

mujeremprendedora

Reportajes

Tecnología para la familia

Teléfono, ¿invento indispensable para la mujer?

Entrevistas

Carmen Baena,
Directora de I+D de IAT

Soledad Suárez,
presidenta nacional de Manos Unidas



Foot Locker.



Curves



La franquicia RESISTE A LA CRISIS

Maribel & Venkatalakshmi

“De Mujer a Mujer”

Sociedad Cooperativa



Participa activamente en la creación de una nueva sociedad
más justa e igualitaria para el desarrollo de las mujeres en la India.
¿No es eso por lo que luchamos todas?

Asóciate en:

www.demujeramujer.es / 902 22 29 29



VicenteFerrer





La franquicia resiste a la crisis



Carmen Baena, Directora de I+D de IAT



Soledad Suárez, presidenta nacional de Manos Unidas

5 ZONA OPINIÓN

5 **La posibilidad de escoger**
Anna Conte

7 ZONA HECHOS

7 Noticias
8 Tema de portada
La franquicia resiste a la crisis

13 ZONA MUJER

13 Recursos humanos
M^o Angeles Tejada
14 Reportaje
Tecnología para la familia
15 Reportaje
Teléfono, ¿invento indispensable para la mujer?
17 Asociaciones
La ventana
Isabel García

18 Entrevista
Carmen Baena
Directora de I+D de IAT
20 Entrevista
Soledad Suárez, presidenta nacional de Manos Unidas
22 Protagonistas

24 ZONA EMPLEO

24 Reportaje
Cinco razones para organizar más comidas de negocios

26 ZONA OCIO

26 Música
27 Cultura
28 Motor

30 ZONA OPINIÓN

El auge de la frivolidad
Manuel Bellido

staff

EDITA: Grupo Informaria, empresa informativa fundada en 1996

FUNDADOR: Manuel Bellido

PRESIDENTA-EDITORA: Gloria Bellido Zanin

REDACCIÓN Y COLABORADORES:

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

DIAGRAMACIÓN: Francisco Javier Collados

FOTOGRAFÍA: Archivo Mujerempredadora, 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.mujerempredadora.net

E-mail: mujerempredadora@mujerempredadora.net

redaccion@mujerempredadora.net;

digital@mujerempredadora.net

Premio **ALMUR**



Premio **ARCO IRIS**





HOY CUMPLO 1.531

A CAUSA DE LA DESNUTRICIÓN, EN MUCHOS LUGARES LOS NIÑOS NO CUMPLEN AÑOS, CUMPLEN DÍAS.

ENVÍA UNICEF
AL 28028

1 SMS = 1 DÍA DE TRATAMIENTO CONTRA
LA DESNUTRICIÓN AGUDA PARA UN NIÑO

reto 



RETOUNICEF.ES

Costo máximo para usuarios de móviles Vodafone y Orange 1,20€, destinado íntegramente a UNICEF. Si no, es de número 1,45€. Operado por Alberto Ruiz, c/a. 96187765, Alberto.ruiz. Información legal y protección de datos: retounicef.es



para empezar
annaCONTE

annaconte@mujerempresadora.net

Editora

La posibilidad de escoger

El pasado 24 de enero vino a España, concretamente a Madrid, para ser entrevistada por RTVE. Se trata de Stefania Rossini, italiana, 37 años, improvisadamente famosa desde el verano pasado cuando se publicó un libro con un título, decididamente intrigante: ‘Vivere in 5 con 5 euro al giorno’ (‘Vivir 5 personas con 5 euros al día’). Un manual con el que Stefania, contando cómo consigue sacar adelante una familia de cinco personas solamente con el sueldo de su marido, ofrece consejos y sugerencias sencillas al alcance de cualquiera –para ahorrar y conducir una vida más sana y feliz. Crear un huertecillo urbano, reutilizar vestuario, autoproducir detergente y cremas de cosmética, realizar bolsos, collares, pendientes... son solo algunos de los ejemplos recogidos en estas páginas que, han servido, entre otras cosas, para hacer realidad inesperadamente un sueño que Stefania tenía desde niña: escribir un libro. Sin dejar pasar un detalle muy importante: ha sido la editorial la que la ha buscado y no al contrario.

Probablemente hay muchas “Stefania” en Italia, en España y en otros países que están reaccionando en medio de esta crisis, solo que no han publicado ningún libro con su experiencia. No es precisamente este el punto que quisiera subrayar, el de los ‘5 euros 5 personas’. He escuchado y leído algunas entrevistas a esta mujer y he podido comprobar que detrás de muchas de sus afirmaciones hay un gran espesor de vida. Sigamos con su experiencia: hace dos años muere repentinamente su padre -que la ayudaba a cuidar a sus tres hijos- esto la empuja a dejar el trabajo; había, por tanto, que echar de nuevo cuentas en la economía doméstica, contando

solamente con el limitado sueldo de obrero del metal de su marido y una hipoteca que pagar a treinta años. “No había otra alternativa, había que mirar hacia adelante y reinventarse un estilo de vida”.

Desde ese momento la vida de Stefania y de su familia tiene un sabor de una historia al contrario. Ella la llama “decrecimiento feliz” y creo, que en el adjetivo está el secreto de su éxito. ¿Cómo es posible que en tan poco tiempo se haya hecho famosa tanto de tener que abrir un blog para lograr responder a toda la gente que la interpelaba y recibir el encargo de una editorial de escribir un libro? No es un punto de referencia solamente por sus “recetas”, sino sobre todo por ese algo de diverso que irradia su persona y su experiencia. Stefania ha reaccionado a la crisis, pero sin rabia: “estamos acostumbrados a pensar que hay un solo modo de vivir, sin embargo tenemos siempre la posibilidad de escoger”, afirma.

Escoger un estilo de vida más sobrio, en el que se está atento a no tirar nada de lo que nos puede servir todavía, a gastar en modo consciente y responsable, a descubrir con las ventajas de internet la economía del trueque, no solo para intercambiar objetos, sino para compartir saber y solidaridad. Stefania afirma que solo con este cambio de marcha ha comenzado a ver, comprender y apreciar este extraordinario mundo que conjuga economicidad, ecología, respeto por las cosas, las personas y la creación... Quizás el enfoque positivo en esta situación crítica, sustanciado de confianza y de ganas de construir, en acuerdo con su marido, le ha permitido situarse en una dimensión nueva donde el ser vale más que el tener, donde el “bien-ser”, nuestro y de la Madre Tierra, no es un eslogan fácil sino una práctica diaria, donde, en definitiva se puede ser más feliz.

Personalmente, no podré hacerme un huerto al lado de mi casa y producir autónomamente muchas de esas cosas que hace Stefania, pero le estoy agradecida por haberme transmitido su optimismo, serenidad y, sobre todo, por haberme recordado que la vida no termina nunca de sorprendernos, que la dificultad puede transformarse en novedad, basta que no nos olvidemos que todo depende de nosotros, de acoger la posibilidad de escoger. ●

“Probablemente hay muchas “Stefania” en Italia, en España y en otros países que están reaccionando en medio de esta crisis, solo que no han publicado ningún libro con su experiencia”



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

>> MENOS PERMISOS DE MATERNIDAD

El Instituto Nacional de la Seguridad Social (INSS) gestionó 298.732 prestaciones económicas por maternidad durante 2012. Esta cifra indica un descenso del número de procesos del 7,91% con respecto al año anterior. Del conjunto de prestaciones reconocidas, la mayor parte, 293.704, corresponden a permisos disfrutados por la madre y 5.028 a permisos de maternidad disfrutados por el padre. La cuantía de la prestación es equivalente al cien por cien del salario y se abona directamente por el INSS durante las 16 semanas de permiso (ampliables en caso de parto múltiple en dos semanas más por cada hijo a partir del segundo). ●



III Edición 2012

1



>> MUJERDOC

Soria acogerá el próximo mes de marzo 'mujerDOC-IV Festival Internacional de Cine Documental sobre Género'. El certamen ha recibido 200 películas procedentes de 44 países diferentes para participar en su cuarta edición que está organizada por la ONG Mujeres del Mundo. Las películas seleccionadas a concurso se proyectarán on line a través del portal Filmin. ●

>> BLE&WOMEN

Éxito rotundo del evento BLE&Women que el pasado lunes 28 de enero de 2013 tuvo lugar en Barcelona (Fábrica Moritz), y que reunió a las principales y más destacadas mujeres dentro de la emprendeduría de Barcelona. La iniciativa BLE (Barcelona Loves Entrepreneurs) consiguió aportarles voz a sus proyectos, llegando a contagiar con su energía emprendedora, a todos y cada uno de los más de 300 asistentes del evento, mayoritariamente mujeres emprendedoras de la ciudad condal. ●



>> NUEVA APP

'La Independent', agencia de noticias impulsora en el fomento de la igualdad, ha creado un modelo de comunicación no discriminatorio, donde las mujeres también son protagonistas de las noticias. 'La Independent' con un modelo de comunicación más participativo y por lo tanto más democrático quiere ser una herramienta estratégica de sensibilización para la ciudadanía. Para hacer esto posible, nace la aplicación móvil de 'La Independent'. ●



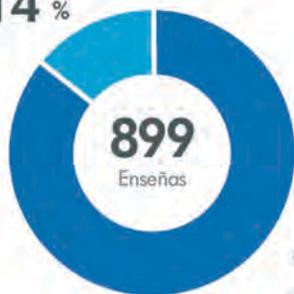
La franquicia resiste a la crisis



CADENAS. Menor tasa de crecimiento.

