

mujiemprededora

Entrevistas

Núria Coll,
presidenta y
co-fundadora
de Tronic

Rodrigo Miranda,
director general
del ISDI

Reportajes

Ciberseguridad:
origen y riesgos

Las comunidades líderes
en conciliación laboral

Claves para buscar
empleo en el extranjero

El capital humano,
inutilizado



Radiografía

de la mujer trabajadora

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





Núria Coll, presidenta y co-fundadora de Tronic



Rodrigo Miranda, director general del ISDI

5 ZONA OPINIÓN

5 **El coraje de decir no**
Anna Conte

6 ZONA HECHOS

6 Tema de portada
Radiografía de la mujer trabajadora
10 Reportaje
Ciberseguridad: origen y riesgos

14 ZONA MUJER

14 Reportaje
Liberar el potencial empresarial de las mujeres afganas
16 Entrevista
Núria Coll, presidenta y co-fundadora de Tronic
18 Entrevista
Rodrigo Miranda, director general del ISDI
20 Protagonistas

22 ZONA EMPLEO

22 Reportaje
Los líderes en conciliación laboral
23 Reportaje
Claves para buscar empleo en el extranjero
24 Reportaje
"El capital humano, inutilizado"
26 CCOO-Andalucía
29 UGT-Andalucía

36 ZONA OCIO

30 Cultura
31 Museo Picasso Málaga
32 Citas
33 Libros
34 Motor
36 Viajes

38 ZONA OPINIÓN

Añadió a los carritos rebosantes de antojos
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^a 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



© UNICEF/WHO/2005-1

CADA DÍA 19.000 NIÑOS MUEREN POR CAUSAS QUE PODEMOS EVITAR

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

~~19.000~~ **0**

HAZTE SOCIO
Te necesitamos

unicef 

www.unicef.es | 902 31 41 31





para empezar **annaCONTE**

annaconte@mujeremprededora.net

Editora

El coraje de decir no

8 de marzo, una fecha para confrontarse, no sólo para las mujeres sino para todo el resto de la sociedad. Una jornada que desde el año 1975, Año Internacional de la Mujer, ha ido adquiriendo gradualmente un carácter global, incluso para los países en vías de desarrollo. No es sólo una celebración, sino una oportunidad para crear conciencia en las personas y en las instituciones, aumentar el apoyo a los derechos de las mujeres y su participación en la vida económica y política. Una oportunidad para hacer una valoración de los objetivos alcanzados hasta ahora, lanzar un llamamiento mirando hacia adelante, a los nuevos retos por cumplir, y por último, pero no menos importante, un día para rendir un homenaje a las mujeres de todos los colores y credos que diariamente escriben historias de extraordinaria fuerza y verdad. Incluso pagando con la propia vida.

Este año el tema del Día Internacional de la Mujer se centra en la violencia: "Una promesa es una promesa: momento de pasar a la acción para acabar con la violencia contra las mujeres". Las noticias internacionales narran a diario esta violencia brutal, absurda, aparentemente imparable, pero al mismo tiempo muestran más allá de la brutalidad, los signos de algo que puede cambiar a partir de un valor extraordinario y de la voluntad de oponerse a la violencia, incluso en las situaciones más trágicas.

Una de las historias que más me ha llamado la atención en estos tiempos es la de Lea Garofalo, una mujer de Calabria, una hermosa región del sur de Italia, rica en historia, arte y cultura, que perteneció a la antigua Grecia. La historia reciente de este pueblo, sin embargo, a partir del siglo XX está marcada por la presencia de la 'Ndrangheta, una palabra del dialecto de allí difícil de traducir en otras lenguas y cuya procedencia proviene del griego andragathía (ανδραγαθία), traducida burlonamente como "valor, hazaña, carácter de caballero". La 'Ndrangheta en realidad no es más que el crimen organizado como la Mafia y la Camorra.

Lea siempre vivió en ese clima, su familia estuvo involucrada en la "malavita", con crímenes por venganza; joven, conoció a Carlo y con solo 18 años se convierte en madre de Denise. Con la familia se trasladan al norte, en Milán, Carlo trabaja, pero

pronto se relaciona con delincuentes y llega a convertirse en un "boss" del tráfico de drogas. Cualquier intento de Lea para sacarlo de esa vida es en vano, pero ella no quiere pertenecer a ese mundo, porque entiende que una vida basada en la violencia ya no es vida, por lo que en 2002 decide colaborar con la justicia, y cuenta a la policía lo que ella sabe de ese "clan" de Calabria en Milán que asesina y trafica con drogas ... Para la 'Ndrangheta romper con la familia es una infamia, una vergüenza para el padre, los hermanos, el marido ... una vergüenza que se lava solo con la sangre.

