada “Pull”.

4. Gestionar estratégicamente su marca online

La peor de las situaciones para una marca es la confusión de mensajes, eso que crea identidad sombría. Gestionar la marca en línea de alguien es particularmente difícil, ya que las redes sociales requieren una práctica de espontaneidad y una capacidad de respuesta muy rápida, todo ello sin dejar de ser comunicación escrita, estando presente en permanencia en internet. La primera regla a evitar es la confusión en las « reglas » que tienes en el seno de diferentes comunidades, mediante la creación de múltiples identidades, en consecuencia, diversas marcas. En estas comunidades profesionales y grupos de discusión, tú eres el experto agradable, que aporta contenido y da opiniones inteligentes: como en las entrevistas de trabajo, hay que estar dispuesto a escuchar, a no ser demasiado crítico, escribir respuestas basadas en los hechos y no sentimientos, e invitar a personas para discusiones “offline” en un segundo término. En Facebook, y en otras comunidades interpersonales, puedes mostrarte más espontáneo, compartir puntos de vista más claros y hablar de tus sentimientos.

5. Combina tus estrategias tradicionales y digitales

- Numerosos estudios han mostrado que el 80% de los trabajos provienen de los contactos, ya sea antes o después de la aparición de la web 2.0.

- Las redes sociales incrementan la velocidad y accesibilidad; y las plataformas profesionales de contactos profesionales como LinkedIn o Xing ofrecen increíbles oportunidades de expandir tu red y conocer las oportunidades de empleo.

“Calidad de la red es la clave, pero la cantidad también es fundamental para utilizar las redes sociales de manera más eficaz”

- Invita sistemáticamente las personas que ya conoces o con las que entras en contacto en tus redes on line y verifica que es lo que tenéis en común, y qué perfiles interesantes puede tener el nuevo contacto. Si tienes 5 contactos “negocio” por semana, eso significa potencialmente 20 contactos adicionales por semana en tu red en línea.

- Conoce gente directamente: puedes mandar un mensaje a alguien que no conoces, pero no lo contactes directamente sobre un trabajo. Las reglas de base del networking- en la red y fuera- son desarrollar un enfoque ganador-ganador. Pide un consejo, experiencia, pero jamás un trabajo.

- Comprueba con regularidad quién ha mirado tu perfil e invita a las personas que podrían estar interesadas por ti.

- Calidad de la red es la clave, pero la cantidad también es fundamental para utilizar las redes sociales de manera más eficaz.

- Cuantos más contactos tengas en LinkedIn o Xing, por ejemplo, más fácil será la búsqueda de oportunidades.

- Con el objetivo de ser proactivo y obtener trabajos en Twitter, tienes que tener ya cientos o miles de seguidores.

Tener una estrategia en las redes sociales es hoy crucial para los candidatos de puestos de trabajo en el extranjero, pero no hay que dejar de lado la búsqueda de empleo tradicional respondiendo a los anuncios publicados para las empresas.

SophieDELORENZO

Directora de la Oficina de Servicios de Carreras
y Relaciones con Empresas de la Universidad Internacional
de Mónaco (Grupo INSEEC)

Casa Verde, seguridad y apoyo para los más pequeños

Nos adentramos en Casa Verde, un lugar "acogedor" en Madrid puesto en marcha por la Fundación Manantial y Obra Social Caja Madrid donde los hijos de personas con enfermedad mental puedan interactuar con sus padres



“Casa Verde es un lugar acogedor y libre de conflicto, para que el niño vea a sus padres, aunque sea por separado, y realicen actividades conjuntas”, así explica Raquel del Amo, psicóloga y directora de Casa Verde, uno de los objetivos del proyecto de la Fundación Manantial y Obra Social Caja Madrid. Una investigación que Fundación Manantial realizó en 2010 junto con el departamento de Psicología Clínica de la Universidad Complutense de Madrid, mostraba que el 50% de las personas con enfermedad mental pertenecientes a la Red de Atención Social de la Comunidad de Madrid perdía la custodia de sus hijos. Además, el 30% de esos niños vivía en instituciones lejos de sus padres.

Según Raquel del Amo era un panorama “descorazonador”. Para poder evitar estas situaciones, o en su defecto “hacer que sean lo menos dramáticas posibles”, Casa Verde pretende servir de mediación y punto de encuentro en el régimen de visitas para que los padres puedan interactuar con sus hijos.

El proyecto Casa Verde es una iniciativa de la Fundación Manantial y Obra Social Caja Madrid que nace para prevenir alteraciones psíquicas y/o psicológicas en hijos de personas con enfermedad mental grave. “En un principio ésa era la idea inicial pero a medida que avanza el programa, el perfil se ha ampliado para destinarlo a familias con alta vulnerabilidad y a la presencia de patología

en el desarrollo del vínculo entre la madre y el hijo”, reconoce Raquel.

Madres solteras, inmigrantes y con carencias afectivas.

En Casa Verde actualmente atienden a 81 personas en total, de los cuales 23 son madres, 6 padres y 4 mujeres embarazadas. En lo que se refiere a los niños, hay 13 entre los 0 y 2 años y otros tantos entre los 3 y 5 años. Raquel comenta que, aunque todavía no disponen de una memoria anual, “la mayoría de actuaciones del programa se dirigen a un perfil concreto: madres separadas o solteras, que viven con sus propias madres, con escaso apoyo social y con serias dificultades económicas”. En el nivel socioeconómico predomina una “población inmigrante sobre todo de Marruecos y Ecuador”, especifica.

>> Atención psicológica frecuente así como un marco intensivo de confianza para establecer las capacidades de maternidad y paternidad son algunas de las actuaciones previstas



En la mayoría de los casos, las madres tienen síntomas de carácter afectivo, desde depresiones reactivas a trastornos bipolares y cuadros de ansiedad. “Nos encontramos a madres y futuras madres que, bien por su enfermedad mental o por su situación social, presentan déficits de autoestima, dificultades para vincularse con el bebé y poco apoyo de la red social”, explica la responsable del programa.

En cuanto a los profesionales, Casa Verde está formado por 5 personas. Una psicóloga infantil encargada de la psicoterapia con los niños; una educadora infantil para favorecer el desarrollo del niño y fortalecer los vínculos; un educador de adultos que se ocupa del ocio y tiempo libre familiar, acompañamientos y apoyo, y un trabajador social que se encarga de la búsqueda de recursos y orientación laboral. Todos ellos coordinados por Raquel del Amo que, aparte de dirigir el proyecto, también se ocupa de la psicoterapia de los adultos.

Marco estable y de confianza.

Desde un punto de vista práctico, Casa Verde prevé múltiples actuaciones, individuales y grupales, como la atención psicológica frecuente para situaciones de crisis y la posibilidad de tener un referente para

consultar problemas en relación con los hijos. Pilar Matamala, psiquiatra del Centro de Salud Mental ‘Vallecas Puente’ en Madrid, destaca, a su vez, “el marco intensivo, estable y de confianza para desarrollar las capacidades de maternidad y paternidad” que ofrece el proyecto.

En ese sentido, Matamala, admite que es un “apoyo fundamental” para los casos más complejos que se quedarían “sin atender si no

>> Madres solteras o separadas, de nivel socioeconómico bajo y de población inmigrante es el perfil mayoritario de las atenciones de Casa Verde

hubiera una necesaria especialización y dedicación”. El trastorno mental, el sufrimiento psíquico, la falta de pareja y de apoyos sociales pueden “limitar la capacidad maternal para establecer vínculos saludables”. “Se trata de ayudar a prevenir la repetición de los problemas generación tras generación”, concluye la psiquiatra de ‘Vallecas Puente’.

La enfermedad mental no se hereda.

En esa línea, la Organización Mundial de la Salud recuerda que tener unos padres con enfermedad mental grave hace a los niños más vulnerables a padecer trastornos psíquicos. Pero, “que los haga más vulnerables no quiere decir que necesariamente vayan a desarrollar una enfermedad mental, es un riesgo solo”, puntualiza la directora de Casa Verde.

Por ello, “en Casa Verde tratamos de buscar señales en el desarrollo y paliar los primeros síntomas que no son todavía enfermedad mental pero indican que algo no va bien”, detalla del Amo. Además, en esa vulnerabilidad infantil influyen “otros factores” como la pareja, lo económico o lo social, “tan importantes como lo estrictamente psicológico”, admite.

Por último, Raquel lamenta que en cuestiones de maternidad el estigma se manifieste más que en otras situaciones, pero lanza un mensaje positivo y esperanzador. “La maternidad o paternidad puede ser objeto de mejoras significativas en la enfermedad mental de la madre o del padre”, finaliza la directora de Casa Verde. ●



VUELA MÁS BARATO



RYANAIR



recursos humanos

maángeles**TEJADA**

Directora General de Randstad Public Affaire
y Presidenta de FIDEM

Ni adelante, ni atrás

Pues parece que sí, que por desgracia, los titulares de los periódicos anuncian lo que ya sabía la calle. Estamos en recesión, o sea andando para atrás como los canchales y la bajada de la bolsa. Conjuntamente con las amenazas de intervenciones en la autonomía, anuncian el fin del “café para todos” gratis, y volveremos a repartir el café con las enormes lecheras, teñidas con el “malta” de la postguerra; entonces los que quieran café del bueno tendrán que comprarse la nespresso, porque los lujos tendrá que pagárselos cada uno.

Era inevitable, porque mientras Alemania empezaba a recortar hace 8 años, racionalizando su economía a fin de estabilizar la integración de los alemanes del este, aquí seguimos construyendo y gastando por doquier, llegando a una dependencia del 25 % del PIB en la construcción, sector que no aportaba más valor añadido que los escandalosos “pelotazos”, poco I+D, mucho inmovilismo, y una mala estrategia política, basada en el paternalismo y el gobierno a medio plazo. Todo eso, nos ha llevado hasta donde estamos ahora.

Pero, ¿es reversible esta situación? Naturalmente, y por mucho que duelan los “recortes”, es necesario recomponer lo que se hizo mal, al menos hasta devolver a los ciudadanos la dosis de realismo que se les robó durante estos años. Yo creo que la gente no nace para pedir, sino más bien para dar, no es una cuestión de generosidad, sino simplemente de que seamos responsables cada uno de lo suyo, y ésta es la primera gran cuestión a cambiar. Hay que dejarse de victimismos y quejas y ser “todas y todos” más responsables, empujando por los de arriba.

Hoy este país es más vulnerable que nunca, no tanto por los problemas de endeudamiento exterior, que los hay, ni por la ingente cantidad

de parados, que es casi insostenible. El gran problema es la enorme conflictividad y crispación interna, creada a partir del echarse la culpa unos a otros, el recelo entre comunidades creado por los políticos, la desconfianza que sigue latente entre sindicatos y patronales, entre bancos y cajas y por qué no, entre hombres directivos y mujeres con vocación dirigente que siguen obligadas a “romper” indefinidamente el cerco elitista en muchas empresas -cada día menos obstinadas en mantener sistemas de dirección basadas en la extrema competencia, la radicalidad y la eficacia del resultado, por encima de la implicación conjunta, la comunicación, el compromiso mutuo y la eficiencia del resultado.