Enseñas
extranjeras

14 %



Enseñas
españolas

86 %

La crisis que atenaza el futuro de miles de personas también ofrece oportunidades para quienes quieren verlas. La del autoempleo es una vía que se presenta sombría en el horizonte pero que también ofrece alternativas. Una de ellas es la de las franquicias

mundoFranquicia consulting, consultora especializada en franquicias, acaba de hacer público su informe 'La Franquicia en Cifras 2013' el cual viene a confirmar la estabilidad del sistema para hacer frente al escenario económico actual.

El estudio se realiza considerando criterios medibles de estabilidad y bajo las pautas exigidas por la Asociación

Española de Franquiciadores para la asignación de sus miembros de la categoría de franquicia de pleno derecho e incluso por la propia legislación española (RD 201/2010) en su consideración de franquicia consolidada.

En base a estas variables, actualmente operan en España 899 marcas un 1,4% más que en 2011 de las cuales un 85,9%

>> Salamanca, primera universidad con una red de franquicias

El Consejo de Gobierno de la Universidad de Salamanca aprobó el pasado mes de enero la creación del proyecto de desarrollo de franquicias para la enseñanza del español y de creación de la Sociedad Mercantil ELE/USAL Sociedad Limitada y de su estructura accionarial, formada en el 75% por la Universidad y el 25% por la empresa Cursos Internacionales. Esto supone un paso más en la puesta en marcha de una iniciativa del Campus de Excelencia Internacional que busca situar a la Universidad de Salamanca como líder en la enseñanza del Español. El sistema de Franquicias de Escuelas de Lengua Española ELE USAL será pionero en el sector y contribuirá a poner en valor la dilatada experiencia de la institución académica en la enseñanza del idioma español como lengua extranjera. Asimismo, contempla el apoyo y tutela de la Universidad en los centros que se puedan abrir en todo el mundo, así como el uso de la metodología diseñada por profesores y expertos de la USAL. El trámite requiere ahora de la aprobación del Consejo Social de la Universidad para la puesta en marcha definitiva del proyecto.

son de origen español en ligero detrimento de las extranjeras que representan el 14,1% y proceden principalmente de Estados Unidos, Italia y Francia. Más de la mitad de las cadenas, el 53% se encuadran en actividades del sector terciario que engloba un total de 472 enseñas y el 81% de las aperturas del año, posicionándose como el que experimentó un mayor crecimiento en 2012.

>> “Más de la mitad de las cadenas, el 53% se encuadran en actividades del sector terciario que engloba un total de 472 enseñas y el 81% de las aperturas del año”

Un total de 60.555 puntos de venta

Las 899 enseñas integran un total de 60.555 negocios, un 3,8% más que en 2011 produciéndose un importante incremento en el número de aperturas. El 77% son franquiciados, lo que representa un

Santiago Barbadillo

Director General de Barbadillo Asociados

Buena praxis... siempre



Fronte a la crisis, inspiración, buenas ideas y, sobre todo y como siempre, buenas prácticas. Esta es la filosofía que expertos, asociaciones, compañías e instituciones debemos fomentar en medio de la complejidad que estamos viviendo, poniéndonos en la piel del

emprendedor e impulsando prácticas empresariales éticas.

En el ámbito que nos compete, debemos remar todos en la misma dirección concienciando a las centrales de franquicia de la necesidad de hacer planes de negocio coherentes y mejorar los procesos, con el fin de que no se produzcan conductas deshonestas con los emprendedores. Para ello, a la hora de franquiciar un negocio, hay que tener en cuenta aspectos tan importantes como partir siempre de un modelo probado durante el tiempo suficiente con resultados satisfactorios, ya que esta es una condición indispensable sin la que no es posible llevar adelante un proyecto de este tipo.

Es preciso que el diseño de la franquicia constituya una garantía de permanencia en el mercado, estableciendo todas las condiciones necesarias para que esa continuidad sea un hecho. Y tras determinar cómo será, es decir, después de trazar la estructura del edificio, será imprescindible definir la base documental que toda empresa que opera en franquicia debe tener y que, básicamente, va a estar constituida por el contrato entre franquiciador y franquiciado, y por los manuales operativos del sistema.

Un aspecto fundamental es que la búsqueda y selección de candidatos, esto es, el proceso de expansión, se lleve a cabo con criterios exigentes, tanto en lo relativo a los futuros asociados como con respecto a la ubicación del establecimiento en ciernes.

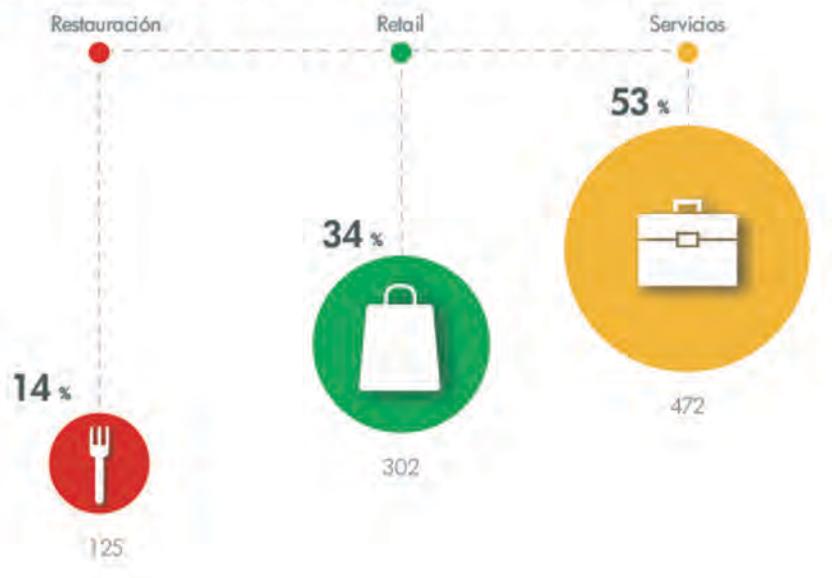
Y, a partir de ahí, quedan particularidades que son las que otorgan a la franquicia su especial idiosincrasia y que pasan por la transmisión de una formación inicial exhaustiva para que el franquiciado asimile el saber hacer del franquiciador de forma correcta e íntegra, tanto a nivel teórico como, fundamentalmente, práctico. El franquiciador deberá, asimismo, ayudar a su franquiciado en el momento de la apertura y llevar a cabo, además, un apoyo y control posterior permanente para garantizar que logrará la gestión más eficiente de su negocio, en su propio beneficio e, indirectamente, en pro de la marca a la que representa.

Para finalizar, dos aspectos clave, sin los cuales la franquicia perdería parte de su sentido: por un lado, que el franquiciado se vea favorecido del hecho de pertenecer y operar dentro de una red, beneficiándose de las economías de escala que esta genere; y, por otro, que el franquiciador realice las inversiones necesarias para la actualización y mejora permanente del concepto, adaptándolo a los cambios de la demanda.

Es tiempo de inspiración, pero también de concienciación y buenas prácticas. De nada nos sirve disponer de un buen sistema si luego se utiliza de forma torticera, buscando únicamente el propio beneficio, sin tener en cuenta los intereses de la sociedad que franquiciador y franquiciado conforman. ●

Más sencillo franquiciar en Servicios

Estancamiento del Retail



5,1% respecto al ejercicio anterior, mientras que se ha producido una desinversión en el número de negocios propiedad de las centrales, que se redujo a un 23% del total.

Actualmente la franquicia en España concentra el 10,7% de los 566.762 locales minoristas que refleja la Encuesta Anual del Comercio del INE para el ejercicio 2011.

Crecimiento del 3% en la facturación

En 2012 la franquicia facturó 18.153 millones de euros, cifra que supone 8,4% de las ventas del comercio minorista. Asimismo, cabe destacar que frente a la reducción del 7,8% que experimentaron las ventas minoristas del 2012 la facturación de las cadenas bajó únicamente en un 5,8%.

Incremento del 1,65% en la tasa de ocupación

A finales de 2012 la franquicia empleaba a más de 210.000 personas, lo que supone la generación de más de 3.000 puestos de trabajo en un año, situando la ocupación media por enseña en 233,8 empleados.

La inversión en franquicia representa un 3,7% del comercio al por menor

En 2012 la inversión realizada por la franquicia en España fue de 153 millones de euros. Por su parte, el valor de la infraestructura de ventas de las 899 mar-

cas operativas alcanzó la cifra de 4.160 millones de euros y un incremento del 1,9% con respecto al ejercicio anterior. La inversión media se redujo en un 1,84% situándose en 68.695 euros.