Lea entra en un "Programa de Protección": vive escondida, con escolta y bajo nombre falso. Pasan los años sin resultados. Sus declaraciones están casi olvidadas, por lo que renuncia al programa de protección y regresa a vivir a la intemperie. En la primavera de 2009, el ex-marido trata de matarla, pero falla en el intento. Meses más tarde Carlo trata de reanudar el contacto con ella y la convence para reunirse con él en Milán y discutir "de nuestra amada hija". Ella consiente y parte con la hija Denise. Es el 24 de noviembre de 2009.



La cita es en una calle del centro y una cámara de seguridad casualmente recoge la imagen de las dos mujeres esperando. Con una excusa Carlo envía a su hija a cenar con familiares y Lea se cita con Denise a las 11 de la noche en la estación para coger el tren y volver al sur. Lea nunca llega. Carlo incluso acompaña a denunciar la desaparición de Lea con su hija. Denise vuelve a Calabria con una carga demasiado pesada y una angustia demasiado grande para sus 17 años. Allí conoce a un chico que se convierte en su novio. Poco a poco se abre camino la horrible verdad: no sólo el padre sino también el novio -que en realidad le habían encargado de vigilarla- son detenidos y acusados de haber asesinado a su madre.

Denise escapa al norte y habla con los jueces. Comienza en ese momento un periodo durísimo, entra también ella en un programa de protección. Denise se constituye en parte civil contra el padre al que ya le han retirado la patria potestad. En la primavera de 2012, el proceso termina con la condena a cadena perpetua de los seis acusados. Solo en noviembre del año pasado, en base a las declaraciones hechas en la cárcel por el falso "novio" de Denise, se encuentran en un campo de la provincia de Milán los restos de Lea, que había sido torturada, asesinada y quemada. Trágico, pero al mismo tiempo reconfortante hecho para una hija que podía honrar a su madre dándole un entierro digno.

Denise, a través de sus abogados, ha explicado de este modo su decisión de arriesgarse: "No es fácil constituirse en acción civil contra el propio padre, pero es una opción de libertad interior para recomenzar con la vida. En Italia, la historia de Lea se cuenta en el libro, 'El coraje de decir no'." ●

Radiografía de la mujer trabajadora

Desde que comenzase la crisis en el año 2008, el papel de la mujer ha sido fundamental para salvaguardar la economía doméstica golpeada por la recesión. Hoy presentamos de la mano de la Fundación Adecco cuál es exactamente la situación laboral de las mujeres en España

Con motivo del Día Internacional de la Mujer que se celebra el próximo 8 de marzo, Adecco, empresa líder en gestión de Recursos Humanos, y la Fundación Adecco presentan el VII Informe del Perfil de la Mujer Trabajadora: una radiografía de la situación laboral de las mujeres en España. Desde que comenzase la crisis en el año 2008, el papel de la mujer ha sido fundamental para salvaguardar la economía doméstica golpeada por la recesión. Otro año más, la tasa de actividad femenina continúa su avance hasta alcanzar el 53,39%, mientras que la masculina se contrae hasta el 66,93% ante el desánimo extendido entre los hombres parados de larga duración. Estos datos

>> Por cada 26,3 mujeres que **compatibilizan su jornada a tiempo parcial con la atención a los miembros de su familia**, tan sólo 1 hombre lo hace

demuestran cómo la mujer sigue incorporándose de forma continuada a la búsqueda de empleo.

La principal incorporación de la mujer ha venido por parte de las amas de casa, que han abandonado progresivamente las labores domésticas para buscar un empleo en el mercado laboral. Así si en 2009, ya avanzamos la incorporación de más de 100.000 amas de casa, en 2010, la de 170.000 más, y en 2011, 195.500, en 2012 han sido más de 60.000 las amas de casa que se sumaron a la búsqueda activa de empleo, incorporándose de esta manera al mercado de trabajo. Esto hace un total de más de medio millón de mujeres que han cambiado el trabajo doméstico por el laboral. Cabe destacar que, por primera vez desde que comenzase la crisis, se ha producido un retroceso en la evolución de amas de casa que se incorporan a la búsqueda activa de empleo.