“Las mujeres estamos llamadas a dar vida y si es posible dotarla de sentido, por ello una vez más nos va tocar empujar el mundo, para que todos hagan lo mismo”

No debería asustarnos dar algún paso atrás, pues incluso los atletas de élite lo hacen, para tomar impulso. Hay que volver a la racionalidad y la moderación para recuperar aquellos valores tan claves como el esfuerzo y el coraje para salir de la adversidad. Y de eso las mujeres sabemos mucho y las empresarias no digamos. Si consiguiéramos que el mismo porcentaje de gente quisiera ser emprendedor, en vez de funcionario, salvaríamos la economía en menos de 4 años. No debemos esperar estímulos de fuera, de hecho la nueva Reforma Laboral, criticable como todas, aporta ya algunas ventajas, pero el trabajo depende de cada uno. Por ello, no hay que mirar el calendario, pensando en lo que queda para el próximo puente, mejor pensar en cómo voy a aprovechar cada día para que me pille en actividad y no pueda disfrutarlo ahora, y así sacar adelante mi vida. No hemos nacido para la recesión, sino para la evolución. O sea crecer, de lo contrario no hubiéramos superado la edad media. Las mujeres estamos llamadas a dar vida y si es posible dotarla de sentido, por ello una vez más nos va tocar empujar el mundo, para que todos hagan lo mismo. ●



extendaplus



Ya somos
MÁS de
1.000
empresas

Únete a nuestra red, juntos llegaremos más lejos


extendaplus.es

[La Red Profesional de la Internacionalización]



Muestra fuera lo que llevas dentro

Ahora con Extenda Plus, la primera red profesional para las empresas andaluzas en proceso de internacionalización, tu proyecto empresarial tendrá su propio espacio conectado con otras empresas, con Extenda, y con importadores y distribuidores de todo el mundo. Descubre hasta dónde puedes llegar registrándote en www.extendaplus.es [tu red profesional made in Extenda]

Síguenos en   



Unión Europea

Fondo Europeo de Desarrollo Regional



JUNTA DE ANDALUCÍA
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, INNOVACIÓN Y CIENCIA

En tres vistazos

LA ACTUALIDAD DEL ASOCIACIONISMO FEMENINO

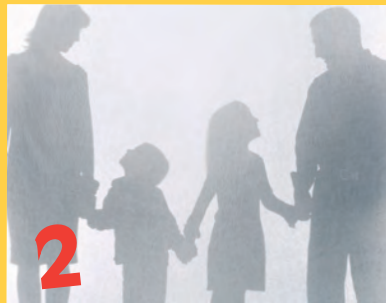
>> PROMOCIONAR ESCUELAS DE ESPAÑOL PARA EXTRANJEROS EN ANDALUCÍA

Un total de cuatro empresas malagueñas, dos sevillanas y dos granadinas participan por primera vez en un encuentro con agentes turcos del área del turismo idiomático, gracias al apoyo de Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior, entidad dependiente de la Consejería de Economía, Innovación y Ciencia de la Junta de Andalucía, junto con la organización de la Asociación Andaluza de Escuelas de Español para extranjeros (EEA). La reunión o 'workshop de agentes' tendrá lugar el próximo 9 de mayo, en la sede del Instituto Cervantes de Estambul. Las empresas andaluzas que participan son: Cervantes Escuela Internacional (Málaga), Debla (Málaga), Malaca Instituto (Málaga), Málaga Sí (Málaga), Enforex (Sevilla), Clic IH (Sevilla), Castila (Granada) y Proyecto Español (Granada). Este workshop está destinado a los agentes especializados en turismo idiomático y su objetivo es promocionar Andalucía y la oferta de las escuelas de español para extranjeros en Andalucía, con la colaboración de Extenda y el Instituto Cervantes. Con esto, se facilitará, entre otras cosas, la posibilidad de conocer profesionales del mismo ámbito laboral y consolidar los ya conocidos. Más de 30 agencias turcas están invitadas a participar en el acto. ●

**1**

>> AMFAR AMPLÍA SUS REDES

La Asociación de Mujeres y Familias del Ámbito Rural (AMFAR) continúa ampliando sus redes asociativas en la provincia de Ciudad Real con el objetivo de llegar a todas las mujeres rurales. En este sentido, AMFAR ha incorporado a su proyecto asociativo a una nueva delegación local, Ballesteros de Calatrava, con la que alcanza un total de 28 sedes locales distribuidas por toda la geografía provincial, destacando que el pasado mes de marzo se sumó también Calzada de Calatrava. La primera reunión celebrada en la localidad sirvió para constituir la Junta Directiva de AMFAR en Ballesteros, encabezada por Blanca Nieves Callejas Muñoz, como presidenta; María del Pilar Sánchez, en el cargo de secretaria; Encarnación Gómez, tesorera; y María Consuelo Arévalo y María Dolores Sánchez como vocales. ●

**2**

>> ARRANCA EWA, LA PRIMERA RED EUROPEA DE MUJERES DEL AUDIOVISUAL

La asociación de mujeres cineastas y de medios audiovisuales (CIMA) presentó el pasado mes de abril EWA (European Women Audiovisual Network), la primera red europea de mujeres del audiovisual, en la 15 edición del 'Festival de Málaga. Cine Español'. Carla Reyes Uschinsky, responsable de EWA, acompañada por las directoras Oliva Acosta Rodríguez y Ana Rodríguez Rosell, explicaron todos los detalles de la red en Málaga, dentro de la sección 'Afirmando los derechos de la mujer'. "Como directora, productora mujer y socia de CIMA me entusiasma EWA", afirmó Ana Rodríguez, quien añadió: "Personalmente, concibo el cine como una energía que rompe fronteras, que traspasa límites geográficos y mentales, y eso me empuja a buscar historias alrededor del mundo. Y a trabajar con profesionales de otros países". ●

**3**la ventana
isabelGARCÍA

redaccion@mujeremprededora.net

Fotos no

A l menos, si eres guapa. O, al menos, eso es lo que dice un estudio publicado por el diario 'The Economist', que las guapas y atractivas se reserven sus fotitos en los cajones de sus casas en lugar de adjuntarlas en un CV a la hora de buscar empleo. Según dicho estudio, los departamentos de RRHH tienden a ser liderados en su mayoría por mujeres. De hecho, el 93% de los responsables de selección de las empresas participantes en este estudio eran mujeres, las mismas que según los investigadores discriminan, por celos o miedo, a las candidatas más atractivas. Sin embargo, la discriminación acerca de la belleza de los empleados no afecta al hombre; es más, el estudio apunta a que si él es un hombre guapo y atractivo, lo tendrá más fácil que otros candidatos en una oferta de trabajo. Conclusión: las mujeres somos no solo envidiosas o celosas, sino que ahora también nos da miedo enfrentarnos con futuras rivales. Hay que ver la de cosas bonitas que dicen de nosotras... cuántas perlititas... Lo que no dicen es lo que llevo viendo años a través del contacto directo con emprendedoras, directivas y profesionales de todo tipo. Lo que no dicen son las redes que las mujeres con diferentes responsabilidades, de distintos ámbitos y, sobre todo, con diferentes visiones, han sabido tejer entre ellas para trabajar con objetivos comunes. Lo que no dicen es cómo las mujeres, guapas y feas, más o menos atractivas, han sabido crear espacios en los que poder encontrarse, conocerse y compartir... (por poner un ejemplo, tan solo en Andalucía existen más de 2000 asociaciones y federaciones de mujeres). Y es que yo no digo que no haya mujeres celosas o envidiosas, igual que habrá hombres celosos o envidiosos. Lo que sí digo es que ya cansa, y mucho, que solo lo que saca lo peor de nosotras sea noticia. Señores de los medios de comunicación, señores de las encuestas, sondeos y estudios, señores varios... acuérdense de lo positivo, y no solo el 8 de marzo. ●

“Esta crisis se puede combatir”

Entrevistamos a la directora general de Transcom para España, Portugal y Latinoamérica, compañía multinacional líder como proveedor en servicios de externalización de Business Process Outsourcing (BPO)

Mujeremprendedora: ¿Qué ha supuesto para usted asumir el cargo de directora de Transcom?

Isabel Sánchez: Para mí fue muy emocionante entrar a formar parte de una multinacional como Transcom, una compañía que

Isabel Sánchez Lozano
directora general de Transcom para España, Portugal y Latinoamérica





está muy enfocada en la atención del cliente para obtener los mejores resultados, y que forma parte de un mercado bastante competitivo en estos momentos, sobre todo en la situación económica actual.

ME.: ¿Qué labores ha tenido que asumir como directora de la compañía?

I.S.: Como directora general de Transcom para España, Portugal y toda Latinoamérica, mi cometido se basa en la gestión y desarrollo de todas las áreas comerciales. Entre ellas se encuentran las de Negocio, Operaciones, Financieros y Recursos Humanos. No hay que olvidar que nuestra plantilla está formada por 4.500 trabajadores, y este equipo de personas requiere una labor de gestión, desarrollo, motivación, implicación y liderazgo muy importante.

ME.: ¿Cuál es el mayor reto al que se ha enfrentado en Transcom?

I.S.: El mayor reto al que nos enfrentamos es servir de medio para afrontar el actual panorama económico. Somos una empresa de servicios muy implicada en la situación de los clientes, que pertenecen principalmente a los sectores de telecomunicaciones, instituciones financieras y seguros. Les estamos ayudando a manejar esta coyuntura tan difícil, ajustando nuestras actividades, optimizándolas de la mejor manera posible y aportándoles un valor añadido para que perciban una relación en el trato distinta y personalizada.

ME.: ¿Qué objetivos tiene la multinacional marcados para el 2012?

I.S.: Al abarcar una región de mercados tan amplia, contamos con diferentes metas. Sin embargo, uno de nuestros objetivos principales quizás sea el desarrollo del negocio en Latinoamérica. Ahora mismo tenemos en marcha proyectos en Chile y en Perú, y estamos valorando la posibilidad de abrirnos a otros entornos, como es el caso de Colombia. El mercado portugués es muy importante para nosotros y por eso estamos incidiendo en él, ya que no está lo suficientemente potenciado. En el caso de España, estamos intentando ayudar a nuestros clien-

tes nacionales a gestionar de la mejor manera posible el núcleo de sus negocios.

ME.: ¿Cómo está afectando la crisis a Transcom?

I.S.: A pesar de que estamos intentando manejarla de la mejor manera posible, los sectores bancario, financiero y de seguros se están viendo afectados porque no hay actividad comercial entre el banco y los clientes finales. Esto se debe a la falta de crédito para préstamos. Por ello, estamos trabajando en minimizar de la mejor manera posible las consecuencias de esta situación, aportando valor a nuestros clientes, diferenciándonos de otras empresas en el mercado y ofreciéndoles otras actividades de servicio como es el tema del recobro telefónico. Consideramos que hay que ser optimistas y pensar que esta crisis se puede combatir, arrimando todos el hombro para estar a la altura de las circunstancias. Es una situación complicada, pero creo que con interés y esfuerzo se puede superar. Estamos trabajando para eso cada día y estoy segura de que lo vamos a conseguir.

ME.: ¿Cuál ha sido la trayectoria de la multinacional?