El 40% de los negocios concentrados en cuatro sectores

Por número de cadenas, restauración y moda siguen siendo los protagonistas en términos absolutos. Ambos engloban el 24% del total

de marcas en franquicia. Así, con 125 cadenas, Restauración es el segmento de mayor relevancia en cuanto al número de cadenas.

Por su parte, Alimentación es el sector que congrega un mayor número de establecimientos con 6.291 puntos de venta. Le siguen en importancia Agencias de Viajes, Restauración, Confección-Moda, Estética y Hogar, Decoración y Mobiliario. Los seis sectores concentran el 45,9 de la totalidad de los negocios en franquicia.

El 66,7% de las marcas proceden de Madrid, Cataluña, Valencia y Andalucía

Madrid es la región que mayor número de centrales de franquicia concentra, un total de 213 enseñas, seguida de Cataluña que reúne a 185 cadenas. Ambas Comunidades Autónomas, junto con la Valenciana y Andalucía, dan origen a 595 cadenas, 77,6% de las marcas nacionales.

Para Mariano Alonso, director general de mundoFranquicia consulting "a pesar de las dificultades que atraviesa actualmente el país, las cifras ratifican la madurez que ha alcanzado la franquicia en España, manifestando una clara estabilidad en sus principales parámetros. En términos cualitativos,

también hay que subrayar la profesionalización que está experimentando el sector, situándose como una de las vías más seguras y rentables para emprender en estos momentos". ●

*“Adquirir un producto en piel de Ubrique es,
apostar por un producto de calidad,
un producto natural, útil, resistente y sostenible,
un producto nacional, hecho por expertos artesanos”*

Precios de Fábrica - Artesanía de Ubrique



Regalos corporativos - Fabricación personalizada

En Ferpiel llevamos más de 40 años ofreciendo a nuestros clientes una respuesta exitosa en materia de regalos de empresa, material para congresos, productos promocionales, etc. Nuestra especialidad es la fabricación a medida al precio más competitivo, porque somos fabricantes. Y si piensa que regalar piel de Ubrique es algo muy caro, por favor pidanos presupuesto sin compromiso, será un placer poder atenderle.



VUELA MÁS BARATO



RYANAIR



recursos humanos

ma Ángeles **TEJADA**

Directora General de Randstad Public Affaire
y Presidenta de FIDEM

Fracasar, ¡¡es sólo el comienzo!!

Hay un reciente informe a nivel mundial de Gem2012 que muestra que los continentes más “emprendedores” son África, Latinoamérica, Estados Unidos y Asia. Después viene la Unión Europea, naturalmente. Este informe cuenta muchas cosas interesantes, como la edad en que se empieza a emprender en economías consolidadas dentro de los continentes llamados del tercer mundo.

Las mujeres emprendedoras siguen creciendo y ya superan la tercera parte de los nuevos proyectos de emprendedores. Supongo que aquí no se tiene en cuenta que el 80% de la economía mundial en términos de supervivencia depende de la mujer. Eso se explica menos porque casi siempre nos perdemos en los grandes números y dejamos de lado las situaciones “domésticas”, porque lo primero es que la gente pueda comer todos los días y, que yo sepa, los “bonos, acciones o las preferentes” no son comestibles.

Me gustan este tipo de informes, especialmente porque ayudan a ordenar las ideas y sobre todo para saber si estamos en el buen camino.

En el tema del que hablábamos al principio, vemos que se ha incluido un continente rico, como Norteamérica, y valdría la pena entender las razones, ya que en los demás casos son obvias: la gente no teme tanto fracasar cuando no tiene nada que perder. O mejor aún, el ingenio se agudiza en la misma medida que el hambre llama al estómago, por tanto, el temor al fracaso aumenta a medida que las economías avanzan de estadios tempranos a niveles de desarrollo más avanzados. Interesante eso del fracaso... ¿por qué habrá tanto miedo a fracasar?

Y en cambio, en la zona del mundo posiblemente más evolucionada tecnológicamente como Silicon Valley, si no has fracasado antes, es que no tienes ideas. La explicación es fácil: estamos en una sociedad en la que en los últimos 20 años la gente ha estado esperando que alguien resolviera sus problemas, que alguien le llamara para trabajar, que la UE no dejara de dar dinero para casi “todo” menos para construir las bases de nuevas oportunidades de negocio, o para estructuras necesarias que favorecieran las transacciones comerciales, mientras se han otorgado miles de master, simplemente para mejorar currículums, pero sin acreditar competencia alguna.

Por otra parte, podéis imaginar el “terror” que suscita en la mayoría de padres, que un hijo les diga ¡que quiere ser empresario! Y luego, están las trabas administrativas y laborales, que si IAE, altas sociales, trámites, adelanto de impuestos (IVAs) y encima responsabilidad personal para un autónomo y si fracasas, tener que oír las voces de siempre, incluyendo progenitores, del “ya te lo decía”, “tenías que haber opositado”, “trabaja en un banco que es para toda la vida”.

Debemos ser positivos, saber que podemos cambiar algunas cosas si nos lo proponemos y hoy podemos ver las cosas de otra manera, los trabajadores deben formarse y actuar de forma que sean empleables, actitud y aptitud. Hoy más que nunca se tienen en cuenta las competencias del trabajador, y merece la pena saber en qué fallamos para poder corregirlo.

Saber en qué podemos ser mejores nos ayudará en elegir nuestro trabajo y destacar en él, ni todos podemos ser empresarios, ni falta que hace. Y es que muchos empresarios se aventuraron sin conocer sus limitaciones, y muchos trabajadores siguen aspirando a trabajar en los que les gustaría, no en lo que son mejores profesionales.

Seguramente a las mujeres nos va a tocar, como siempre, vencer, conciliar, empujar y además, deberemos aprender a repartir roles. Si no delegamos funciones con nuestras parejas o familia, difícilmente podremos aspirar a crecer profesionalmente, y la mujer hoy está preparada para asumir responsabilidades que libremente hayamos elegido.

Objetivos claros, enfoque y ritmo, son claves para que puedas construir tus propios sueños y vivirlos por ti misma. ●

Tecnología para la familia

Una app ayuda a los padres a enseñar a sus hijos a comer más rápido y mejor

La empresa sevillana Memex ha desarrollado "Food Race" una aplicación encaminada a facilitar a los padres la tarea de conseguir que las comidas de sus hijos tengan una duración correcta de una forma divertida y saludable.

Se trata de una sencilla aplicación que funciona a modo de temporizador, pero

mostrando en pantalla un alimento, que previamente ha sido elegido por el padre, y que va desapareciendo de forma progresiva durante el tiempo también fijado en la pantalla inicial de la aplicación. Además, como incentivo, se puede elegir un "oponente" contra el que el niño compite y que únicamente aparece al final de la cuenta atrás o cuando el

niño termina y toca la pantalla del dispositivo, momento en el que recibe una ovación y también descubre al oponente. La aplicación actualmente sólo se encuentra disponible para dispositivos iOS (iPhone, iPod Touch y iPad) aunque, no se descarta su desarrollo futuro para dispositivos Android.

La aplicación está recomendada para niños a partir de tres años y aprovecha el concepto de la satisfacción y la competitividad natural de los niños, consiguiendo de una forma divertida que coman sano y en un plazo de tiempo correcto, acabando con las "comidas eternas" y el típico "mi niño no come". En la aplicación solo encontramos comidas saludables como fruta, ensalada, tostada o un vaso de leche.

En palabras de su desarrollador, José María Fernández: "La idea surgió al ver que mi hijo tardaba en tomarse la tostada del desayuno una eternidad. Conseguir llegar al colegio a tiempo generaba mucho estrés en casa cada mañana. Intente buscar alguna aplicación que realizara la función que necesi-

>> La aplicación ha sido desarrollada en español e inglés y ya ha tenido sus primeras descargas desde EEUU, Reino Unido, Canadá y México"

taba y al no encontrarla me animé a desarrollarla. La aplicación utiliza conceptos básicos de educación como el refuerzo positivo y la competitividad bien entendida."

Desde su lanzamiento hace poco más de una semana "Food Race" se ha posicionado en el Top25 de las aplicaciones de pago de educación de la App Store, llegando en algunos momentos a ocupar la 5ª posición. Este éxito es debido, en parte, a la difusión a través de las redes sociales y YouTube donde se ha publicado un video promocional que protagoniza el hijo del desarrollador y que acumula cerca de mil visitas en poco más de tres días.

La aplicación ha sido desarrollada en español e inglés y ya ha tenido sus primeras descargas desde EEUU, Reino Unido, Canadá y México. ●



Teléfono, ¿invento indispensable para la mujer?

Un estudio de la consultora 3M desgrana los descubrimientos más indispensables

Según las conclusiones del estudio llevado a cabo por 3M, el 25,3% de las mujeres españolas opina que el teléfono es el invento indispensable en sus vidas por delante de la bombilla (11,4%), el ordenador (9,3%) e internet (7,1%). Aunque todas consideran que la innovación es fundamental para salir de la crisis, el 22,1% de las mujeres afirma que estructuras institucionales que apoyen la innovación son vitales para posicionar a España como un país más innovador. Por otra parte, si tuvieran que diseñar un invento para mejorar su día a día, plantearían inventos relacionados con las tareas del hogar (28%), medios de transporte más rápidos (11,2%) y medios de transporte que funcionasen con energías renovables (6,1%).