Y aunque la gran mayoría de este colectivo querría trabajar a tiempo completo, la realidad es bien distinta ya que 1.969.400 mujeres están ocupadas a tiempo parcial frente a 629.300 hombres. Según datos del INE, más de un millón de estas mujeres (1.143.000) tienen un contrato a jornada





parcial porque no encuentra otro tipo de contrato, mientras que sólo 142.100 lo hacen porque realmente no quieren un empleo a jornada completa. Brecha que se ha ampliado con respecto a 2011 cuando estas cifras eran de 987.500 mujeres para el primer caso y 181.700, para el segundo. Existe un tercer grupo de mujeres que disfruta de jornada parcial por motivos varios no relacionados con las responsabilidades familiares (compatibilización con estudios, otros motivos, etc.).

Sin embargo, los datos van más allá y reflejan que a pesar de las políticas de igualdad que existen hoy en día, las desigualdades entre sexos en el ámbito familiar y laboral siguen siendo latentes puesto que por cada 26,3 mujeres que compatibilizan su jornada a tiempo parcial con la atención a los miembros de su familia, tan sólo 1 hombre lo hace.

El aumento de la tasa de desempleo femenino se situó en 2012 en el 26,55%, 3,23 puntos porcentuales más que el año anterior. Sin embargo, si analizamos esta tasa de paro entre las mujeres en función de su formación, se aprecia claramente cómo la crisis ha afectado profundamente a aquellas con menor cualificación, poniendo de manifiesto la premisa de que a mayor cualificación, menor tasa de paro.

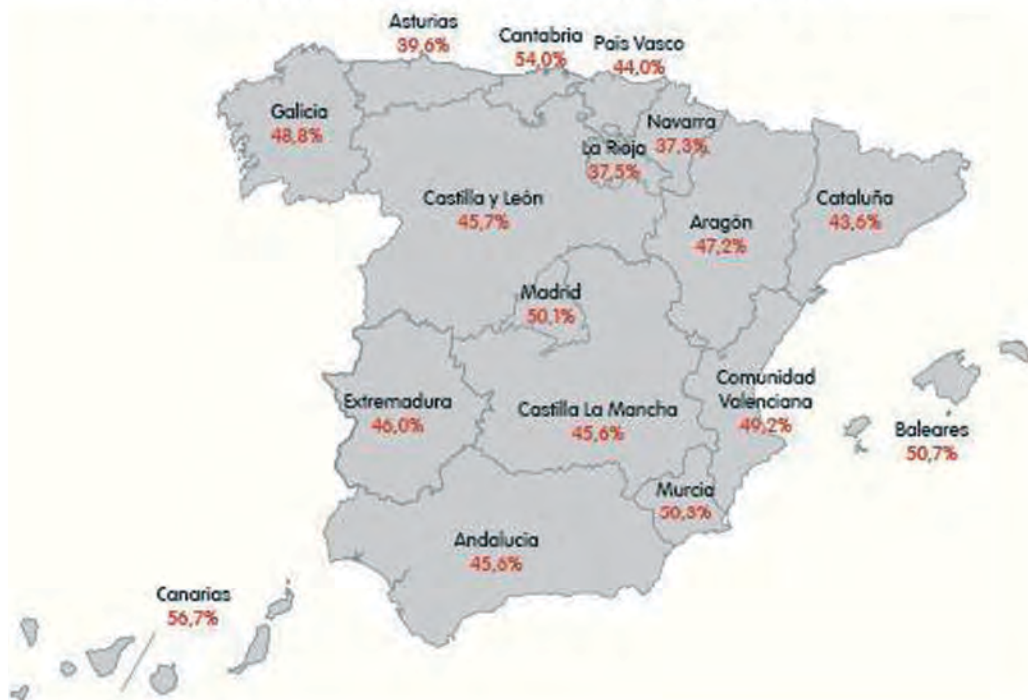
Adecco y su Fundación han contribuido históricamente a la incorporación de la mujer al mercado laboral y 2012 no ha sido una excepción a pesar de la mala situación laboral que sacude al país. La representación de la mujer entre los trabajadores contratados por Adecco es superior a la del mercado laboral (45,52%) ya que un 47,2% de las personas empleadas por la compañía en 2012 han sido mujeres.

A continuación, presentamos la radiografía que analiza el perfil de la mujer trabajadora en España en 2012 que continúa siendo el de una joven española de entre 18 y 30 años, con estudios elementales que desarrolla su carrera profesional en el sector servicios a jornada completa.