I.S.: Transcom WorldWide es una compañía sueca fundada en 1995, que trabaja en 33 idiomas con más de 350 clientes y más de 25.000 empleados. Transcom Iberia alcanzó una facturación en 2011 de 108,9 millones de euros. Es una cifra bastante importante con un crecimiento respecto al año anterior. Tenemos 4.500 empleados en la región, con nueve centros de trabajo repartidos entre España, Portugal y Latinoamérica. Damos servicios en 15 idiomas y somos el primer proveedor independiente en todos los temas de recobro. Gestionamos unos dos billones anuales de transacciones en banca telefónica y, además, contamos con una actividad dentro de la compañía de externalización de procesos bancarios, área muy desconocida en la industria pero con mucho desarrollo y que estamos intentando potenciar. ●

>>> Consideramos que hay que ser optimistas y pensar que esta crisis se puede combatir, arrimando todos el hombro para estar a la altura de las circunstancias"

RocioGUISADO

“La creatividad surge de probar cosas nuevas”

‘El Laboratorio’ es una de las principales agencias de publicidad españolas y un referente del mundo de la creatividad en nuestro país. Se trata de un proyecto empresarial que echó a andar hace 10 años, primero como sociedad perteneciente al grupo multinacional Interpublic, y, tres años después, dentro de la estructura de Springer & Jacoby. En el año 2006 los fundadores de la compañía se convirtieron en sus accionistas mayoritarios y la agencia pasó a tener un carácter independiente y de capital cien por cien español. Hablamos con su consejera delegada, Marisa de Madariaga

Mujeremprendedora: La compañía nace en el año 2001, en 2006 los fundadores se convierten en accionistas mayoritarios y en 2009 ustedes adquirieron el resto de acciones para convertirla en cien por cien española. Háblenos de estos años

Marisa de Madariaga: La compañía pertenecía a una multinacional y funcionaba en un primer momento como una boutique creativa dentro del Grupo McCann Erickson, que pertenece a Interpublic. Nosotros éramos sólo cuatro personas y comenzamos la actividad desde cero. Con el paso del tiempo, y a medida que empezamos a crear negocio, nos dimos cuenta de que realmente el ADN de la compañía era más independiente. Eso nos llevó a ir tomando una serie de decisiones que contrastan con lo que tradicionalmente hacen las empresas de nuestro sector, donde los profesionales lanzan una compañía y cuando ésta tiene un volumen importante la venden a algún grupo internacional. Nosotros hicimos exactamente lo contrario. Ganamos nuestra libertad a medida que fuimos comprando las acciones con los dividendos que íbamos consiguiendo.

ME.: ¿Por qué tomó la decisión de transformarse de asalariada de nivel a empresaria con otros socios?

M.d.M.: Tanto mi socio como yo hemos tenido mucho apoyo familiar y yo personalmente, por mi entorno más cercano, he sentido siempre muy dentro el mundo de la empresa. La verdad es que aunque he trabajado muchos años en empresas multinacionales nunca me he sentido como una mera empleada, sino que

siempre he sentido que tenía que aportar un valor. Y creo que eso ha sido siempre muy importante para mí. Ser empresario es esa capacidad de asumir riesgos, y yo estaba en esa situación y finalmente lo hice de la mano de Carlos Holemans, fruto de una sintonía especial que siempre hemos tenido y así nos convertimos en socios.

ME.: ¿Qué recomendaría a los profesionales de su sector si quisieran empezar una nueva aventura empresarial, como hicieron ustedes hace 10 años?

>> Marisa de Madariaga

Licenciada en Ciencias Empresariales por la Universidad Pontificia de Comillas (ICADE), en la especialidad de Marketing, comenzó su trayectoria profesional en Saatchi & Saatchi. Ha trabajado también en otras agencias de publicidad como Young & Rubicam, Bassat & Ogilvy y Tandem DDB, donde fue directora de Desarrollo durante cuatro años. Ha sido jurado en el Eurobest y jurado de gráfica en el CdeC. A lo largo de su trayectoria profesional ha participado en múltiples ocasiones en mesas redondas y ponencias sobre temas que afectan al futuro de la profesión o el papel de la mujer en el mundo publicitario. Es miembro de la Comisión Ejecutiva de la Asociación Española de Agencias de Comunicación Publicitaria (AEACP) y desde enero de 2007 es su vicepresidenta.

M.d.M.: Creo que la clave de cualquier aventura empresarial es buscar algo que sea único, analizar el sector y ver si uno tiene un producto y una idea innovadora o una manera de hacer que nadie haya implantado. En segundo lugar, rodearte del mejor equipo posible. Esto es muy importante.

ME.: ¿Qué servicios ofrece El Laboratorio y qué entiende usted por “agencia integrada”?

M.d.M.: El Laboratorio es una compañía de comunicación que se dedica a generar soluciones para las marcas para las que trabajamos. Eso quiere decir que no sólo hacemos anuncios o spots de televisión, sino que trabajamos en ideas de comunicación que pueden obtener resultados. Somos una agencia integrada porque esos resultados pueden venir a través de muchas formas: mediante ideas cien por cien digitales, ruedas de prensa, una promoción, un concurso en internet, etc. Nos centramos en los objetivos y después disponemos los medios para ello. Y también hablamos de agencia integrada, ya que en las agencias de comunicación tradicionales existen diferentes departamentos, de medios, de creatividad, online, etc. A nosotros nos viene el cliente nos cuenta su problema y nosotros nos ponemos a trabajar de manera coordinada.

ME.: ¿Cuál es el cliente tipo de la agencia y en qué sectores tienen más presencia?

M.d.M.: Llevamos siete años trabajando para Mercedes Benz, así es que estamos presentes en el mundo de la automoción. El cliente tipo para nosotros es también el de gran consumo,

como Mahou, Central Lechera Asturiana, y después tenemos clientes muy del área nueva, como Bwin o Yoigo. En general lo que hemos buscado son marcas en las que nosotros podamos realmente tener un valor añadido. No nos interesan tanto los clientes que acuden a nosotros para que hagamos un proceso de adaptación a cosas que se llevan haciendo muchos



Marisa de Madariaga, consejera delegada de El Laboratorio

años, sino que más bien lo que nos interesa conseguir son cuentas donde además podamos establecer relaciones a largo plazo, que es donde vienen los resultados.

También hemos trabajado en el lanzamiento de productos fuera de España y lo hemos hecho con éxito, lo cual demuestra que con trabajo y tesón se puede llegar a muchos sitios.

ME.: ¿Hasta qué punto la creatividad y su equipo multidisciplinar son pilares básicos de la organización?

M.d.M.: La compañía nunca ha querido crecer más allá de las 50 personas, ya que el crecimiento per se no es un valor para nosotros. En El Laboratorio estamos obsesionados por la calidad, por hacer productos diferentes. Somos una agencia que, desde el origen, nos ha interesado poder ofrecer soluciones eficaces, con resultados medibles para nuestros clientes y no tanto por los premios o por elevados niveles de facturación.

ME.: ¿Por qué las personas son el mejor de los elementos de El Laboratorio?

M.d.M.: Sabemos por los headhunters que la gente quiere venir a trabajar con nosotros a la agencia. Recibimos una media de 10 solitu-

des a la semana. También hemos llegado a un acuerdo con una escuela, la Miami Ad School, para que nos manden a 4 estudiantes del Master a trabajar con nosotros y así

ayudar a colaborar en la formación de la gente y estar cerca de todo lo que pasa en el mundo universitario. Las personas para que puedan rendir al máximo es necesario que estén muy motivadas, que no sientan miedo, y estén relajadas. Otra de las piezas clave, ha sido el trabajar mucho el entorno de la gente, para que todos ellos puedan colaborar, con independencia del puesto que uno ocupe en la agencia, desde el último que ha entrado hasta la dirección general. La creatividad surge de probar cosas nuevas y es por esa razón por la que nos llamamos así: El Laboratorio. Y contestando a la pregunta, yo diría que las personas son el elemento más importante no sólo de El Laboratorio, sino de las empresas. De ahí la importancia de los departamentos de recursos humanos, de la labor de selección, tratando siempre de encajar a las personas en las organizaciones y ayudándolas siempre a crecer. Nosotros tenemos un grado de rotación muy bajo, y esto creemos que es muy bueno, tanto para las personas como para nuestra organización.

ME.: ¿Por qué cree usted que han recibido tantos premios y reconocimientos?

M.d.M.: Es verdad que nos han dado muchos, pero a mí me gusta decir que el principal premio son los años que llevamos en el mercado y los reconocimientos son de carácter personal, y no tanto los premios de la industria. Además, en nuestro sector los premios se conceden, pero no se puede trabajar pensando en ellos.

ME.: ¿Cuál es la razón por la que cree que en estos tiempos difíciles y de bajada de negocio en su sector, El Laboratorio ha podido mantenerse e incluso crecer dentro de este entorno?

M.d.M.: Creo que, en general, las multinacionales han sufrido más la bajada de la inversión publicitaria y en el mundo de la comunicación, debido a su menor grado de autonomía. Las pequeñas hemos sabido adaptarnos mejor, porque la toma de decisiones es más cercana a la problemática real y no depende de seguir una serie de directrices que vienen fijadas desde otro país. Nosotros nacimos en 2001, y hemos nacido ya reconvertidos. Todo lo que hay en la agencia es músculo, y no hay apenas burocracia interna, lo que nos ha permitido ser muy competitivos en precio. Este año 2012 va a ser también muy duro. Esperemos que las medidas que se vayan adoptando ayuden a poner en marcha las bases de la recuperación.

ME.: ¿Cuál es su estilo personal de liderazgo?

M.d.M.: Eso lo tendrían que decir mis clientes y colaboradores. El liderazgo uno se lo tiene que ganar no se puede ejercer por la fuerza. Yo he tenido la suerte de tener una buena formación y unos buenos socios y aliados y la suerte de poder trabajar en proyectos de mucha responsabilidad. Todo esto ha sido en equipo, no es una tarea personal. La actividad de una empresa es siempre una labor de equipo. Soy también una persona muy optimista, a la que le gusta delegar y evaluar si se han conseguido los objetivos.

ME.: ¿Ha sido fácil convertir su deseo en realidad y llegar a ser una agencia de referencia de la creatividad en el mercado español?

M.d.M.: Hemos conseguido muchas más cosas de las que nos propusimos en un principio. Esto es como un proceso y me encanta pensar que, en el fondo, no hemos llegado a ningún sitio. Que hemos trabajado para nuestros clientes, en ayudarles a crear valor, y esa es nuestra principal recompensa. ●

JuanGomas



Paloma Avilés, promotora de 'Speak and Fun'

Idiomas para probar fuera de España

Paloma Avilés es la promotora de 'Speak and Fun', dedicada a cursos de idiomas para españoles en el extranjero y que, además, ofrece a sus clientes la posibilidad de encontrar trabajo fuera

Creer y generar empleo, pese a la crisis es posible. Ejemplo de ello es Paloma Avilés, una joven empresaria al frente de Speak and Fun, un negocio dedicado a impulsar cursos de idiomas en el extranjero para españoles. En la actualidad, son ocho las personas que tienen un empleo gracias a la empresa de esta empresaria, una joven plantilla que ha ido aumentando año tras año, a pesar de la situación económica actual. Paloma Avilés, quien recientemente ha sido madre, asegura que su empresa se mueve en un sector com-

plicado, pero que eso no la ha desanimado en ningún momento. "Nunca he tenido ayuda de nadie. Todo lo que hemos logrado ha sido a costa de trabajo", asegura.

Hace tan sólo unos meses que han tenido que incrementar el número de trabajadores, contratado a los dos últimos empleados. Y no descarta seguir ampliando la plantilla próximamente. Así, una empresa que surgió con ella sola al frente del negocio, en los dos últimos años ha duplicado la plantilla. Su siguiente reto

Ficha técnica

Nombre de la empresa:

Speak & Fun España S.L

Actividad:

Agencia de Cursos de Idiomas en el Extranjero

Fecha de creación: 2003

Dirección: C/ Joaquín Guichot 5, 3º Izq. (Junto a Plaza Nueva), 41001, Sevilla

Teléfono:

954 22 43 62 / 954 22 34 60

Web:

www.idiomas-cursos.com

Email:

info@idiomas-cursos.com

es seguir luchando contra la crisis. Para ello 'Speak and Fun', con sede en Sevilla, ofrece a sus clientes varias opciones para aquellos que quieran pobrar suerte en el mercado laboral fuera de España.