De los datos del estudio se extrae que el 48,6% de las mujeres ve a España muy retrasada en innovación y considera que Alemania, con un 69%, lidera la innovación en Europa por delante de Reino Unido, Suecia y Finlandia. Aunque España no aparece en el ranking de países innovadores, si lo hace en el de países más creativos, en segunda posición (15,8%) solo por detrás de Alemania (26,1%). A la hora de citar a los países menos innovadores, las mujeres españolas se decantan por Grecia (10,6%), Albania (8,3%) y Rumanía (8%) y por Azerbaiyán (8,9%) y Albania (7,2%) en cuanto a países menos creativos.

Para Jorge López, Consejero Delegado y Director General de 3M Iberia "el estudio refleja la importancia de la innovación para el avance de la humanidad, el interés por algunos de los inventos españoles más destacados y los inventos que los españoles consideran indispensables en su día a día". El estudio se enmarca dentro de la próxima organización de la Cumbre del Año 3Mil "un evento en el cual se reunirán algunas de las mentes más brillantes del ámbito nacional y que 3M organiza como plataforma para aquellos que como nosotros apostan por la innovación como método de progreso".

Un repaso por la geografía española

Por comunidades autónomas, el 37,7% de las mujeres españolas considera que Cataluña es la comunidad autónoma más innovadora por delante de Madrid (31,5%) y País Vasco (17,8%) aunque el 35,6% de las encuestadas considera a Cataluña la más creativa.



>> Las mujeres consideran la **financiación y la creatividad** los aspectos más necesarios para innovar"

Las principales conclusiones del estudio por temáticas resumen que España, en relación al resto de países europeos, es percibida como el primer país en cuanto a gastronomía (78,9%) y arquitectura (24%), el segundo país en transporte, solamente por detrás de Alemania con un 15,4%, y el tercero en moda (14,2%) por detrás de Francia e Italia. Sin embargo, se ha posicionado en cuarto y quinto lugar en tecnología y diseño.

Necesidades en innovación

Otra de las conclusiones que se desprenden del estudio, es la de los inventos citados por los encuestados y que consideran indispensables en su día a día. Para los hombres, el ordenador es esencial, mientras que para las mujeres lo es el teléfono. Los hombres apuestan por inventos y medios de transporte que funcionen con energías renovables y están más preocupados por la innovación en

medicina, mientras que las mujeres prefieren medios de transporte más rápidos y sistemas que agilicen los tiempos de espera. Sin embargo, para todos ellos, la inversión en innovación automovilística es importante y necesaria.

El 37,2% de las mujeres considera que la innovación es necesaria para solventar sus problemas del día a día en relación a las colas y esperas y a los atascos (34,3%). En cuanto a la innovación en el campo de la salud, el 43,4% afirma que el área de innovación más útil es la de la eliminación de infecciones, la cirugía láser (33,6%), la odontología indolora (12%) y el cierre de heridas sin dolor (11%). ●



de Madrid
 Cocktail-bar
 Ubicación privilegiada en el centro
 Habitaciones para todos los gustos y edades
 Restaurantes de alta cocina
 Habitaciones temáticas
 Salones de eventos
 Salas de reuniones
 Jardín colgante más grande del mundo
 Suites exclusivas
 Cafetería
 Wifi gratuito
 Parking
 Etc... Etc...
 Etc... Etc...



¿POR QUÉ CONFORMARTE CON TRES DESEOS CUANDO PUEDES VERLOS CUMPLIDOS TODOS?

La diferencia es una filosofía. Un modo de pensar. Un modo de hacer las cosas.
 En el Santo Domingo somos distintos, porque funcionamos de manera diferente.
 Porque trabajamos para hacer que esa diferencia se transforme en una experiencia inolvidable para nuestros clientes.
 Para que, pidan lo que pidan, podamos decirles siempre ¡sí!
 Bienvenido al hotel Santo Domingo. El hotel de los mil y un deseos... concedidos.



Búscanos, estamos en el centro



El hotel del centro de Madrid

Restaurante SANDÓ BY ARZAK INSTRUCCIONES
 Reserva: reserva@hotelsantodomingo.es
 o en su agencia de viajes
 San Bernardo, 1 - Tel. 91 547 98 00
www.hotelsantodomingo.es

/hotelsmadrid

@hotelSDmadrid

HSantoDomingoMadrid



En tres vistazos

LA ACTUALIDAD DEL ASOCIACIONISMO FEMENINO

la ventana

isabelGARCÍA

redaccion@mujeremprendedora.net

Look garçon



Hasta el pasado mes de enero llevar un pantalón estaba prohibido para las mujeres en la que llaman la ciudad de la moda y del glamour, París. Eso sí, podían pedir autorización a la prefectura policial. ¿Increíble verdad? Pues es tan cierto como la ley neolítica que databa de hace dos siglos y que, por fin, París, acaba de aniquilar. Mucho han cambiado las cosas desde el 17 de noviembre de 1800, cuando se impuso esta ley en la que se estipulaba que aquella mujer que quisiera llevar pantalones, es decir, “vestir como un hombre” o lo que hoy los ‘gurús de la moda’ llaman el ‘look garçon’, debía tener permiso expreso de la policía local. Y no es que esta ley haya permanecido invariable desde su promulgación. En 1892 y 1909 fue modificada para permitir que las mujeres usaran pantalones si se daba la circunstancia de que fueran “sobre un manillar de bicicleta o las riendas de un caballo”. Un gran adelanto, sí señor, para una ley que contradecía el principio constitucional de 1946 que dice: “La ley garantiza a la mujer, en todas las áreas, derechos iguales a los de los hombres”.

Lo cierto y verdad es que numerosas han sido las iniciativas para pedir la anulación de esta ordenanza. En 1886, por ejemplo, un grupo de feministas y en 1969 un concejal de París. En 2004, dos diputados del Partido Socialista (PS) y de la Unión por un Movimiento Popular (UMP) pidieron lo mismo. Como en el 2010 el Partido Radical de Izquierda y el Consejo Municipal de la capital. Todo ello sin ningún efecto porque para el Gobierno, que la daba y la da por letra muerta y que ahora la ha catalogado ya como “pieza de archivo” posponía una decisión de gran importancia simbólica y que ahí seguía, sin embargo. Finalmente ha sido la ministra francesa de los Derechos de la Mujer, Najat Vallaud Belkacem, la que ha logrado que la parisina ya pueda llevar pantalón... legalmente. ●



>>La Fundación Cobre Las Cruces convoca su programa de ayudas

La Fundación Cobre Las Cruces ha puesto en marcha la segunda edición de la Convocatoria de Ayudas a Asociaciones y colectivos locales de los cuatro municipios vecinos al complejo minero, Gerena, Guillena, Salteras y La Algaba. La Fundación Cobre Las Cruces recibe numerosas peticiones de colaboración para respaldar iniciativas y actuaciones desarrolladas en las poblaciones vecinas. ●

>>Ven a Antequera en Cádiz

El centro cultural Reina Sofía de Cádiz acogió el pasado 19 de enero la firma de un convenio de colaboración entre los ayuntamientos de Cádiz y Antequera para la promoción y difusión turística y cultural de ambas ciudades. La primera acción derivada de este convenio se celebró el mismo día en el Baluarte de la Candelaria donde tuvo lugar el encuentro “Ven a Antequera en Cádiz”, una exposición donde el empresariado de Antequera mostró sus productos tradicionales, artesanía y gastronomía. ●



>>Encuentro internacional de redes de mujeres en el cine

Durante el 63 Festival Internacional de Cine de Berlín se realizará un encuentro que reunirá a las mujeres profesionales de la industria cinematográfica con la intención de fijar una agenda internacional desde la que trabajar para alcanzar la igualdad en la industria del cine. CIMA (Asociación de Mujeres Cineastas y de Medios Audiovisuales) participa activamente en este encuentro a través de sus redes internacionales: MICA (Mujeres Iberoamericanas del Cine y Medios Audiovisuales) y EWA (European Women's Audiovisual Network). ●



>>Womenalia.com recibe 150.000 euros de financiación

Womenalia.com, la red social de Networking de Mujeres Profesionales, ha conseguido 150.000 euros en financiación con el apoyo de Enisa, en un proceso que ha contado con la gestión de la consultora Intelectium. La Empresa Nacional de Innovación, adscrita al Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, ha valorado el potencial innovador de una plataforma que se creó en 2011 y que ha crecido rápidamente, convirtiéndose en referencia en el fomento de la presencia de la mujer en puestos directivos. ●



“Cada vez la **cooperación** es menos una opción y más una necesidad”

Mujeremprendedora: ¿Cuál es el objetivo con el que nace el Club de Innovación Seleкта?