El cuidado de la familia, responsabilidad femenina aún.

La delicada situación por la que atraviesa el mercado laboral español ha dado lugar a que durante el año 2012 se destruyeran 990.600 puestos de trabajo a jornada completa, de los cuales el 38,65% correspondieron a mujeres (382.900).

PROPORCIÓN DE MUJERES EN LA CONTRATACIÓN DE CADA CCAA.



Al mismo tiempo, el mercado laboral ha apostado por la contratación a tiempo parcial como una forma de flexibilidad para las empresas y es ahí donde las mujeres cobran un papel prioritario.

Así, de los 140.200 nuevos ocupados a jornada parcial, el 72,32% fueron mujeres, pasando de las 1.868.000 que había en 2011 a las 1.969.400 doce meses después.

>>> De los 140.200 nuevos ocupados a jornada parcial que se han registrado en 2012, el 72,32% fueron mujeres, pasando de las 1.868.000 que había en 2011 a las 1.969.400 doce meses después

optaron por un trabajo a tiempo parcial para poder compatibilizarlo con el cuidado de niños o de adultos enfermos, incapacitados o mayores (279.300) o con otras obligaciones familiares o personales (120.300), frente a tan solo 15.200 hombres que optaron por ello, según los datos del INE. Es decir, por cada 26,3 mujeres que compatibilizan su jornada a tiempo parcial con la atención a los miembros de su familia, tan sólo 1 hombre lo hace.

Por grupos de edad, las mujeres entre los 35 y 44 años son las que más optan por este tipo de contratos (203.800), periodo de tiempo en el que suelen ser madres o tener familiares mayores a su cargo.

Las mujeres sin estudios, más afectadas por el desempleo.

El aumento de la tasa de desempleo femenino se situó en 2012 en el 26,55%, 3,23 puntos porcentuales más que el año anterior. Sin embargo, si analizamos esta tasa de paro entre las mujeres en función de su formación, se aprecia claramente cómo la crisis ha afectado profundamente a aquellas con menor cualificación. Así, llama la atención que mientras que el porcentaje de mujeres en paro sin estudios alcanza ya el 65,16% (frente al 56,16% de doce meses antes), la tasa de paro de aquellas

A la hora de analizar los motivos por los cuales las mujeres optan por este tipo de jornada, encontramos importantes diferencias por sexos que demuestran que son las mujeres mayoritariamente las encargadas del cuidado de niños o de la atención a familiares enfermos, con discapacidad o mayores. De esta forma, en 2012 un total de 399.600 mujeres

con doctorado sea tan sólo del 8,25% (pese al bajo porcentaje, este grupo de mujeres ha duplicado en sólo un año su proporción de desempleadas: en 2011 era de tan sólo el 4,04%).

Igualmente, el segundo grupo de mujeres con mayor tasa de paro es el de aquellas con educación primaria, situada ya en el 38,76% mientras que el de aquellas con educación

avanza por el camino del descenso mientras que la femenina sigue creciendo (o en su defecto manteniéndose) en la mayor parte del país.

Uno de los colectivos que mayoritariamente ha optado por incorporarse al mercado de trabajo desde que España entrase en recesión ha sido el de las amas de casa. Tanto es así, que desde 2008 hasta la actualidad, más de medio

La contratación de las mujeres en España.

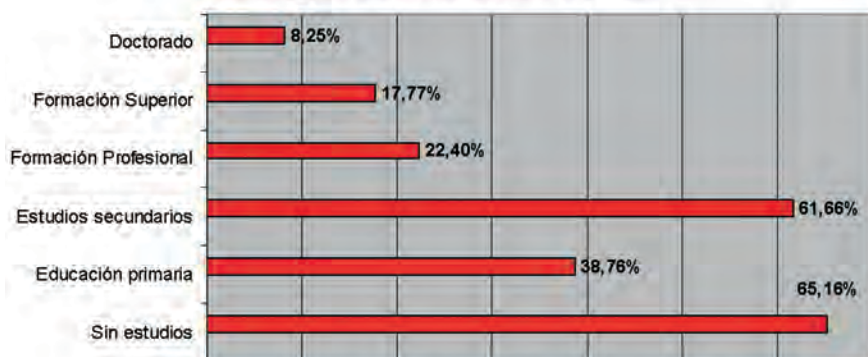
Durante 2012, Adecco y la Fundación Adecco han contratado en España a 62.640 trabajadores, de los cuales un 47,2% han sido mujeres. Las comunidades autónomas con mayor representación femenina entre sus empleados han sido Canarias, Cantabria, Baleares y Murcia, donde las trabajadoras suponen más de la mitad del total de contratados, con un 56,7%, un 54% y un 50,7%, respectivamente.