De este modo, la empresa de Paloma cuenta con un programa de Au Pair para jóvenes que pretendan trabajar y estudiar en el extranjero. Otra posibilidad es el Work Experience, a través del cual se ayuda a quienes quieran buscar trabajo en Londres, cuestión que "puede resultar especialmente interesante ahora que se acercan las olimpiadas". 'Speak and Fun' apuesta por la innovación por lo que también hay cursos en el extranjero pensados para mayores de 50 años o para familias completas.

Una manera de combatir la crisis es contando con la mejor formación posible para así destacar en el mercado laboral. Éste es el motivo por el que 'Speak and Fun' dispone de programas juniors enfocados a que jóvenes estudiantes acudan a aprender idiomas en el extranjero acompañados en todo momento por monitores, para mayor tranquilidad de sus padres.

Los recortes del MEC a las becas para estudiar en el extranjero no han desanimado al equipo que forma 'Speak and Fun'. "Recuerdo que comencé sola y poco a poco con la única ayuda de la experiencia que había adquirido en Alemania en este sector", explica la joven empresaria, quien asegura que el secreto de su éxito es "una apuesta por la calidad y por contar con un equipo que se lo trabaja". ●

Un servicio **personalizado**

Rocío Herrero es la creadora de la plataforma online Memimo. Una web totalmente gratuita que surge en 2009 y que permite obtener productos de marca y de calidad, así como llegar a convertirse en un cliente VIP al menor precio



Rocío Herrero, creadora de la plataforma online Memimo

“Tras hacer un Máster en Marketing Digital en el Instituto de empresa me doy cuenta de que hay una forma mucho más efectiva de hacer promociones. Antes, podíamos comunicar en varios soportes: TV, prensa, revistas o una valla en una carretera, pero no éramos capaces de medir el impacto que esas acciones tenían sobre nuestras ventas. Ahora, con los medios digitales, podemos planificar mucho mejor nuestro gasto en marketing y conocer los resultados reales de negocio de nuestras campañas publicitarias. Por eso puse en marcha esta plataforma”, asegura la creadora.

Ficha técnica

Nombre de la empresa:

Memimo

Actividad:

Promociones en Internet

Fecha de creación:

2012

Web:

www.memimo.es

Email:

info@memimo.es

Con la actual situación de crisis económica, cada vez son más personas las que acuden a la web en búsqueda de productos en oferta que puedan comprar, ahorrándose unos euros. Con esta necesidad de ahorro surge la plataforma Memimo, ofreciendo promociones de productos de primeras marcas para los clientes más exigentes.

En esta plataforma se pueden encontrar promociones en el sector de la moda, decoración, hogar, salud, belleza y tiempo libre de las marcas más prestigiosas y reconocidas a nivel nacional e internacional.

“En Memimo puedes comprar de forma inteligente o darte caprichos sin sentirte culpable, desde alquilar un barco, ahorrándote más de 1000 euros, hasta comprar productos de belleza o botellas de vino sin pagar gastos de envío”, mantiene. Entre los servicios que ofrece la web destacan además, las invitaciones privadas a eventos, inauguraciones, descuentos, regalos directos, sorteos y concursos. Recibirán por tanto, gracias a estas oportunidades, un tratamiento de cliente Vip.

Hacerse socio en Memimo

Para poder optar a las numerosas promociones sólo hay que registrarse a través de un correo electrónico e indicar el código postal. Con estos datos, Memimo ofre-

cerá al cliente las mejores propuestas existentes en su provincia.

Entre las ventajas que tiene este servicio se encuentra la de no enviar correo spam y avisar cuándo va a caducar la promoción.

Además se pueden disfrutar diferentes marcas en Memimo como Kenzo, Puma, Pepe Jeans, Rituals, Yves Rocher, NH Hoteles, Iberostar, Juteco, La Compañía Fantástica y Canon, entre otras. “Normalmente las marcas que trabajan con nosotros no trabajan con otras plataformas de cupones y por tanto, podrás encontrar propuestas en exclusiva. No compras ni pagas nada, es todo gratis. Solo te descargas la promoción que luego puedes canjear en la tienda (online o física), y si al final no usas el cupón por lo que sea, no pierdes tu dinero”, especifica Herrero. ●

RocíoGUISADO

La igualdad: más necesaria en tiempos difíciles

**Antonia Martos
interviene en
unas jornadas
de la Universidad
de Sevilla**

La secretaria de la Mujer de CCOO de Andalucía, Antonia Martos, intervino el pasado mes de abril en unas jornadas de la Universidad de Sevilla y explicó por qué la reforma laboral rompe el principio de igualdad y es discriminatoria para las mujeres, debido a la peor situación de las trabajadoras en el mercado laboral. "El contrato de emprendedores, la posibilidad de realizar horas extras en los contratos a tiempo parcial, la flexibilidad interna de las empresas, los límites impuestos a los permisos de lactancia y la reducción de jornada, el ataque contra los derechos de conciliación, la negociación colectiva y contra los planes de igualdad, entre otros, suponen un ataque frontal hacia las mujeres trabajadoras, que van a perder, con esta reforma, los derechos conquistados a lo largo de treinta años de lucha por la igualdad".

La responsable sindical afirmó que esta situación de crisis y los recortes que se están aplicando, es más necesario que nunca hablar y reflexionar sobre las políticas de igualdad, los logros alcanzados y de los atropellos que estamos viviendo. También destacó la importancia de visibilizar a las mujeres y a reclamar el

reconocimiento de su derecho a ocupar los espacios públicos de poder donde se toman las decisiones y así, garantizar que las mujeres tengan los mismos derechos que los hombres. Martos, en su intervención, explicó la situación laboral de las trabajadoras, caracterizada por una mayor tasa de desempleo, segregación ocupacional y sectorial, mayor índice de trabajo a tiempo parcial, discriminación salarial de hasta un 30% en Andalucía, así como la mayor vulnerabilidad a la violencia, al acoso y al acoso sexual y al riesgo de salud de las mujeres que hacen que, a pesar de los avances conseguidos en los últimos años, la igualdad plena entre mujeres y hombres siga siendo una utopía. Entre esos avances, la sindicalista destacó la Ley de Igualdad y la implantación de planes de igualdad, la Ley contra la Violencia de Género y la ley de atención a las personas dependientes, leyes para cuyo desarrollo es clave la negociación colectiva. No obstante, afirmó, estos avances se ven gravemente amenazados por la Reforma Laboral recientemente aprobada. Una Reforma que, aseguró, rompe el principio de igualdad, cierra la puerta al avance de la igualdad y es injusta, ineficaz, inútil y discriminatoria. Entre las principales repercusiones para las mujeres, Martos destacó la posibilidad de las empresas de obligar a las personas -el 76% de las cuales son mujeres- que trabajan a tiempo parcial a hacer horas extraordinarias, incluso hasta llegar a la jornada completa, que no cotizan al desempleo y que perjudican gravemente a la conciliación de la vida laboral y familiar de las trabajadoras.

En cuanto al contrato de emprendedores, que permite con el periodo de prueba de un año, el despido sin derecho a indemnización en las pequeñas empresas, en donde están ubicadas la mayor parte de las mujeres trabajadoras en Andalucía.

También explicó los efectos de los cambios de esta reforma sobre el trabajo a distancia, la movilidad funcional y geográfica, las reformas del permiso de lactancia y la reducción de jornada por cuidado de menores o familiares dependientes o el despido objetivo por absentismo, que permite a las empresas despedir al personal por faltas de asistencia -incluso estando justificadas- que alcancen el 20% de las jornadas hábiles en dos meses consecutivos o el 25% en cuatro meses discontinuos dentro de un periodo de 12 meses. "Esto va a repercutir negativamente sobre las mujeres ya que, ante la falta de corresponsabilidad de las responsabilidades familiares y domésticas, las mujeres somos las que más tenemos que irnos del trabajo para atender a nuestros menores o mayores cuando se ponen enfermos y cuando tenemos que llevarlos a las consultas médicas. Faltas que están consideradas como absentismo, por lo que las mujeres seremos más vulnerables al despido por este tipo de causas".

La secretaria de la Mujer destacó también la reforma del despido y la pérdida de peso de la negociación colectiva, que aumentan la potestad de la empresa de actuar de forma unilateral sin necesidad de negociar con la representación sindical, aumentando la indefensión de la plantilla frente a las decisiones empresariales.

Para finalizar, Martos insistió en el efecto de esta reforma sobre el ámbito social y los derechos de ciudadanía: "Están recortando la sanidad pública, la enseñanza gratuita, la ley de dependencia, modificando de la ley del aborto, de los matrimonios gay, etc. Lo están tocando todo y a nosotras nos están dando de lleno y por todas partes", afirmó. Por ello, animó a las personas asistentes a movilizarse para detener una reforma que está "destruyendo todos los derechos de la clase trabajadora y sobre todo, destruye los derechos de las mujeres". ●





anaPÉREZluna

Secretaria de la Mujer de UGT-A

1º de Mayo

El 1º de Mayo, Día Internacional del Trabajo, se caracteriza -este año- por la profundización de la crisis global. Tras casi cinco años del inicio de la crisis financiera, el fracaso de las políticas neoliberales aplicadas es un hecho incuestionable y con efectos dramáticos al haber aumentado la destrucción de empleo, la pobreza y las desigualdades.

A medida que se incrementan éstas, las personas que padecen en mayor medida sus efectos ven acentuada su situación, llegando a soportar episodios verdaderamente dramáticos; es el caso de la mujer.

El día del trabajo es un día de reivindicación para todas las personas, independientemente de su sexo, edad, lugar de origen, orientación sexual, etc. Sin embargo la relación mujer y trabajo, sigue teniendo unas connotaciones muy concretas que ponen de manifiesto un alto grado de discriminación en muchos aspectos. La gravedad de esta discriminación reside, si nos paramos a pensarlo, en que la mujer representa algo más de la mitad de la población.

En conclusión, estaríamos hablando de que la mayoría de población, cuando tiene la suerte de acceder a un empleo, lo hace en términos de precariedad y desigualdad. Y es que, la violencia hacia las mujeres en forma de acoso sexual, el acoso por razón de sexo, la brecha salarial, las dificultades para conciliar una vida personal con el horario laboral, la infrarrepresentación de las mujeres en las direcciones de las empresas e instituciones y un largo etcétera son discriminaciones que siguen estando a la orden del día en un mermado mundo laboral.

Los recortes en derechos laborales, sociales y libertades a los que estamos asistiendo supo-

nen un enorme retroceso para una sociedad que se ha construido a base de esfuerzos a lo largo de la historia. Un pueblo que ha priorizado lo colectivo frente a lo individual, lo público frente a lo privado y que asiste impotente a un atentado, a un saqueo sin contemplaciones.

Especialmente preocupante es que se ponga en riesgo el acceso igualitario a los pilares fundamentales que representan la sanidad, la dependencia y la educación. Insisto, especialmente preocupante para nosotras las mujeres, pues han sido tareas que hemos desempeñado durante mucho tiempo en el espacio privado, en casa y en la familia. Y ha sido precisamente la conversión de este trabajo en empleo, en trabajo retribuido, lo que nos ha permitido salir aquí fuera, al mundo, al mercado laboral, a una sociedad con derechos, a cotizar, a aportar a la saca común y a tener después acceso a una protección por desempleo, por enfermedad, por llegar a la recta final de la vida y haber guardado en esa hucha conocida como "la jubilación".