Carmen Baena: El Club de Innovación Seleкта nace con el objetivo de potenciar las capacidades de innovación de sus empresas mediante la colaboración con un centro tecnológico como IAT, que además de acompañarles y apoyarles en sus actividades de I+D+i, pone a su disposición el conocimiento y experiencia acumulados en 23 años. En definitiva, se trata de establecer alianzas basadas en el conocimiento mutuo y en una relación de confianza que permitirá generar interesantes proyectos e iniciativas conjuntas innovadoras.

ME.: ¿Cuál es el perfil de las empresas que integran este Club?

C.B.: Todas las empresas que forman parte del club, aun perteneciendo a sectores de actividad muy diversos, tienen una serie de características comunes: en primer lugar son organizaciones que creen en la innovación como elemento fundamental para mantener y potenciar su competitividad en los mercados, incluyendo el mercado interna-

ME.: ¿Cuáles son las ventajas que se le presentan a las empresas para adherirse a este Club?

C.B.: La principal ventaja es que van a contar con un asesor tecnológico especializado, en gestión de la innovación y con una

Carmen Baena
Directora de I+D de IAT



cional en el que operan la mayoría de ellas. Por otro lado, tienen un interesante currículum con relación a sus actividades y proyectos de I+D+i, además de una vocación clara de cooperación con otras organizaciones. De hecho, su colaboración con IAT no comienza con la pertenencia al club, sino que se consolida con esta iniciativa.



El Instituto Andaluz de Tecnología (IAT) ofrece un servicio a empresas andaluzas comprometidas con la innovación, basado en la creación de alianzas con el fin de avanzar de forma conjunta. Hablamos sobre el Club Selektta con la directora de I+D de la entidad, Carmen Baena

amplia experiencia en este ámbito. Este asesor, que se acaba convirtiendo en uno más de la empresa, además de proporcionar información de interés en materia de I+D+i en su sector de actividad de forma permanente, y resolver consultas técnicas específicas, les va a acompañar en la identificación de proyectos de interés ayudándoles a ponerlos en marcha. Así, la empresa, a través del asesor, podrá contar con los recursos técnicos de un centro tecnológico bien posicionado a nivel regional, nacional e internacional, pudiendo además usar infraestructura de apoyo como salas para reuniones y presentaciones en nuestras oficinas de Sevilla, Málaga y Guadalajara (México), equipos de videoconferencia, etc. Adicionalmente, las empresas Selektta tendrán prioridad en la participación en iniciativas promovidas por IAT, pudiendo contar con nuestro gabinete de comunicación que les apoyará en la difusión de sus actividades de innovación. Por último, también es importante destacar la potencialidad de las relaciones que se crean entre las propias empresas miembros del club. De hecho, ya han surgido algunas colaboraciones entre ellas desde que se lanzó esta iniciativa.

ME.: ¿Resulta ahora más necesaria que nunca la cooperación entre empresas para obtener resultados positivos?

C.B.: Efectivamente, cada vez la cooperación es menos una opción y más una necesidad, pero no sólo entre empresas, sino también entre éstas y otros agentes como centros tecnológicos y universidades. Sin embargo, teniendo esto muy claro, es verdad que nos encontramos a veces con ciertas reticencias por parte de las empresas en establecer relaciones de colaboración, normalmente condicionadas por una experiencia previa poco satisfactoria, posiblemente por no darse algunos de los condicionantes necesarios en estos casos. En primer lugar, cuando distintas organizaciones cooperan deben tener claro un objetivo común al que deberán contribuir cada una de ellas con sus propias capacidades que obviamente deberán ser complementarias. Por otro lado, deben establecerse unas “reglas del juego”

claras, conocidas y compartidas por todos. Cada uno tiene que tener muy claro cuál va a ser su aportación y en qué condiciones debe darse. Y por último, se debe ser muy riguroso en el cumplimiento de los compromisos adquiridos por cada uno de los colaboradores, porque en estos casos el incumplimiento de uno puede poner en peligro la consecución de los objetivos globales, lo que podría suponer una pérdida de los recursos invertidos por el resto de socios. En definitiva, trabajar en colaboración es más difícil que hacerlo de manera aislada, pero es la única forma de poder abordar proyectos e iniciativas ambiciosas que permitan a las empresas ser más competitivas. Como dice un conocido proverbio africano “Si quieres llegar rápido, camina solo. Si quieres llegar lejos, camina en grupo”.

>> “Trabajar en colaboración es más difícil que hacerlo de manera aislada, pero es la única forma de poder abordar proyectos e iniciativas ambiciosas que permitan a las empresas ser más competitivas”

ME.: ¿Qué valoración realizaría de la I+D+i empresarial en Andalucía?

C.B.: En primer lugar hay que resaltar la gran evolución que ha habido desde que IAT empezó a trabajar con las empresas andaluzas, cuando hablar de innovación resultaba casi como predicar en el desierto. Entonces había una gran diferencia con otros países europeos, tal y como comprobábamos en los proyectos internacionales en los que participábamos. Desde entonces la situación ha mejorado notablemente, aunque según todos los indicadores de I+D+i seguimos estando por detrás de muchos de estos países, salvo en determinados ámbitos como el aeronáutico o las energías renovables, en los que sí somos referencia internacional. Es decir, en términos absolutos hemos avanzado, pero no hemos conseguido converger con el resto de Europa. Esto es debido en parte a que partíamos de una situación muy desfavorable. Por otro lado, hay que reconocer que se han invertido importantes recursos por parte de las

administraciones, que han permitido un gran avance aunque no siempre proporcional a los recursos invertidos.

ME.: ¿Cuáles son, en la actualidad, las principales necesidades de las empresas andaluzas comprometidas con la innovación?

C.B.: Está claro que a estas empresas no es necesario convencerlas de la importancia de la innovación, y las dificultades se presentan más en el cómo abordarla en la organización garantizando que se traduzca en la mejora de sus resultados que al fin y al cabo es lo que les preocupa. Para ello, deben ser capaces de identificar oportunidades que se transformen en iniciativas y proyectos, y contar con los recursos necesarios para abordarlos con éxito. En definitiva, necesitan saber cómo generar valor en sus productos y servicios.

ME.: ¿Cómo está afectando la coyuntura económica actual a la innovación en el tejido empresarial andaluz?

C.B.: La compleja situación que estamos viviendo está obligando a las empresas fundamentalmente a dos cosas: ser más eficientes reduciendo sus costes y mirar a otros mercados, para lo cual deben desarrollar productos y servicios muy competitivos. Es decir, por un lado son más conscientes que nunca de que les es imprescindible innovar, pero por otro tienen mayores dificultades para financiar sus innovaciones. En este contexto, aquellas organizaciones que están siendo capaces de adaptarse a este nuevo entorno son las que tendrán más posibilidades de salir adelante, y para ello deben ser flexibles e innovadoras.

ME.: ¿Cuáles son los instrumentos más demandados de apoyo a la I+D+i empresarial andaluza que ofrece el IAT?

C.B.: Además de los servicios prestados a través de SELEKTA, los más demandados por las empresas son aquellos que les permiten mejorar el valor de sus productos, procesos y servicios, tanto reduciendo costes como mejorando las funcionalidades de los mismos. Por otro lado, teniendo en cuenta que el principal recurso con el que cuentan las organizaciones son las personas, existe una gran demanda de actuaciones para el desarrollo de sus competencias. Por concluir y como expresamos en nuestra misión, desde IAT tratamos de acompañar a las empresas e instituciones en la mejora de sus resultados de forma sostenible, aportándoles valor mediante soluciones innovadoras. ●

Isabel GARCÍA

““En el trasfondo de esta crisis hay una crisis moral”

Hablamos con Soledad Suárez, presidenta nacional de Manos Unidas sobre el balance de una organización que ya cuenta con más de 50 años de lucha contra el hambre el mundo y, entre otros asuntos, sobre cómo afronta la asociación el presente y el futuro en el marco del contexto económico actual que nos rodea

Mujerempresadora: El pasado octubre era elegida presidenta de Manos Unidas, una organización en la que trabaja como voluntaria desde 2005 y en la que ejercía de vicepresidenta desde 2009. ¿Cómo afronta esta nueva etapa y cómo valora el trabajo desarrollado por su antecesora, Myriam García Abrisqueta?

Soledad Suárez: La afronto con ilusión y con el objetivo de continuar con el trabajo de Myriam, que creó un gran ambiente de trabajo; en Manos Unidas hay muy buenos equipos y me parece importante apoyarles y animarles a que sigan haciéndolo igual de bien que hasta ahora.

ME.: Manos Unidas ya tiene más de 50 años de existencia luchando contra el hambre en el mundo... ¿Qué balance hace de esta trayectoria?

S.S.: El balance de los 50 años es muy satisfactorio. Desde el principio, Manos Unidas dirigió sus esfuerzos a las personas más pobres y a sensibilizar a la sociedad española a cerca de sus problemas, sus necesidades, su forma de vivir... son miles las personas a las que se ha apoyado para que lograran desarrollarse. En cuanto a la sensibilización, creo que hemos conseguido que a través de Manos Unidas se conozca la injusticia que sufren estas poblaciones y eso hace que la sociedad nos reconozca y nos valore (por ejemplo, en el año 2010, nos dieron el Príncipe de Asturias, precisamente por los 50 años de trabajo...).