En el lado contrario, Navarra, La Rioja y Asturias son las autonomías con una menor proporción de mujeres, con una representación del 37,3%, 37,5% y 39,6%. Por comunidades, Madrid, Cataluña y Andalucía han contratado a más de la mitad de las mujeres en el territorio nacional: la primera ha empleado al 19,3%; la segunda al 17,9% y Andalucía ha dado empleo al 13,3% del total.

Distribución de trabajadoras según edad.

Durante el año 2012, la contratación de trabajadoras jóvenes ha continuado su descenso, pasando de un 44,5% en 2011, a un 41,1% el pasado año: un 17,7% no supera los 25 años y otro 23,4% tiene entre 26 y 30 años.

Tasas de paro Mujeres según Formación



Fuente: Adecco y Fundación Adecco en base a los datos del INE

superior se sitúa en el 17,77%. Los datos ponen de manifiesto que a mayor cualificación, menor es la tasa de desempleo.

La tasa de paro de las mujeres con estudios secundarios (primera etapa) alcanza ya el 34,8%, mientras que la de aquellas con estudios secundarios (segunda etapa) se sitúa en el 26,86%. Por último, las mujeres con estudios finalizados de Formación Profesional ostentan una tasa de desempleo del 22,4%.

Por edad.

A la hora de analizar el desempleo de las mujeres en función del grupo de edad al que pertenezcan se comprueba que las más jóvenes son las más afectadas: aquellas entre los 16 y 19 años se sitúan ya en el 75,45% y las de 20 a 24 años en el 50,22% (estas últimas son las que experimentan el mayor incremento en su tasa de paro, del 8,04%). Por el contrario, las mujeres entre los 45 a 54 años tienen una tasa de paro del 22,13% mientras que las de 55 y más años se sitúan en el 17,88%. En una franja intermedia se encuentran aquellas de 25 a 29 años, cuya proporción de desempleo es del 33,68%.

Las amas de casa, de nuevo en activo.

Por quinto año consecutivo, se repite una tendencia que comenzó a dibujarse al comienzo de la crisis: la tasa de actividad masculina

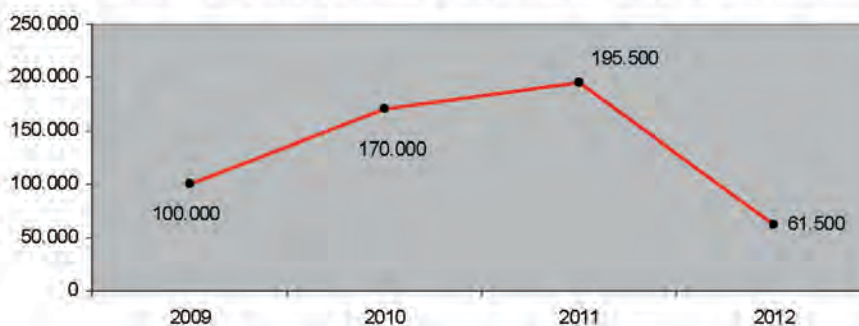
millón de mujeres que tradicionalmente se dedicaban a las labores domésticas se empleó en la búsqueda activa de un trabajo, en total 527.000 de ellas.

Más de 100.000 lo hicieron en 2009, 170.000 en 2010, 195.500 en 2011 y este pasado año se ha producido una nueva oleada de amas de casa que buscan trabajo fuera del hogar: 61.500 mujeres del ámbito doméstico se han incorporado al mercado laboral en 2012. Sin embargo, es la oleada menos fuerte en este sentido desde que comenzase la crisis, por primera vez, se produce un retroceso en la evolución de amas de casa que se incorporan a la búsqueda activa de empleo desde 2008.

Esta caída no es extraña si tenemos en cuenta la escalada del paro juvenil: en el cuarto trimestre de 2012 llegó a alcanzar al 53,8% de las mujeres jóvenes, según los últimos datos del INE. Una cifra que ha aumentado en 7,5 puntos porcentuales con respecto al año anterior, ya que en 2011 se situó en el 46,3%.