“El día del trabajo es un día de reivindicación para todas las personas, independientemente de su sexo, edad, ...”

La aplicación de unas políticas progresistas nos ha hecho avanzar en la Historia. Y esas políticas son públicas, universales y democráticas. Que la sanidad, que la educación y que la dependencia sean servicios públicos, asumidos por las instituciones y los gobiernos tiene relación directa y estrecha con la incorporación de la mujer a este espacio, además de garantizar al conjunto de la ciudadanía el acceso a un derecho independientemente de su nivel económico. Las mujeres, parte del movimiento sindical internacional y europeo, también reivindicamos el fin de todos los conflictos bélicos originados por los intereses económicos y políticos o por los fanatismos de todo tipo y exigimos que terminen, de una vez por todas, las violaciones de los derechos laborales, sindicales y civiles en todo el planeta. ●



Suralgae, 'Empresa' Excelente

Reconocimiento otorgado por Agenda de la Empresa

La excelencia empresarial desarrollada por esta firma gaditana ha sido en gran parte responsable del reconocimiento otorgado por Agenda de la Empresa

El consejo de redacción de la revista Agenda de la Empresa, presidido por su director Manuel Bellido, decidió conceder el pasado 19 de abril el premio 'Empresa Excelente' a la enseña Innova Vegetalia del Mar (sabor original del sur), S.L.L., por nombre comercial SurAlgae. Esta empresa andaluza recogió también otro galardón 'Producto Excelente' otorgado por la Sociedad Andaluza para el Estudio de Intolerancias Alimentarias (SAEIA), cuyo presidente es Félix López Elorza.

Con este reconocimiento por parte de Agenda de la Empresa "se anima a Suralgae a seguir trabajando por el desarrollo sostenible del territorio, en el campo de la investigación ofreciendo alternativas de productividad en el sector pesquero y acuícola, en la creación de empleo y en la excelencia empresarial, motivo por el que se le concede este galardón".

Innova Vegetalia del Mar (sabor original del sur) S.L.L. es una empresa andaluza formada



Arriba: Imagen de las tres socias de Suralgae y del premio otorgado por Agenda de la Empresa

por tres socias, de la Licenciatura de Ciencias del Mar de la Facultad de Ciencias del Mar y Ambientales (Universidad de Cadiz), dedicada a la recolección, cultivo y comercialización de macroalgas y plantas marismenas como alimento para consumo humano y para uso dermocosmético. Como segunda línea de negocio, se enmarca la prestación de servicios técnicos de investigación para la realización de estudios científico-técnicos de la flora marina.

Tras finalizar la última etapa de estudiante y tener que adentrarse en la vida profesional, las promotoras decidieron acogerse a una idea de empresa iniciada a principios del 2007, la cual fue presentada por una de las promotoras, a la primera Convocatoria del Concurso atrEBT!R, en la modalidad de Idea de Empresa, siendo premiada con el primer accésit. A lo largo del tiempo, esta idea ha ido modelándose hasta transformarse en un proyecto empresarial cuyo fin ha sido convertirse en una empresa real. Aventura elección, pero perfectamente encuadrada como una iniciativa profesional para las promotoras licenciadas en Ciencias del Mar. El hecho de empezar a iniciar la etapa laboral no fue el único motivo por el que se tomó la decisión. La mayoría de sus promotoras poseen iniciativa empresarial por proceder de familias empresarias, lo que alentó el espí-



Manuel Bellido entrega el premio a Mónica

ritu emprendedor necesario para embarcarse en el proyecto. A ello se debe sumar que desde los inicios, las promotoras han recibido el apoyo de distintos organismos y reconocidas personalidades, lo que ha supuesto un continuo estímulo y la plena dedicación de las mismas. A dicho apoyo, hay que añadir el segundo premio obtenido en el concurso UCA Emprende; el segundo premio de la II Convocatoria atrEBT!R de Proyectos de Empresa de Base Tecnológica organizado por el Vicerrectorado de Investigación, Desarrollo Tecnológico e Innovación y por la OTRI (Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación); ganadoras en el XIV edición Premios Bancaja Jóvenes Emprendedores - Categoría: Proyectos de empresa; primer premio en el concurso Uniprojecta organizado por Univesia; primer premio en el séptimo Concurso de Emprendedores Universitarios Grupo Joly-EOI-FRAE; primer premio en el X Concurso Forja XXI en la categoría de Ideas Empresariales; primer premio en el concurso Cádiz Joven 08 en la categoría Economía-Empleo y ganadoras del II Premio Andaluces del Futuro en la categoría de Empresas, primer Premio a la Sociedad Laboral Emprendedora 2010 (Organizado por la Federación Empresarial Andaluza de Sociedades Laborales (Feansal); Premio Empresa Innovadora otorgado por Fenaco. Hacer mención las participaciones en la Primera Feria de la Creatividad de la provincia de Cádiz, Creativa 08, dentro de las jornadas gastronómicas del día 8 de noviembre de 2008, durante la cual se presentó el producto y se elaboraron distintas recetas por diferentes cocineros de la provincia y por las socias de Innova Vegetalia del Mar; y a la participación como ponente en la I Jornada de innovación en Transformado de Productos Acuícolas celebradas en el IFAPA Los Torunos (El Puerto de Santa María) el día 20 de enero de 2009, entre otras numerosísimas participaciones y reconocimientos.

Las actividades principales que desarrolla la empresa Suralgae, son la recolección, cultivo y comercialización de macroalgas y plantas de marisma como alimento para consumo huma-



Las galardonadas junto a algunas de las personalidades asistentes

no y para uso dermoestético. De manera más detallada, el objeto social del proyecto se basa en la realización de las siguientes actividades:

- Recolección de bancos naturales.
- Estudio del ciclo reproductivo de las especies a cultivar.
- Determinación del sistema de cultivo para cada alga.

Para llevar a cabo el cultivo de algas parten de un estudio de investigación que se realizó en el año 2001 por un grupo de investigación de la UCA de la Facultad de Ciencias del Mar perteneciente al grupo del PAI EDEA (Estructura y Dinámica de Ecosistemas Acuáticos), que vuelve a colaborar en el segundo proyecto. Por lo tanto, la idea parte del conocimiento previo de un diseño de cultivo, de su manejo y con las especies con las que se podrá iniciar la producción para su posterior comercialización.

- Recolección de la biomasa cultivada.
- Tratamiento del producto final para su posterior comercialización en el mercado gastronómico.
- Venta de parte del producto como materia prima a otras empresas (alimenticia, farmacéutica, cosmética, terapéutica...).

Inversión. Las inversiones que ha llevado a cabo la empresa suponen un importe aproxi-

mado de 120.000 euros que será financiado con el capital social (4.000 euros), mediante aportaciones de las socias y por financiación externa; a la empresa se le han concedido dos préstamos participativos, Préstamo Melkart concedido por la Consejería de Innovación Ciencia y Empresa (Junta de Andalucía) y el préstamo concedido por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio dentro del Plan de Reindustrialización de la Bahía de Cádiz. La actividad se desarrolla en distintos municipios de la provincia de Cádiz. La recolección se lleva a cabo en instalaciones acuícolas terrestres ubicadas en Chiclana de la Frontera (Cádiz), La Pastorita y en el municipio de San Fernando, Esteros Santa Leocadia. El procesado del producto para su posterior comercialización se realiza en una nave industrial de la Escuela de Empresas del Centro de Apoyo al Desarrollo Empresarial (CADE) de San Fernando.

La ocupación de la nave está en calidad de incubadora durante tres años sin coste de alquiler, cuyas dimensiones son de 150 metros cuadrados. El acondicionamiento de la nave está regido en función al reglamento vigente de Sanidad que se subdivide en distintos módulos siguiendo una cadena de procesado. ●

José SANTOS



Estimado/a Señor/a:

¿Cuánta atención le prestaría a una carta que empieza dudando de su sexo?

En **INFORMA D&B** tenemos todas las bases de datos de marketing que pueda necesitar: **PROSPECTA** Empresas, **PROSPECTA** Autónomos, **PROSPECTA** Ejecutivos, **PROSPECTA** Particulares y la **WorldBase** con 200 millones de empresas de todo el mundo.

Entre en www.informa.es o contacte con nuestros especialistas en Marketing, sin compromiso, en el 902 176 076.

PROSPECTA

La Base de un buen Negocio

INFORMA



Decide with Confidence



Redes sociales

L. Olivier Scalvinoni

Responsable de Comunicación,
Prensa y Social Media en IOMarketing

Social Gaming, ¿moda o revolución?

Todos los usuarios de redes sociales se han enfrentado en un momento u otro, a lo largo de su vida digital, al concepto de Social Gaming. En efecto, ¿quién no recibió en Facebook una invitación para Farmville, La Granja, Castleville, Mafia Wars u otra aplicación similar? ¿Quién no se ha bajado una aplicación de juego en su móvil en la que se podía jugar tanto de forma offline como online?

Tenemos todos más o menos idea de que se trata de aplicaciones en redes sociales con las cuales los usuarios van jugando con otros y consiguen construir una comunidad, una ciudad u otro objetivo, compartiendo los logros. El modelo Cloud que independiza los juegos de una consola o cualquier tipo de terminal determinado es un elemento revolucionario que confiere a los Social Games de nueva generación un potencial nunca logrado en esta industria, hasta el momento.

Detrás de su finalidad de entretenimiento, el Social Gaming es un modelo de negocio basado en el networking y la diversión. Por esta vía las empresas pueden promocionar productos y desarrollar una parte de su estrategia de comunicación y marketing.

Según una infografía realizada por "Mashable" y publicada el mes pasado en www.eCommPro.es, este tipo de juegos no para de crecer y de convertir a más adeptos. Según la web Reportarte, en 2011, nada menos que 250 millones de usuarios de Facebook han jugado a Social Games en la red social y le reportaron, nada menos que un 12% de sus ingresos.

Si para la plataforma los Social Games son una fuente de ingreso obvia, las mar-

cas también pueden aprovecharse de este medio, para lograr algunos de sus objetivos de marketing, sabiendo que tienen que estar donde están sus públicos.

¿En qué puede interesar el Social Gaming a las marcas?

Los juegos son experiencias positivas y en el caso de los Social Games logran crear comunidades 2.0 en las que las marcas pueden fomentar su reconocimiento, asociando su nombre a ellas de forma poco intrusiva y lúdica. Las empresas pueden dar visibilidad a sus marcas y productos de forma concreta, insertando publicidad en el juego, haciendo referencias explícitas a ellos o regalando (o vendiendo) artículos o servicios en el juego, válidos en la vida real. En estos casos, se habla de advergaming (del inglés advertising y game, publicidad y juego). Sin embargo, desde un punto de vista más global de marketing, estos juegos pueden tener aún más fines, como por ejemplo la recogida de datos.

Como a menudo la clave es sencilla y siguiendo la filosofía popular, siempre hay que crear puentes en lugar de levantar muros. De eso se trata aquí, tender puentes entre el mundo virtual y el mundo real.