ME.: ¿Cómo afronta la asociación el presente y el futuro?

S.S.: Manos Unidas está preocupada por el momento que estamos atravesando, inmersos en una crisis económica y financiera. Sin lugar a dudas, en el trasfondo de estas crisis hay una crisis moral, que repercute seriamente en nuestros hermanos más pobres, sobretodo los de fuera de España. Sin embargo, la institución tiene indicios de mucha esperanza: en los momentos más duros se abren los corazones de las personas y hay muchas muestras de solidaridad, de compasión y ganas de colaborar en donde haga falta. Manos Unidas nace para acabar con la pobreza y el hambre, hoy y mañana seguiremos trabajando para erradicarla.

ME.: ¿Con cuántos recursos cuenta y en qué los emplea?

S.S.: Manos Unidas cuenta con miles de personas excepcionales, de un gran corazón y muy profesionales, y considero que éste es nuestro verdadero potencial, tenemos 70 delegaciones en toda España. Además trabajamos con miles de personas de otros países de África, América, Asia y Oceanía que nos enriquecen tanto a nivel institucional como personal. En relación a los recursos económicos la institución en el año 2011 obtuvo unos ingresos por importe de 51.856.656 euros, de los que el 82% procede de fondos privados y el 18% de públicos. Del total de fondos recibidos, el 90,6% se destina a los fines de Manos Unidas (Educación para el Desarrollo y finan-

ciación de proyectos de Cooperación al Desarrollo), el 7,6% a Administración y Estructura y el 1,8% a Promoción y Captación de Recursos. De cada euro que nos dan dedicamos más de 90 céntimos a los fines de Manos Unidas, no llega al 10% el dedicado al mantenimiento de la estructura.

ME.: ¿Cómo está afectando la crisis a las contribuciones de particulares, empresas e instituciones públicas?

S.S.: Con la agudización de la crisis económica y financiera, que afecta de modo especial a los más necesitados, los gobiernos recortan la Ayuda Oficial al Desarrollo. Esta disminución ha tenido como consecuencia una reducción de ingresos de origen público en nuestra institución. Realmente, nos preocupa que se imponga el criterio de que la administración sólo debe dedicar recursos al desarrollo cuando la economía va bien... Cuando el deseado 0,7% parecía estar más cerca... empezó a descender cada vez más. En 2011 se llegó al 0,29% y en 2013 está presupuestado el 0,20%.

ME.: ¿La sociedad española es una sociedad sensibilizada con los problemas del resto del mundo?

S.S.: La sociedad española es bastante solidaria y muy receptiva a la información de las personas que sufren injusticias, aunque en estos momentos está tan preocupada por las consecuencias de la crisis en España, que corremos el riesgo de que abandone un poco al resto de países. Por eso es tan importante transmitir el mensaje de que nuestra crisis no puede esconder la de estas personas que viven una crisis continua y pedir un esfuerzo adicional, no cambiar nuestros donativos sino aumentarlos para que nadie se quede si ayuda.

ME.: Uno de los proyectos en los que Manos Unidas centrará todos sus esfuerzos en 2013 es en la Campaña “No hay justicia sin igual-

dad”, que tiene como punto de origen el tercer Objetivo de Desarrollo del Milenio: “Promover la igualdad entre los sexos y la autonomía de la mujer”. Háblenos un poco más de esta Campaña...

S.S.: En el año 2013 todos nuestros materiales están orientados a trabajar el tercer ODM; ya sabemos que cualquiera de ellos es igual de importante, que están entrelazados, pero realmente quizá sea en la mujer y, por supuesto, en las niñas, donde se hace más visible la injusticia que padecen estos países; por el hecho de nacer en uno de ellos, se tienen menos oportunidades de desarrollo, pero si además se nace mujer, el problema se agrava mucho más. Con esta campaña queremos dar voz y poner cara a

de Panamá”, los confeccionan y los comercializan ellos mismos, evitando los intermediarios, hasta han abierto las puertas a la exportación. Son personas con un nivel educativo bajo, pero su gran coraje y sus ganas de trabajar les hace salir adelante.

ME.: Recientemente, con motivo del Día Internacional del Voluntariado, desde Manos Unidas daban a conocer la cifra de esas 4.800 personas que de manera altruista dedican su tiempo, sus conocimientos y sus esfuerzos a la causa de la organización? ¿Qué cree que les atrae a estas personas y cuáles son los motivos por los que deciden ayudar de esta manera?



todas esas mujeres y niñas que padecen un analfabetismo mucho mayor que el de los hombres, que no pueden ejercer sus derechos, no tienen acceso a la propiedad ni a elegir con quien casarse o a que edad... y sabemos que es en la educación de hombres y mujeres, de niños y niñas donde está la solución para acabar con estas situaciones.

ME.: ¿En cuántos países trabaja actualmente Manos Unidas y qué proyecto entre los que está la organización ahora inmersa destacaría?

S.S.: En 2011, Manos Unidas trabajó en 58 países, de África, América, Asia y Oceanía, en los que se llevó a cabo 605 proyectos. De todos estos proyectos es difícil seleccionar uno solo. Como he viajado hace poco a Ecuador destacaría el que realiza una población que ha sufrido la emigración y el retorno de los migrantes, en la provincia de Azuay. Al volver a sus casas se dedicaron al tejido de “los sombreros

S.S.: Creo que pueden ser varias las razones para que haya personas atraídas por el voluntariado, una inquietud hacia la vida de los demás, el conocimiento de que hay mucha gente pasándolo mal... Al acercarse a Manos Unidas comprueban que es una organización con una gran austeridad, coherente con lo que defiende, con un trabajo muy interesante, que te permite comprobar que sí se puede influir en el desarrollo de las personas y que la ayuda llega realmente allí donde se necesita.

ME.: ¿Cree que la solidaridad entiende de género?

S.S.: La solidaridad no debería entender de género, hay que ayudar sin mirar si es hombre o mujer, como tampoco miramos la religión, la raza, etc... pero no podemos dejar de reconocer la evidencia de que entre la población con necesidad de ayuda, el número de mujeres es mayor. Con respecto a si hay más mujeres solidarias que hombres, no sabría contestar pero si

fuera así estoy segura que sería por motivos culturales y fácilmente reversibles.

ME.: ¿Cuál diría que es el mayor obstáculo para acabar con el hambre en el mundo?

S.S.: El mayor obstáculo para acabar con el hambre en el mundo es el consumismo de las sociedades desarrolladas, nos hemos creado una serie de necesidades superfluas que hace que el 20% de la población mundial consumamos el 80% de la producción mundial, así no hay manera de repartir equitativamente los alimentos, sabiendo que en el mundo se produce el doble de alimentos de los que se necesitan para que todo mundo pudiera comer.

ME.: ¿Qué podemos hacer para “poner nuestro granito de arena”?

S.S.: Creo que lo principal es que nos interese por estos problemas que los hagamos nuestros y empecemos a vivir de otra manera, además de que ayudemos económicamente a las organizaciones que trabajan con garantía en esta labor.

Soledad Suárez,
presidenta nacional
de Manos Unidas

ME.: Para terminar, nos gustaría que nos contase ¿Cuál ha sido su experiencia más gratificante desde que comenzó a trabajar en Manos Unidas?

S.S.: Trabajando en Manos Unidas se viven muchas experiencias gratificantes, es difícil elegir, aunque tengo una muy reciente, de mi viaje a Ecuador, donde entre otros muchos, visitamos un proyecto en la Amazonía, donde las comunidades indígenas de la provincia de Orellana han visto como se contaminaba la tierra, el agua y el aire por culpa de la extracción de petróleo que tienen a 100 metros de sus casas; por culpa de esta contaminación, el número de casos de cáncer se ha multiplicado por tres y el de abortos por dos; Manos Unidas está llevando a cabo un proyecto muy sencillo y eficaz para recoger desde los tejados de sus casas el agua de lluvia que llega a un depósito donde se filtra de los elementos contaminantes y de este a otro donde se almacena para que la puedan usar para beber y cocinar; impresiona ver como se puede apoyar a estas familias, que todas tienen un afectado o mas, a solucionar en parte su situación, provocada una vez mas por la falta de ética de otras personas. ●

Isabel GARCÍA

Protagonistas

NOMBRAMIENTOS Y RECONOCIMIENTOS CON NOMBRE DE MUJER

María López Herranz

>> Ha resultado elegida nueva presidenta de ICF España. Es consultora y coach ejecutivo y de equipos certificada ACC por ICF. Diplomada en Marketing Directo y Marketing On Line por ESIC, María López Herranz es también miembro de la Creativity Coaching Association y del Consejo Asesor del Instituto de Comunicación 5 Fars.



Raquel Larena

>> Ha sido nombrada nueva directora general de Comunicación y Marketing del grupo Randstad en España. Su trayectoria en la compañía se inició en 2004 en el área de ICT, de manera que su experiencia en el grupo y su amplio conocimiento del sector le permitirán consolidar la estrategia de Marketing y Comunicación de Randstad en España, un área clave para la compañía.