Por el contrario, las mujeres de más de 40 años han vuelto a aumentar su peso en el total de contrataciones realizadas por Adecco y la Fundación Adecco. Si en 2010 representaron un 19,8% y en 2011 un 22,1%, en 2012 han alcanzado un 23,8%. Este crecimiento interanual confirma una tendencia que se viene dibujando desde que comenzó la crisis: cada año

Evolución de la incorporación de amas de casa al mercado laboral





crece el número de amas de casa que se incorporan al mercado laboral para ayudar en la economía doméstica, ya sea por aportar un sueldo adicional en casa o porque su cónyuge se encuentra en situación de desempleo. No hay que olvidar que ya son 1.833.700 los hogares que tienen a todos sus miembros en paro, cifra que se ha incrementado un 16,4% con respecto al año pasado y que sigue estimulando la incorporación de las mujeres al mercado laboral.

Por último, las mujeres de edades comprendidas entre 31 y 35 años representan un 19,7%, seguidas de las mujeres de entre 36 y 40 años, que suponen un 15,4% del total de contrataciones realizadas.

Formación y procedencia de las mujeres trabajadoras.

Del total de las mujeres contratadas por Adecco y la Fundación Adecco, un 42,2% posee estudios elementales, frente a un 20,2% con estudios universitarios (11,7% licenciadas y 8,5% diplomadas). Es significativo que la proporción de mujeres con formación universitaria ha aumentado en 4 puntos porcentuales con respecto al año pasado, cuando se situó en un 16,1%. Ello confirma que cada vez son más las mujeres universitarias que acuden a las agencias privadas de colocación en busca de un empleo.

Por otra parte, las empleadas con estudios de Formación Profesional (técnico medio y técnico superior) representan un 18,4% del total de contratadas, mientras que un 19,3% posee estudios secundarios.

Por comunidades autónomas, Galicia es la que mayor proporción de trabajadoras universitarias tiene, con un 31,8%, seguida de Asturias (31%), Extremadura (30,7%) y País Vasco (29,3%). En el otro lado, Cantabria (8,7%) y Canarias (10,3%) son las regiones con menor proporción de mujeres universitarias.

En cuanto a la procedencia de las mujeres trabajadoras contratadas por Adecco y la Fundación Adecco en España, un 89,9% son españolas, frente al 10,1% de extranjeras. La cifra de mujeres inmigrantes ha disminuido 4 puntos porcentuales con respecto a 2011, lo cual no extraña si tenemos en cuenta que el paro inmigrante ha aumentado en un 4,43% en el último año, alcanzando el 36,5%.

Distribución de trabajadoras según sector.

Un año más, el sector servicios sigue despuntando como el mayor generador de empleo femenino, ya que ha contratado a más de la mitad del total de trabajadoras (53,5%). El segundo sector que más emplea a las mujeres en España, según los datos de Adecco y la Fundación Adecco, es la industria, que ha dado trabajo al 25,9% de ellas.

A estas áreas de actividad, les sigue la hostelería con un 12,6% y la agricultura, con un 7,6%. Por último, un residual 0,4% encontró trabajo en la construcción.

Perfiles profesionales.

Dentro de cada sector, destacan algunos perfiles profesionales que son los que han experimentado una mayor contratación durante el año 2012. Dichos perfiles varían en función de la comunidad autónoma.

El sector servicios es el que tiene una mayor pujanza en todo el territorio nacional, siendo Asturias y Baleares las comunidades que presentan una proporción más alta de mujeres contratadas: un 69,5% y un 69,1%, respectivamente. Los perfiles más habituales dentro de esta categoría son el de teleoperadora (12,9%) y auxiliar administrativa (9,3%).

En relación al sector industrial, Cantabria, Navarra, La Rioja y País Vasco destacan como las comunidades que cuentan con una mayor proporción de mujeres. Así, del total de trabajadoras contratadas en Cantabria, un 68,7% encontraron empleo en el sector industrial; un 52,5% lo hizo en Navarra y un 50,5% en La Rioja. Por último, un 49,7% de las trabajadoras del País Vasco encontraron trabajo en el sector industrial. Los perfiles que más se repiten son el de peón (27,3%) y el de manipuladora, que representa un 10,9% de las contrataciones dentro del sector industrial.

Canarias ha vuelto a liderar en 2012 las contrataciones en la hostelería, con un 40%. También destaca Baleares, donde un 19,6% de las mujeres contratadas por Adecco y su Fundación se emplearon en este sector. El perfil más habitual dentro de esta categoría es el de camarera de pisos (13,2%).