La creación de negocios virtuales con ofertas canjeables en las tiendas reales permite pasar de un mundo virtual y de fantasía a un mundo real, a la tienda o la web corporativa de la empresa. Luego, la imaginación y la creatividad de los departamentos de marketing, las agencias y los desarrolladores no tienen límites para crear hasta juegos enteros alrededor de una marca. Las empresas proveen entretenimiento a cambio de nuestra atención. Los Social Games tienen varias ventajas sobre cualquier otro medio, entre otras, el elevado tiempo de contacto entre la marca y el potencial cliente (según Reportarte, se calcula que unos 81 millones de personas juegan en Facebook al menos una vez al día, dedicándole en total 9,5 horas a la semana.) y el hecho de basarse en redes sociales, donde la segmentación del target es tan precisa y monitorizable, permite apuntar a potenciales clientes muy receptivos y predispuestos.

Varios indicios nos hacen pensar que estamos al principio de un fenómeno de expansión de este mercado. La primera red social del mundo, Facebook, está actualmente llevando una estrategia de desarrollo de diversificación de alianzas con proveedores de Social Games, potenciando esta área justo antes de su salida en bolsa, prevista para el mes de mayo de 2012. El auge de los Smartphones también ayuda en este desarrollo, ya que las conexiones se llevan en el bolsillo, a cualquier lugar. ●



LOYOLA
Leadership School

Formando a los mejores *para* el mundo

EXECUTIVE EDUCATION

Con la colaboración de

ESADE

Business School

Programme for Leadership Development - PLD®

Control de Gestión Avanzado

Dirección Comercial: Marketing y Ventas

Liderazgo de Personas y Gestión del Negocio

Dirección y Logística Sociosanitaria



Programa Superior en Internet Business

POSTGRADOS

Máster en Dirección y Gestión Bancaria

Máster en Asesoría y Consultoría Fiscal

Liderazgo
Diálogo
Excelencia
Sostenibilidad
Innovación
Internacionalización



EXECUTIVE EDUCATION - POSTGRADOS - PROGRAM IN HOUSE

Campus Sevilla

C/ Cardenal Bueno Monreal, 43
41013 Sevilla (España)
Tel. +34 954 371 888
Fax +34 954 915 898

Campus Palmas Altas

C/ Energía Solar, 1
Edificios F y G
41014 Sevilla (España)
Tel. +34 955 641 600

Campus Córdoba

C/ Escritor Castilla Aguayo, 4
14004 Córdoba (España)
Tel. +34 957 222 100
Fax +34 957 222 182



www.loyolals.es

Agenda

FLASHES DEL OCIO Y LA CULTURA

Sevilla

>> Bruce Springsteen and the E Street Band actuarán en Sevilla el próximo domingo 13 de mayo de 2012 en el estadio Olímpico de la Cartuja. El concierto supondrá el inicio de la gira europea de presentación de su nuevo disco, Wrecking Ball, que salió a la venta en el mes de marzo.



Huelva

>> La localidad onubense de Almonte se viste este mes de 'gala' para celebrar la que es la romería más famosa y multitudinaria de nuestro país, El Rocío. Millones de peregrinos se volverán a dar cita en la aldea que celebra entre el domingo y el lunes de pentecostés (27 y 28 de mayo) su momento más álgido con la salida de la Virgen del Rocío en procesión.

Cádiz

>> Los próximos 5 y 6 de mayo, desde la playa Santa María del Mar, arranca Triatlón Cádiz 2012, actividad que se incluye en las actividades promovidas para la celebración del Bicentenario de la Constitución Española. Incluye en el recorrido el paso por los edificios relevantes que fueron protagonistas de la elaboración de La Constitución de 1812.



ARTISTAS DE LA COLECCIÓN DKV



ANTONIO JACARAZ • JUAN DE ARCO • TOÑO BARRERO • MANUEL BARRERA • PAUL BRESCHON
 FRANCESCO CARROZZI • JUAN CARLOS • JUAN CARLOS • JUAN CARLOS • JUAN CARLOS
 JUAN CARLOS • JUAN CARLOS • JUAN CARLOS • JUAN CARLOS • JUAN CARLOS
 JUAN CARLOS • JUAN CARLOS • JUAN CARLOS • JUAN CARLOS • JUAN CARLOS

DEL 28 DE MARZO AL 13 DE MAYO
 De martes a domingo de 10 a 14 h. y de 17 a 20 h. Lunes cerrado

DKV
 SEGUROS MÉDICOS

8 CASINO DE LA EXPOSICIÓN
 C/ Gran Capitán 105, Sevilla

Sevilla

>> El Casino de la Exposición de Sevilla acoge hasta el próximo domingo 13 de mayo de 2012 la muestra 'Artistas de la Colección DKV'. La heterogeneidad caracteriza a esta muestra en la que se pueden contemplar obras de 23 artistas contemporáneos andaluces o relacionados con Andalucía, abarcando un periodo cronológico desde los años noventa hasta nuestros días.



Almería

>> Desde el pasado mes de abril y hasta el próximo 30 de mayo se puede visitar 'Caravana', una exposición internacional de arte contemporáneo promovido y difundido por MECA, Mediterráneo Centro Artístico en Almería.



Málaga

>> El Teatro Cervantes de Málaga recibe el próximo 3 de mayo a José Mercé, uno de los mayores fenómenos que ha dado el flamenco en todos los tiempos que repasará los últimos 15 años de una carrera excepcional.

XXIX Festival de Música Antigua de Sevilla



El balance de la XXIX edición del FeMÁS - 26 conciertos programados, 13 de ellos con localidades agotadas, una asistencia de más de 4.000 personas y una ocupación media de más del 80% del aforo- revela, una vez más, la excelente gestión de Fahmi Alqhai -uno de los grandes violagambistas del momento- quien, con la colaboración de la delegación de Cultura del Ayuntamiento de Sevilla, es el artífice de un acontecimiento (¿por qué ese mantra de 'evento'?) que ha prendido con singular fidelidad en quienes se sienten compenetrados con esta música -antigua, que no vieja-, plena de frescura y espontaneidad, cuya aparente sencillez esconde un grado de exigencia y vocación nada comunes.

En esta XXIX edición han actuado, en diferentes espacios - conventos de Santa Clara, Santa Paula, Santa Isabel; iglesias de San Alberto, Santa Ana, Catedral

y el Centro Cultural Cajasol- prestigiosos conjuntos tales como Baroque Orchestra Ghent, Armoniosi Concerti, Al Ayre Español, Gli Incogniti (en un monográfico Vivaldi que nos descubría a una violinista excepcional, Amandine Beyer), Collegium 1704&Collegium Vocale (sensacional Zelenka)... También, el grupo sevillano Ottava Rima, Vespres d'Arnadi o Artefactum, sin olvidar dos comparencias imprescindibles: la Orquesta Barroca de Sevilla, inasequible al desánimo, y la Accademia del Piacere, el espléndido conjunto dirigido por Fahmi Alqhai.

De entre los intérpretes -violín, laúd, vihuela, tecla, violonchelo, guitarra ...- debemos mencionar, entre otros, a Dominique Visse, Nicolau de Figureido, Miguel Rincón, Midori Seiler, Pablo Valetti, Paul O'Dette, Andrés Cea, Ariel Abramovich; Solinís... también Peñalver, Rincón,

Parrilla, Ruibérriz, Salas..., las voces de Raquel Andueza y Ruth Rosique o la dirección de Cristophe Coin, un valor seguro.

En el apartado de la programación, recordemos a Tomás Luis de Victoria, con sus *Lamentaciones*, pertenecientes al *Oficio de Semana Santa*, una de las cúspides de la polifonía universal, interpretadas por "Nordic Voices", sin olvidar al checo Jan Dismas Zelenka que, con su *Miserere* y la *Misa de Santa Cecilia* se incorpora por derecho propio al gran repertorio de la música religiosa del XVIII. Como complemento a esta amplia oferta musical del FeMÁS, organizador asimismo de una interesante exposición de luthería, nos complace anunciar que los hermanos Alqhai, al igual que la Orquesta Barroca de Sevilla, acaban de estrenar disco. ¡Enhorabuena a todos!●

Miguel FERNÁNDEZ de los Ronderos

>>Real Orquesta Sinfónica de Sevilla Brahms: "Un Réquiem Alemán"

El último pensamiento de Schumann (Wagner)

Uno de los más importantes fines de la música es desahogar las emociones y liberar la angustia de los que sufren. Así pareció entenderlo Brahms al abordar esta magna obra que, como es sabido, guarda pocas similitudes con las compuestas por Mozart,

Berlioz, Fauré o Verdi -por citar ejemplos del mismo género-, lo cual explica el título, *Un réquiem alemán*, ya que está basado en versículos tomados de la Biblia luterana. Estamos, pues, ante una composición de vastas dimensiones y exigencias, tanto instrumentales como vocales, bien resueltas, hoy, por Günter Neuhold que volvía al podio de la ROSS para ofrecernos, junto a la

Obertura trágica (título controvertido que parece invocar a la musa trágica), una lectura reflexiva y profunda de este denso y complejo *Réquiem* brahmsiano que tuvo sus momentos culminantes en la intervención de la gran soprano Elena de la Merced, en menor medida, del barítono Roman Trekel y, una vez más, del coro del Maestranza, de intensa presencia a lo largo de una obra que no merece, ciertamente, el ácido comentario de un siempre vitriólico Bernard Shaw: "Su *Réquiem* lo resisten tan sólo pacientemente los cadáveres"

MFR

Dos exposiciones de altura

'Prince / Picasso' y 'Conmigo, yo mismo, yo', dos exposiciones temporales que hasta el 27 de mayo y el 10 de junio respectivamente, se pueden visitar en el Museo Picasso Málaga

El Museo Picasso Málaga alberga en estos días dos exposiciones temporales que pronto verán su fin. La primera en echar el cierre, en concreto el próximo 27 de mayo, será 'Prince / Picasso'. En la pinacoteca malagueña desde el pasado 27 de febrero mostrando en primicia mundial lienzos, collages y foto-collages que el artista norteamericano Richard Prince ha creado durante los dos últimos años, la muestra está comisariada por el Museo Picasso Málaga y organizada en colaboración con la Fundación Almine y Bernard Ruiz-Picasso para el Arte.



© Harry Ransom Humanities Research Center, The University of Texas at Austin
© Sucesión Pablo Picasso, VEGAP, Málaga, 2011



© Richard Prince. Foto: Robert McKeever



© VG Bild-Kunst, Bonn/RBA

desvela como estudiosa de los grandes hitos de la historia del arte moderno al tiempo que muy renovadora-, los iconos de la cultura popular y los medios de comunicación norteamericanos, los mecanismos del humor y de la caricatura, la representación común de la mujer y del sexo en el mundo rural y trabajador de su país, la cultura del cine o el poder de la fotografía en la vida cotidiana. Richard Prince aborda en esta exposición a Picasso aplicando una táctica de radical canibalismo del artista malagueño que induce al espectador al extrañamiento.

'Conmigo, yo mismo, yo'. Junto a la anterior, se expone hasta el 10 de junio, la exposición 'Conmigo, yo mismo, yo. Retratos Fotográficos de Picasso'. Coproducida entre el Museo Picasso Málaga y el Museo Ludwig de Colonia, esta exposición que propone por primera vez y a través de la mirada de 35 fotógrafos, un gran "retrato colectivo" que la historia de la fotografía ha venido construyendo de Picasso durante el siglo XX. Se trata de una recopilación exhaustiva de retratos de Picasso realizados por relevantes fotógrafos entre los que se incluyen Man Ray, Brassai, Irving Penn, Robert Capa, Henri Cartier-Bresson o Richard Avedon, nombres fundamentales en la historia de la fotografía. ●

Richard Prince. El creciente reconocimiento, no exento de polémica, que su trabajo ha tenido en el mundo profesional del arte lo ha convertido en uno de los artistas más observados y más sobresalientes de la actual escena artística internacional. Richard Prince especula estableciendo complejas relaciones y cortocircuitos entre elementos del mundo de la imagen y el de la palabra. A lo largo de su trayectoria es constante su interés por no excluir de una práctica artística -que se

>>Agenda MPM

HASTA EL 27 DE MAYO

Exposición Temporal 'Prince / Picasso'

El MPM muestra en primicia mundial lienzos, collages y foto-collages que el artista norteamericano Richard Prince ha creado durante los dos últimos años.