Gemma Díez

>> Gemma Díez se ha incorporado a la Escuela Profesional de Nuevas Tecnologías, CICE, como Business Development Manager. Gemma, que cuenta con una amplia experiencia profesional en el sector de ventas y comercialización, es licenciada en Administración y Dirección de Empresas (ADE). Asimismo, ha trabajado para diferentes compañías ocupando distintos puestos de responsabilidad.



Ana Isabel Borrás

>> La investigadora del Instituto de Ciencia de Materiales de Sevilla (ICMS), Ana Isabel Borrás Martos, es la ganadora del Premio Real Academia Sevillana de Ciencias 2012, que reconoce los méritos científicos de investigadores jóvenes titulados en la Universidad de Sevilla o que realizan su trabajo en centros de investigación de la provincia hispalense.

Winifred Byanyima

>> Esta activista, defensora de los derechos humanos, alta funcionaria internacional y reconocida experta en derechos de las mujeres a nivel mundial, ha sido nombrada directora ejecutiva de Oxfam Internacional, con la función de establecer la dirección estratégica y coordinación a los afiliados de la confederación Oxfam.





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

D&B Worldwide
Network

Decide with Confidence

Cinco razones para organizar más comidas de negocios



Los almuerzos son una buena ocasión para charlar de preocupaciones laborales y personales en profundidad

¿Tienes algo importante que decir? El colaborador de Inc. Kevin Daum, autor del best seller Video Marketing for Dummies, ofrece cinco razones por las que un almuerzo con los compañeros de trabajo es un buen momento para comunicarse. Parece que ni el correo, ni el teléfono, ni siquiera Skype ofrecen las posibilidades que plantea invitar al interlocutor a comer algo.

1. Tienes el control del entorno

En la oficina, tus compañeros pueden interrumpirte a ti o al interlocutor, que puede ser distraído por llamadas o correos electrónicos porque el también está en su puesto de trabajo. Incluso si le pides hablar en un momento de intimidad, puede que no lo consigas nunca. Salir de este entorno y elegir un sitio que conoces bien pone el control del lugar en tu campo. Elige un restaurante con poco ruido y que se adecue con lo que quieres comunicar.

2. Estas en igualdad de condiciones

Sobre todo si con quien quieres hablar tiene una posición distinta a la tuya, ya sea por encima o por debajo, porque el mobiliario de la oficina deja clara esa jerarquía. En un restaurante estaréis sentados a la misma altura, en la misma silla, y cara a cara. Si algo tiene que hacerte sentir mejor o peor que tu interlocutor, que no sea su silla más o menos cara.

3. Tienes un tiempo mínimo asegurado

Durante el almuerzo, tienes al interlocutor cautivo durante mínimo, 20 minutos. Por muy ocupado que esté alguien, en algún momento saldrá de la oficina a retomar fuerzas. Además, aprovechara ese tiempo para relacionarse socialmente. Así que si tienes algo que hablar, llévalo en papel, pero deja el ordenador en casa o el sacara el suyo y habrás perdido tu oportunidad.

4. Creas una experiencia compartida

Haz que el otro comensal se sienta cómodo. Tienes la oportunidad, además de decir lo que tienes que decir, de establecer una buena relación con alguien de la empresa. Consigue que el almuerzo sea una buena experiencia y que la otra persona no tenga problema en repetirlo, así, si necesitas comentarle algo en privado otra vez en un futuro, estará más predisposto. Encuentra maneras, pensando en la otra persona, de hacer entretenido el encuentro.

5. ¡Invita tú!

Sobre todo, ya que eres el que quería hablar, el interesado en hacer este encuentro y el que ha escogido el restaurante, lo mínimo que puedes hacer pagar la cuenta. Muchos empresarios tienden a dividir la cuenta, y está bien en almuerzos improvisados, pero en este caso tú tienes que conservar el poder del encuentro.

Y salga como salga, agradece el acercamiento al final y abre la puerta a repetir la experiencia. ●

A close-up photograph of a hand holding a red, rounded rectangular sign. The sign features the newspaper's logo. The background is a blurred mix of green and orange.

DE ANDALUCÍA
el **Correo**

**EL CORREO
DE ANDALUCÍA
MARCA LA
DIFERENCIA**

El Correo de Andalucía, siempre el referente de la información de Sevilla y provincia, informando a los lectores de los temas que les interesan y preocupan.

Teatro Maestranza Ballet Nacional de Letonia: memorable Giselle



"Giselle es un paradigma del ballet blanco, con sus seres fantasmagóricos y sus abstractas Willis" (Serge Lifar)

Giselle, la partitura más famosa de Louis-Adolphe Adam, sigue siendo, tras su estreno en 1841, no sólo la expresión más perfecta de la época posromántica, sino también un auténtico símbolo de todas las búsquedas y tendencias del ballet en donde confluyen la música, la danza pura y la pantomima dramática. Pocas bailarinas -el papel de Giselle es más importante que el de su pareja- han resistido el deseo de protagonizarlo y, además, por

fortuna, Giselle ofrece la ventaja de contar con un papel masculino en el que el bailarín no es únicamente un "portador", sino que está dotado con una auténtica danza que exige carácter dramático.

El Ballet Nacional de Letonia -uno de los conjuntos más brillantes y espectaculares del momento, con solistas y cuerpo de baile fuera de lo común- cuenta con una figura estelar, Elza Leimane-Martinova, capaz de unir armoniosamente el elemento humano (primer acto) con la fantasía y la abstracción, la fuerza dramática del monólogo y el diálogo mímico y bailado, en el

que hay que destacar la valiosa aportación de Raimonds Martinovs, convincente como Conde Albrecht. Hay que resaltar, asimismo, la excelente dirección de Farhads Stade al frente de una ROSS en gran forma, cuya experiencia en lides balletísticas constituyen una garantía inestimable para el feliz desarrollo de un espectáculo complejo en el que los detalles cobran una extraordinaria trascendencia. Y pensar que, a finales del siglo XIX, Giselle fue considerado por algunos críticos "como una antigualla destinada a perecer...".●

Miguel FERNÁNDEZ de los Ronderos

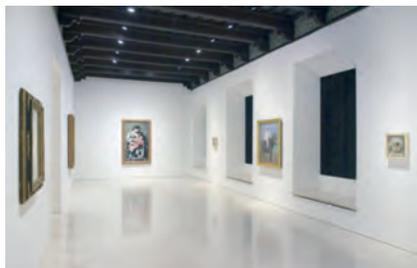
La oferta expositiva del Museo Picasso Málaga para 2013

Décimo aniversario. Tres muestras temporales del artista malagueño y otras dos muestras de Dennis Hopper e Hilma af Klimt conforman la oferta de la pinacoteca para este año



'Álbum de familia'.

Del 24 de junio al 6 de octubre.
Comisario: José Lebrero Stals,
director artístico MPM
Número de obras:
40 obras de Pablo Picasso
Publicación: bilingüe español-inglés.



'11 obras invitadas'.

Del 27 de octubre a febrero de 2014.
Comisario: José Lebrero Stals,
director artístico MPM
Publicación: bilingüe español-inglés
Salas de exposición:
Palacio de Buenavista.



'Picasso de Málaga.

Obra de la primera época'.
Del 25 de febrero al 9 de junio.
Comisario: Rafael Inglada
Organización: en colaboración
con el Museu Picasso de Barcelona
Número de obras: 55 obras de
Pablo Picasso, 65 de otros autores
y 95 documentos.
Publicación: bilingüe español-inglés.

'Hilma af Klimt. Pionera de la abstracción'.

Del 21 de octubre al 9 de febrero de 2014.
Comisarias: Iris Müller-Westermann,
comisaria Moderna Museet, Estocolmo
Organización: en colaboración con
el Moderna Museet, Estocolmo
Número de obras: 200 aproximadamente
entre óleos, acuarelas, pinturas,
dibujos, diarios y libros de notas.
Publicación: versión del catálogo
en español.

'Álbum de familia'.

En el camino'.
Del 29 de abril al 29 de septiembre.
Comisario: José Lebrero Stals,
director artístico del MPM
Número de obras:
150 fotografías, además de obras
de arte y material documental
Publicación:
bilingüe español-inglés.



El consejero de Cultura y Deporte de la Junta de Andalucía, Luciano Alonso, junto al director artístico del museo, José Lebrero, presentaron el pasado enero el extenso programa de exposiciones y actividades del Museo Picasso Málaga para 2013, año de la celebración de su décimo aniversario, que difundirá aún más la obra del artista y ahondará en sus orígenes andaluces. Una programación la de este décimo aniversario en la que se busca, más allá de difundir la figura de Picasso, acercar y conectar la ciudad y la provincia de Málaga con el museo y la obra del artista. La oferta expositiva se compone así de tres muestras temporales del artista malagueño -'Picasso de Málaga. Obra de la época', 'Álbum de familia' y 'Once obras invitadas'- y se completa con otras dos muestras de Dennis Hopper e Hilma af Klimt. Asimismo, se quiere extender por toda Andalucía el conocimiento del pintor y su museo, por lo que se organizarán programas de comunicación, talleres, conferencias, actividades con la comunidad escolar y exposiciones sobre Picasso dentro del proyecto de la Consejería de Cultura y Deporte 'Los museos viajan'.