Jornada laboral de las mujeres.

Por último, en lo que se refiere a la jornada laboral, el 52% de las mujeres trabaja a tiempo completo frente al 48% que lo hace a tiempo parcial en España. La proporción de mujeres contratadas a tiempo parcial se ha incrementado notablemente con respecto a 2011, cuando representaron un 41,7%.

Si analizamos esta cuestión por comunidades autónomas, Cantabria es la que presenta una mayor proporción de mujeres con jornada completa, con un 71,7%. Por otra parte, la comunidad con mayor porcentaje de contratos parciales es Baleares, con un 77,4%. ●

Ciberseguridad: origen y riesgos

En un mundo tan 'hiperconectado' y con amplia presencia en la red, cada vez son más los ataques cibernéticos sobre nuestros ordenadores, móviles, etc. Este hecho ha provocado que Administraciones y empresas vayan de la mano creando y poniendo en marcha innovadoras herramientas y medidas para cada vez más hacer frente a cualquier 'ciberataque'

La ciberseguridad es el conjunto de herramientas, políticas, conceptos de seguridad, salvaguardas de seguridad, directrices, métodos de gestión de riesgos, acciones, formación, prácticas idóneas, seguros y tecnologías que pueden utilizarse para proteger los activos de la organización y los usuarios en el ciberentorno (en la red o internet). Los activos de la organización y los usuarios son los dispositivos informáticos conectados, los usuarios, los servicios/aplicaciones, los sistemas de comunicaciones, las comunicaciones multimédios, y la totalidad de la información transmitida y/o almacenada en el ciberentorno. La ciberseguridad garantiza que se alcancen y mantengan las propiedades de seguridad de los activos de la organización y los usuarios contra los riesgos de seguridad correspondientes en el ciberentorno.

En la actualidad aún existe una enorme confusión terminológica -con decenas y decenas de términos empleados- y sobre todo conceptual que rodea al concepto CIBER, que incluye todo lo que ocurre en el ciberespacio, palabra que en español significa ámbito artificial creado por medios informáticos. Ciberseguridad sería entonces, la seguridad en el ámbito de los medios informáticos. Lo cierto es que desde mediados de los 90, la ciberseguridad se ha considerado además, un elemento esencial para la protección de la infraestructura crítica. Ya, desde una aproximación intuitiva, podría ser considerada como la seguridad en una "quinta dimensión", una dimensión a veces

virtual y a veces real, un nuevo dominio de la guerra. Como dominios de la guerra, tierra, mar y aire están ampliamente definidos por la geografía y por la amplitud de operaciones; sin embargo, tanto el espacio como del ciberespacio son dominios transversales, de naturaleza global e indiferentes al terreno físico y a las líneas trazadas sobre los mapas. Además son dominios esenciales para las actividades civiles y comerciales y para el éxito de la economía global; y también esenciales para las operaciones militares. La libertad de acción en el ciberespacio es un elemento esencial para la seguridad nacional. Una definición general de ciberseguridad, útil podría ser: "La ausencia de amenazas realizadas por medio de, o dirigidas a, las tecnologías de la comunicación y de la información (ICT) y a sus redes".

En dos décadas Internet ha pasado de ser una curiosidad de moda, a formar parte de nuestras vidas; su rápido crecimiento, como elemento esencial de la globalización, ha dejado un "limbo" legislativo y, dado su diseño militar con ese propósito, difícil de controlar externamente. Lo cierto es que para que la anarquía creativa que supone Internet alcance su máximo potencial, sería necesario establecer algunas reglas básicas que sirvieran de punto de partida para desalentar comportamientos antisociales en la red. En febrero de 2010, podíamos leer en The Washington Post: "Los Estados Unidos están hoy combatiendo una ciber guerra, y estamos perdiendo". Es necesario desarrollar un sistema de alerta temprana