HASTA EL 10 DE JUNIO

Exposición Temporal

'Conmigo, yo mismo, yo'

Retratos fotográficos de Picasso

6 y 13 DE MAYO

Niños en el Picasso

Mi primera función.

'En la punta de la lengua'

Compañía La casa incierta, España

11.00, 12.00 y 13.00 horas

11 DE MAYO

Música en el Picasso

Saxo Jazz. 'Tony Malaby's Paloma Recio'

21.00 horas

15 DE MAYO

Música en el Picasso

V Ciclo de Música de Cámara

Miembros del cuarteto Alborán y

Quinteto Aeolus

21.00 horas

20 Y 27 DE MAYO

Niños en el Picasso

Mi primera función. 'Lalú'

Compañía La Sal Teatro, España

11.00, 12.00 y 13.00 horas

25 DE MAYO

Música en el Picasso

Saxo Jazz. 'Atomic'

21.00 horas

VISITAS GUIADAS GRATUITAS

Conociendo la Colección

Martes a las 18.00 y 19.00 horas

Sábados a las 13.00, 18.00 y 19.00 horas

Miércoles a las 11.30 horas en inglés.

CHARLAS EN EL MUSEO

Jueves a las 18.00 horas ●

Más información:

www.museopicassomalaga.org

“Cuando escribes, expresas todo lo que te desborda”

Clara Sánchez, la ganadora del Premio Nadal en 2010 con la novela 'Lo que esconde tu nombre', vuelve a la literatura con su décimo título, 'Entra en mi vida', un ejemplar "emocional y muy vital" que trata un tema de gran actualidad, como es el caso de los niños robados



Clara Sánchez, la ganadora del Premio Nadal en 2010

Mujeremprendedora: ¿De dónde sacaste la idea para escribir esta novela?

Clara Sánchez: La idea me vino de noticias que vienen goteando desde hace mucho tiempo, aunque ahora es cuando se están tomando medidas. Enseguida entraron en mi vida porque tenían que ver conmigo y me removieron muchos sentimientos por dentro como madre y como hija. Recuerdo que a los 20 años tuve una amiga que cuando se enteró de que no era hija biológica, me preguntó lo que me parecía si buscaba a su madre biológica y le dije que ni se le ocurriera, porque estaba muy influida por lo que circulaba. Los hijos adoptados no tenían derecho a enterarse de lo que pasaba y ahora me doy cuenta de lo manipulada que estaba porque si pasara esto ahora,

le diría que yo iba con ella al fin del mundo si hiciera falta.

ME: ¿Qué has aprendido con este libro?

C. S.: Es un asunto que me permitía y me daba pie a hablar de la familia, de todo ese mundo de intriga psicológica y emocional que se puede formar alrededor de ella, bien porque le roben un niño o por cualquier otra cosa. Dentro del núcleo familiar se establecen muchos lazos de poder afectivo que nos determinan la vida y todo lo que hacemos cuando somos mayores. Escribiendo esta novela he aprendido más cosas sobre mi relación con mi madre, por ejemplo, y he profundizado mucho en ella. Me he dado cuenta mientras la escribía que no he tenido, cuando tenía la edad de Verónica, una de las protagonistas, esa fortaleza suya para ayudar a mi madre y no dejarme vencer por sus estados emocionales.

ME: ¿Por qué da la impresión de que en este tema, el de los niños robados, no se ha movido ficha hasta ahora?

C.S.: Me alegro mucho de haber escrito esta novela. Cuando empecé, no tenía la menor idea de que esto iba a estallar de esta manera, porque son casi 500 páginas que llevo escribiendo más de dos años. Estoy contenta de haberla redactado cuando todo estaba en ciernes y de haberles dado voz a madres, a hijas, a maridos e incluso a las familias adoptantes. Mi literatura, aunque no es militante, siempre está muy comprometida con la realidad y el mundo en el que vivo. Siempre hablo del presente. Y también me alegro sobre todo de que ya no este-mos mirando hacia otro lado. Las evi-



dencias son tales que no podemos negar los hechos y me parece bien que la justicia empiece a tomar cartas en el asunto porque antes parecía que estas cosas no podían pasar en este país ni a nosotros, sino en otras latitudes y a otra gente. Es necesario porque es como devolver la confianza a la sociedad.

ME: Háblanos de Verónica

C. S.: Verónica es una chica muy de nuestros días y está muy inspirada en mi propia hija. Creo que mi hija, en el fondo, es la que mi madre se hubiera merecido, con más fortaleza y que no se deja aplastar por la situación. Según escribía la novela, la iba vampirizando un poco la vitalidad que creo que recorre la novela y me iba fortaleciendo. Además, el hecho de que el disparo de salida que empieza a hacer funcionar la novela sea el robo de una niña, no quiere decir para nada que sea un dramón, una novela triste, sino que es emocional y muy vital, o por lo menos yo la siento así.

ME: ¿Crees que muchas veces nos condiciona el miedo a enfrentarnos a la realidad?

C. S.: Es uno de los temas que abordo en la novela. Cuando tenemos una verdad que debemos conocer, tenemos que decidir si queremos conocerla o no, porque una vez que la sabemos, tenemos que decidir. Es el miedo a decidir. Es como si nos enteramos de que nuestra pareja nos engaña. ¿Qué hacemos? Si conocemos la verdad, tenemos que decidir si queremos seguir o no con la relación o, a lo mejor, eso nos resulta tan fuerte que lo dejamos pasar y esperamos que las aguas vuelvan a su cauce.

ME: ¿Cómo se enfrenta Laura a todo ello?

C. S.: Es una chica muy normal, más normal que Verónica, porque no arrastra ningún tipo de anomalía en su vida y no se ha dado cuenta de nada. Vive en otro nivel, un poco más sofisticado, con una madre que es una pardo hippie y una abuela a la que todo el mundo quiere agradecer porque es una mujer muy inteligente y fuerte. Cuando se encuentra con Verónica todo ese mundo estalla y se da cuenta de lo dominada que ha estado. Sin embargo, Verónica crece con más sinsabor, como si llevara una china en el zapato, pero no lo ha hecho dominada, sino que ha tenido una vida más real y es más consciente de ello.

ME: ¿Por qué predominan los personajes jóvenes en tus novelas?

C. S.: Cuando creo estos personajes, vuelvo a una adolescencia que tengo poco resuelta, porque creo que tuve que ser más valiente de lo que fui, y la fusión con mi hija... en mis novelas siempre se unen generaciones. Siempre hay gente mayor, siempre hay gente joven... digamos que están las tres generaciones. Los hijos, los padres y abuelos, aunque estos últimos a veces no sean biológicos. Siempre retomo algo que una vez me dijo mi padre y es que “una persona, por vieja que sea, no deja de ser un hombre o una mujer” y nosotros caemos en el error de ver solamente al viejo o a la vieja y no vemos al hombre o a la mujer que hay detrás y yo lo reivindico en mis novelas.

ME: ¿Pretendías que esta novela fuera una denuncia?

C. S.: Este tema me abrió un mundo de posibilidades para hablar de seres humanos que viven un conflicto y que tienen que tratar de salir de él. No es maniquea ni he pretendido una denuncia, lo que pasa es que el propio comportamiento de los personajes los define. Pero cuando esta novela se lea en otros países donde no estén sensibilizados por este tema, o cuando la lean dentro de 50 años, lo harán como una novela de intriga emocional, de personas llenas de vida que tratan de vislumbrar la luz y de fortalecerse con su propia existencia.

ME: ¿Cómo te sientes con el éxito que tus novelas están teniendo en Italia?

C. S.: No me lo podría haber imaginado nunca. Mi anterior novela, ‘Lo que esconde tu nombre’, que allí lleva otro título, se ha convertido en la más vendida del 2011 con 24 ó 25 ediciones, 400.000 copias y todavía se está vendiendo. Además, hace dos meses salió ‘Presentimientos’, el libro anterior, y está en lo más alto del ránking. Me siento muy bien porque al fin y al cabo, si yo he escrito toda mi vida, es porque uno cuenta lo que siente para ver si los demás también sienten lo mismo y no eres un bicho raro. Cuando escribes, expresas todo lo que te desborda, todo lo que no entiendes, todo lo que no has tenido y, en el fondo, estás esperando si esas personas que lo leen sienten lo mismo.●

➤➤ “Cuando creo estos personajes, vuelvo a una adolescencia que tengo poco resuelta, porque creo que tuve que ser más valiente de lo que fui”

Fortaleza elevada

La naturaleza topográfica de Arcos de la Frontera, tan favorable a la defensa, ha motivado el muy temprano asentamiento de comunidades humanas en el lugar, remontándose a épocas protohistóricas los hallazgos de mayor antigüedad, particularmente de tipo cerámico, como los fragmentos de “retícula bruñida” de excelente calidad aparecidos en el subsuelo de la fortaleza. Igualmente abundan los materiales de época romana, si bien no ha podido ser fijada aún con exactitud la toponimia latina de la población, no obstante haber sido esta de cierta entidad, aunque probablemente tan sólo a partir del Bajo Imperio.

Se ignora casi por completo su historia en los primeros siglos de vida musulmana, siendo tan solo a partir de la disolución del Califato cordobés cuando parece perfilarse de nuevo con personalidad propia, alzándose en cabeza de reino Taifa con una efímera dinastía berberisca, la de los ben jazrum, a lo largo de la primera mitad del siglo XI, hasta ser absorbidos por Almotamid de Sevilla hacia 1068.

Tras la caída del valle del Guadalquivir a mediados del siglo XIII, Arcos es tomado por el Infante Don Enrique ‘el Senador’ en septiembre de 1255, pero este precario dominio se pierde a los cinco años, para ser definitivamente ocu-

>> “Durante más de dos siglos fue Arcos fortaleza fronteriza, hasta que tras la caída de Ronda en 1485, los **bordes del exiguo reino granadino retroceden cien kilómetros a Oriente**”

pado en octubre de 1264 por Don Alfonso X: “E entregándole el castillo... e poblolo de cristianos e basteciolo de armas e de viandas e de las otras cosas que ovieron menester”.