'Picasso de Málaga. Obra de la primera época'. Sobre el sólido recorrido de los diez años del MPM, se edifica la esperada exposición 'Picasso de Málaga. Obra de la época', un excepcional trabajo de Rafael Inglada que devuelve a Málaga la 'pertenencia' del universal artista. En esta exposición se podrán ver obras, objetos, fotografías y documentos que recrean la infancia de Picasso y la atmósfera de la Málaga y la Andalucía de esos años finiseculares del siglo XIX y de los primeros del convulso siglo pasado.

En la muestra estarán sus primeras pinturas, las de sus maestros y las de su padre, lo que se completará con obras de artistas como Denis Belgrano o Muñoz Degraín, además de con una selección de piezas que el artista realizó ya en su madurez y que sirven para reflexionar sobre la huella que esta ciudad y los malagueños dejaron en la memoria de Picasso. ●

Más información:
www.museopicassomalaga.org



Fiat 500s: el tamaño sí importa

Disponibile desde el pasado enero, el nuevo modelo se presenta más agresivo y deportivo

El pasado mes de enero comenzó la comercialización del nuevo Fiat 500S, disponible con los mismos motores que el resto de la gama (1.2 8v 69 CV, 0.9 Turbo TwinAir 85 CV, 1.4 16v 100 CV, 1.3 16v Multijet 95 CV Start&Stop), tanto en la versión berlina como convertible.

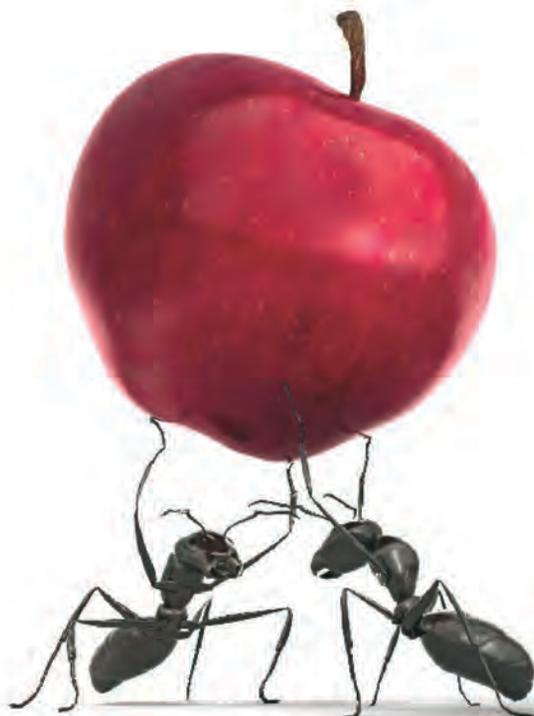
El nuevo Fiat 500S cuenta con muchas novedades, tanto estéticas como estructurales, que hace que tenga un diseño mucho más deportivo y agresivo. El nuevo interior del 500S está compuesto por: un nuevo diseño deportivo del volante; palanca de cambios específica con diseño sport; salpicadero con efecto plata satinada; nuevos asientos deportivos acabados con costuras rojas. Y entre las novedades exteriores destacan: nuevos paragolpes específicos que aumentan su longitud en 40 mm; nuevos faldones laterales; nuevo spoiler trasero; terminaciones en cromo oscurecido; nuevas llantas de 15" con diseño deportivo (de serie); nuevas llantas de 16" específicas con diseño sport (opcional).

Asimismo, cuenta con un equipamiento de serie muy completo:

- Aire acondicionado manual
- Blue&Me (Bluetooth+ MP3+ USB+ Eco:)Drive)
- Cristales oscurecidos
- Faros antiniebla
- Dirección asistida Dual Drive
- Llantas de aleación de 15"
- 7 airbags
- Elevalunas eléctricos delanteros y cierre centralizado
- Cubierta de los retrovisores en color de la carrocería
- Radio CD MP3 con 6 altavoces

Gama y precio. Con el fin de hacer una gama sencilla y bien posicionada, el nuevo Fiat 500S es una alternativa a la versión Lounge, ya que tiene el mismo precio en cada una de sus motorizaciones. Las campañas se componen de una oferta de promoción a la que se puede añadir el Bonus Eco:) Fiat, para cualquier permuta, o el Bonus Eco:) Fiat + Plan PIVE, para permutas de vehículos con más de 12 años, y las ofertas financieras: sin intereses y cuatro años de garantía o 'super financiación' con 1.000 euros de descuento añadido y cuatro años de garantía. ●





PRODETUR *es* crecimiento

En los momentos de crisis, sólo la imaginación es más importante que el conocimiento.

Albert Einstein

Prodetur es una sociedad de la Diputación de Sevilla para impulsar el desarrollo económico de la provincia.

El objetivo es la creación de empresas que asumen el compromiso de crecer, de ser motores de cambio para el desarrollo social.

Prodetur está con los emprendedores, con apoyo financiero, técnico y formativo.

www.prodetur.es



CREANDO FUTURO



con permiso

manuelBELLIDO

bellido@mujeremprendedora.net

<http://manuelbellido.com>

El auge de la frivolidad

Es cierto que la frivolidad siempre existió y que siempre hubo políticos frívolos, y es también verdad que, en todo caso, es preferible la frivolidad a la severidad de los fanáticos. Sin embargo los niveles de frivolidad y fruslería que hoy tenemos en España en el ámbito político han llegado a unas proporciones inverosímiles y tan descaradas que dan miedo. Asistimos a acciones y proclamas dañinas, malsanas y peligrosísimas, que conllevan riesgos para la recuperación económica y para la imagen de España en el exterior. La estrategia mezquina, rastrera y mentirosa de algunos partidos y líderes políticos para alcanzar el poder a costa de lo que sea, sin calcular las consecuencias que puedan tener sus acciones son para echarse a temblar. Algunos políticos, hablan como si la veracidad o la falsedad de sus palabras no pudieran afectarles ya, en la medida, que siguen siendo capaces de conservar esa suerte de capital mediático llamado “imagen”.

Sin embargo, cada vez menos la gente soporta sentirse tomadas por imbéciles y sentirse engañada. La estrategia de ensombrecer, de “calumniar que algo queda”, de acusar sin demostrar ya no funciona. El “plumero” se le ha visto a más de uno, sobre todo cuando no es capaz de mirar a los ojos cuando habla, sobre todo cuando habla de honradez y no la atesora precisamente en su partido, cuando desde hace años se le cuestiona integridad y rectitud en las formas y en las sustancias.

Hay muchos que se han hecho políticos y de consecuencia “habitantes” del espacio mediático, sin que nadie sepa cómo llegaron allí, qué meritos tuvieron, cómo se prepararon y qué les movió a ejercerla, y sobre todo no se sabe cómo se ganarían la vida si no fueran políticos. Han ido avanzando a fuerza de eslóganes, de promesas incumplidas, de ficciones, de hacer lo contrario de lo que predicaban, de proclamar la igualdad cuando con uñas y dientes defendían la casta que los llenaba de privilegios. Han ido avanzando buscando poder, cada vez más poder, pero sin saber cómo emplearlo. A la

“Algunos políticos, hablan como si la veracidad o la falsedad de sus palabras no pudieran afectarles ya, en la medida, que siguen siendo capaces de conservar esa suerte de capital mediático llamado “imagen”.

mayoría de los españoles le resulta difícil, por no decir imposible, imaginar a algún dirigente de la oposición actual de presidente del Gobierno y, sin embargo, ahí siguen, elaborando y propiciando toda clase de artimañas para desestabilizar, confundir, salpicar y tratar de sacar partido de la primera mosca que vuela fuera de su ventana. ¿Cómo es posible que nuestra cultura, apoyada además por prensa que un día ya lejano fuera independiente, haya tomado el tinte de lo trivial y lo frívolo, solo para salvaguardar intereses partidistas? El escepticismo crece y produce ausencia de compromiso, de valores y de esperanza. La mera publicación de un titular en un periódico se impone como un criterio de verdad. ¿A dónde hemos llegado? ¿Y, peor aún, a dónde llegaremos? ●

La información está cambiando

También en  **informaria**

Informaria Digital

CONOCIMIENTO

Ciencia
Tecnología
Cultura

PROTAGONISTAS

VISIONES

Opiniones
Ideas

EXTRA

Magazine

ESCENARIOS

Políticos
Económicos
Geográficos
Sociales



www.informaria.com

Informaria ha cambiado ¿y tú?

Esta web es una ventana para ver y para hacer ver.

Tratar de ver más y ver mejor no es un capricho, una curiosidad o un lujo.

Ver significa "ser" más. Vivir más intensamente.

Comunicaciones Unificadas para Autónomos y Empresas



Communicator: Mensajes instantáneos y correo electrónico en un solo lugar y en todos.

Trabaja en red de la forma más productiva

Infórmate en el 1443 o en www.vodafone.es/mos

power to you

Microsoft