Desde entonces y durante más de dos siglos fue Arcos fortaleza fronteriza, hasta que tras la caída de Ronda en 1485,

los bordes del exiguo reino granadino retroceden cien kilómetros a Oriente. En estos años del Castillo fue señorío de reyes, concejos y nobles. Así, en el último tercio del siglo XIV se obran consolidaciones y mejoras por cuenta del Mayordomazgo de Sevilla, iniciándose el siglo XV con el dominio del Condestable Don Ruy López Dávalos, y un poco después el no menos breve de los Enríquez, Almirantes de Castilla. De 1430 data el pormenorizado informe del Alcaide de

realengo Álvaro de Castillejos de Don Juan II sobre el peligroso estado de abandono de las fortificaciones, según el cual la torre de Homenaje está “caída fasta el suelo”. En octubre de 1432 contesta el Rey: “Cumple a mi servicio quel dicho Castillo se repare, y la torre del Homenaje, por estar muy frontero de tierra de moros”. Poco después, en 1440, comienza el señorío de los Ponce de León, Condes de Arcos, cuyos tres primeros titulares, Don Pedro, Don Juan y Don



Arcos de la frontera. Situado a 85 kilómetros de Cádiz y enclavado en la denominada Ruta de los pueblos blancos, Arcos de la frontera está considerada como una de las localidades más bonitas de España. Presentamos a continuación el mayor de sus baluartes, su Castillo, levantado por los árabes en el siglo XI

Rodrigo, llenan toda una época de su historia, particularmente el tercero. Don Rodrigo, conquistador y Marqués de Zahara, y Capitán Mayor de la Frontera, casado con Doña Beatriz de Pacheco, cuyas armas aparecen en la portada gótica del adarve de Levante. El Castillo fue pieza importante de su doble guerra, con-

tra los musulmanes de la Serranía y contra el Duque de Medina Sidonia. De aquí salió, una madrugada de 1472, para tomar la próxima y agreste Cardela. Veinte años después y, tras su muerte, la fortaleza pierde gran parte de su razón de ser, que no recuperaría, y de forma más bien pasiva, hasta la ocupación por tres

Regimientos de Dragones al mando del General Barón Bouviers des Clats de 1810 a 1812, dañándolo al parecer al volar en su retirada el reducto por ellos construido, que incluía a la Iglesia de Santa María, y del que son restos las baterías de aspilleras para fusileros que corren de la torres del secreto hasta el Murete.

El Castillo, en su aspecto actual, parece responder principalmente a las reformas de los siglos XIV y XV, si bien se conservan restos anteriores como un gran arco de herradura en la vieja entrada de Poniente o un lienzo en el S.W. Sin embargo, la torre del Secreto, el adarve de Levante, las torres del flanqueo de Sur, el gran aligbe del patio de armas, o los merlones de cobertura piramidal, parecen datar de los siglos anterior-



>> "El Castillo fue pieza importante de su doble guerra, contra los musulmanes de la Serranía y contra el Duque de Medina Sidonia"

mente citados. Naturalmente, la torre del Homenaje debió ser reconstruida en algún momento entre 1432 y 1492, sufriendo con el terremoto de Lisboa de 1755, según se desprende del informe del entonces Regidor Don José Núñez de Prado, al hendirse de arriba abajo, al igual que la muralla del Norte que hubo de rebajarse, cegando con los escombros el espacio comprendido entre ella y su acitara o antemuro.

En la cámara de bóveda vaída de la torre del Secreto se conserva una caña de ribadoquín o bombardeta de veinticuatro calibres de longitud, para pelotas de seis centímetros, ya mencionado como esmeril en un inventario del Alcaide Don Pedro Caballero Cabeza de Vaca en 1652, probable superviviente de las luchas del tercer conde.

Desde hace más de cincuenta años sus propietarios, Doña Violeta Buck de Hutton Riddell y más tarde su sobrinos Marqueses de Tamarón, vienen realizando una labor de consolidación que, respetando su peculiar naturaleza, permita mantenerlo dignamente. ●

Imagen del castillo de Arcos de la Frontera

José Antonio ROLDÁN CARO

Robert Capa (1913-1954), Françoise Gilot, Pablo Picasso y su sobrino Javier Vilató en la playa. Golle Juan, agosto 1948. Gelatina de bromuro de plata, 40,4 x 51 cm. International Center of Photography, Nueva York. Robert Capa © International Center of Photography / Magnum Photos



Conmigo, yo mismo, yo

Retratos fotográficos de Picasso

5 marzo - 10 junio 2012

museoPICASSOmálaga

Palacio de Buenavista. C/ San Agustín, 8. 29015 Málaga, España
Información general: 902 44 33 77 / Centralita: 952 12 76 00
info@mpicassom.org / www.museopicassomalaga.org



EL CAMINO DE VUELTA A CASA
Jesús García Ruíz
Robin Book
217 páginas

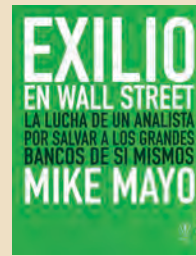
Es un libro de ruta, como señala su autor, con mapas, consejos, lugares con encanto para visitar, sitios para el descanso y el avituallamiento. Una guía para los que inician su camino de desarrollo personal y espiritual.

HOJA DE RUTA PARA EMPRENDEDORES
Agustín Medina
Pirámide
169 páginas



Es un libro ideal para personas que están pensando llevar a cabo un proyecto empresarial, dándoles pistas para que puedan hacerlo con éxito. Los ejemplos de quienes anduvieron ese camino con anterioridad son primordiales para no volver a cometer los mismo errores.

RECOMENDADOS



EXILIO EN WALL STREET
Mike Mayo
800 books
Grupo Anaya
191 páginas

Una lectura apasionante para todo aquél que esté interesado en los negocios y las finanzas, en el capitalismo, el futuro de la banca y las causas del colapso financiero.

MISMOS ALIMENTOS MENOS CALORÍAS
Pilar Munné
Libros Cúpula
189 páginas



Su autora es una apasionada y especialista en nutrición y dietética. En esta guía nos convence que escoger bien los alimentos es fundamental para mejorar la salud y la figura. Los ocho pasos que hay que seguir para lograr una alimentación equilibrada.



INTELIGENCIA EMOCIONAL 2.0
Travis Bradberry - Jean Greaves
Conecta
187 páginas

Según su autor, la inteligencia emocional, es el factor más importante para el éxito profesional y la excelencia personal. Son 66 propuestas prácticas para potenciarla y mejorar cuatro tipos de habilidades: el autoconocimiento, la autogestión, la conciencia social y la gestión de las relaciones.

¡VIVAN LAS INTERRUPTIONES!
Douglas Conant y Mette Norgaard
Empresa Activa
189 páginas



LA ICONOCLASTIA BIZANTINA
André Grabar
Akal/Arte y estética
399 páginas



Todo lo que nos sirve para entender el significado de las imágenes en el mundo bizantino.

La premisa de este libro es que hemos pasado de la era de la información a la era de la interrupción. Bombardeados diariamente de correos electrónicos, llamadas telefónicas, conversaciones inesperadas. En lugar de luchar contra ellas, hay que aprovecharlas para liderar mejor.



INTELIGENCIA CREATIVA
Javier Camacho
EDAF
121 páginas

El autor nos enseña cómo tener ideas que lo cambian todo. Aplicar la creatividad a todo lo que hacemos, hacer de ella una forma de vida. Una invitación a descubrirla y desarrollarla.

TRABAJO Y FELICIDAD
Ricardo Gómez
Conecta
192 páginas



Una profunda reflexión para descubrir el verdadero sentido de lo que hacemos. Trabajo, vida personal y la consecución del bienestar.

LA SOCIEDAD Y EL CONSUMO
Jean Baudrillard
Siglo XXI
255 páginas



Contribución magistral a la sociología contemporánea. Su autor profundiza en el fenómeno del consumo, sus mitos y sus estructuras.



con permiso

manuelBELLIDO

bellido@mujerempredadora.net

<http://manuelbellido.com>

Vida y muerte

El término Eutanasia procede del griego, eu (bien, buena) y thanatos (muerte): buena muerte, muerte feliz, pacífica, sin dolor. Este vocablo me suena ambiguo y siempre me ha costado entender que desde ciertos partidos políticos se tratara de impulsar leyes que, en el fondo, lo que pretenden es justificar y camuflar lo que, en definitiva, significa acelerar el proceso de muerte de un enfermo terminal para quitarle la vida.

A finales del pasado mes de enero leía, entre las novedades del Consejo de Europa, la resolución 1859/2012 titulada “Protección de los derechos humanos y la dignidad teniendo en cuenta la voluntad previamente expresada por los pacientes”. La firma de esta resolución apuntaba un criterio diáfano: “la eutanasia, en el sentido de muerte intencional por acción o por omisión de un ser humano dependiente para su supuesto beneficio, debe ser siempre prohibida”. Esta manifestación tan contundente me sorprendió gratamente y, por supuesto, me hizo reflexionar sobre el valor de la vida.

Siempre he creído que la vida humana es un regalo inmenso y que su conservación es una obligación moral que se halla inscrita en la ley natural. El mandamiento “no matarás” puede que no le diga nada a los políticos que la impulsan, pero, lo quieran o no, establece desde la conciencia natural del ser humano el punto de partida de un camino de verdadera libertad que nos lleva a promover activamente la vida. Interrumpirla es inhumano.

Por supuesto, en ningún caso, ni el médico, ni el Estado, a través de sus sistemas de salud ni de legislaciones ideológicas, pueden apropiarse del cuerpo del paciente y solventar la últi-

“Antes de matar habría que preguntarse si se ha hecho todo lo posible por hacerle más soportable la enfermedad a esa persona”

ma etapa de su vida. La expresión de las últimas voluntades, a través de lo que se denomina el testamento vital, es un óptimo instrumento para permitir a los enfermos que expresen por adelantado su voluntad.

Creo que la muerte no debe ser causada pero tampoco absurdamente retrasada. Es de lógica interrumpir tratamientos médicos dispendiosos, peligrosos o desproporcionados a los resultados y, en muchos casos, se trata también de rechazar el encarnizamiento terapéutico que no conduce a nada.

Lo que siempre me ha desconcertado es la creación de leyes que permitan producir la muerte de una persona por el simple hecho de ser vieja, inútil, anormal o moribunda. Algo así no está justificado por ningún código moral, ético o religioso.

Cuando alguien enfermo apela a la eutanasia, en realidad no está pidiendo su propia muerte. Lo que busca es poner término a una situación de sufrimiento, soledad, discapacidad, no quiere seguir molestando y estorbando a sus familiares, está agobiado por turbaciones interiores, depresiones, incomodidad y debilidad... Situaciones que le suponen una montaña muy difícil de escalar. En realidad ese enfermo necesitaría no la muerte sino otra ayuda más a su medida. Por tanto, no es la eutanasia la respuesta. La respuesta sería, además de sanitaria, psicológica y afectiva. El amor puede resolver muchas situaciones y hacer que trances muy difíciles sean más llevaderos. Antes de matar habría que preguntarse si se ha hecho todo lo posible por hacerle más soportable la enfermedad a esa persona. Sigo creyendo que es mejor tratar de aliviar el dolor antes que resolver el problema con una condena a muerte. ●



AGENDA



Mujer emprendedora

**www.
agendaempresa
.com**

agendaempresa.com

**www.
mujerempredadora
.net**

mujerempredadora.net

**www.
informaria
opinión
.com**

**www.
paginasde
agenda
.com**

**www.
paginasde
mujerempredadora
.net**

**www.
manuelbellido
.com**

**www.
hojasdelibros
.com**

**www.
annaconte
.eu**

**www.
andalucia
entapas
.com**

**El Diario de
informaria**

**Newsletter
agedaempresa**

**Newsletter
mujerempredadora**

siGraf

Producciones gráficas



los libros
de agenda



Síguenos en





ahora la energía no tiene límites ni fronteras

Hemos unido a dos compañías expertas en gas y en electricidad para crear la primera empresa energética integrada de España y Latinoamérica. Ahora la energía se adapta a ti y a más de veinte millones de clientes en veintitrés países del mundo. Contigo hemos llegado muy lejos, y seguiremos trabajando con toda la energía del mundo para estar siempre a tu lado. ¿Vienes?

www.gasnaturalfenosa.es

gasNatural 
fenosa