que supervise el ciberespacio, identifique intrusiones y localice las fuentes con evidencias que permitan emprender acciones legales, diplomáticas e incluso militares; rediseñar Internet para que permita un análisis de inteligencia y evaluaciones de impacto. También es necesario un diálogo entre las empresas, la sociedad civil y el Gobierno sobre los retos a los que nos enfrentamos en el ciberespacio, todo ello con un fuerte liderazgo. En mayo de 2010, la Estrategia Nacional de Seguridad de Estados Unidos, primera del presidente Obama, dedica un apartado al ciberespacio (secure cyberspace) en el que se afirma que "las amenazas a la ciberseguridad representan uno de los retos más graves relacionados con la seguridad nacional, la seguridad pública y la economía a los que se enfrenta la nación [...] Nuestra vida diaria depende de la energía y de las redes eléctricas, pero adversarios potenciales podrían usar nuestras ciber-vulnerabilidades para interrumpir el suministro a escala masiva. [...] Las amenazas a las que nos enfrentamos van desde hackers individuales a grupos de delincuencia organizada, desde redes terroristas a avanzados estados-nación" [...] La infraestructura digital es un recurso nacional estratégico y su protección una prioridad de la seguridad nacional. [...] Disuadiremos, prevendremos, detectaremos, nos defenderemos contra y nos recobramos rápidamente de las ciberintrusiones y ataques: Invirtiendo tanto en personal (campaña nacional de concienciación sobre ciberseguridad) como en tecnología para mejorar la protección y aumentar la "resiliencia" de los sistemas y redes gubernamentales y empresariales.

Tal parece que todo recae en las computadoras e internet en nuestros días, por ejemplo en las comunicaciones tenemos el correo electrónico y los teléfonos móviles, en el entretenimiento la televisión digital por cable y la música en formato mp3, en cuanto al transporte tenemos los sistemas de encendido de los automóviles y los sistemas de navegación aéreos y así podríamos continuar citando algunos ejem-

plos. ¿Cae en la cuenta de que gran parte de su vida depende de ordenadores/computadoras? ¿Cuánta información personal es almacenada en su ordenador personal o en algún otro sistema, como su móvil? La Ciberseguridad implica la protección de esa información, previniendo, detectando y respondiendo a los ataques.

UE contra la Ciberseguridad

La estrategia establece un planteamiento común a la UE para asegurar las redes digitales, prevenir la delincuencia en internet y proteger a los consumidores. La delincuencia en internet está aumentando rápidamente. Los virus informáticos, los ataques a redes y la ciberdelincuencia pueden ocasionar pérdidas

hacer compras por internet y un 15% son más reacios a utilizar los servicios de banca por internet.

Con el fin de invertir esta tendencia, la Comisión ha puesto en marcha una estrategia global para defender las redes digitales de la UE y proteger a los consumidores contra la ciberdelincuencia. Un enfoque común contribuiría a hacer las redes críticas más resistentes a los ataques y a reducir drásticamente la delincuencia en internet.

Embarcar a otros países en esta empresa también reforzaría la seguridad en la UE y protegería a los ciudadanos. Los países de la UE podrían cooperar más estrechamente



económicas importantes, erosionar la confianza en los servicios por internet y causar daños importantes a la economía de la UE.

A menos que hagamos un mayor esfuerzo para proteger las redes digitales críticas, la seguridad pública y la seguridad nacional también podrían verse amenazadas. Se trata de un problema mundial que requiere un enfoque común: los delincuentes informáticos pueden atacar desde cualquier lugar.

En torno al 38% de los usuarios europeos de internet han cambiado sus hábitos porque les preocupa la ciberdelincuencia. Según una encuesta reciente, un 18% de los usuarios europeos se muestran menos inclinados a

para promover la ciberseguridad mundial defendiendo la aplicación de la normativa internacional en materia de ciberespacio y ayudando a otros países a reforzar su seguridad informática.

Nuevas medidas.

De acuerdo con esta estrategia, la Comisión propone además que los países de la UE, los proveedores de internet y los sectores empresariales vulnerables tomen medidas para asegurar las redes digitales críticas.

Todos los Gobiernos de la UE podrían responsabilizarse de prevenir y responder a las amenazas a las redes digitales. Todos tendrían que cumplir normas comunes sobre ciberseguri-

dad y aumentar la cooperación en la lucha contra la ciberdelincuencia.

Los prestadores de servicios de comercio electrónico y las empresas de los sectores de la energía, el transporte, la banca y la asistencia sanitaria tendrían que mejorar la seguridad de sus redes. La legislación actual de la UE que impone la obligación de informar sobre los incidentes de seguridad en internet se extendería para abarcar todos los servicios de internet que sean cruciales y las administraciones públicas.

Por ejemplo, de acuerdo con la legislación vigente, los operadores tradicionales de telecomunicaciones deben notificar los incidentes de seguridad, mientras que esa obligación no existe en los servicios de voz sobre IP, "VoIP", o telefonía por internet, como "Skype". Las nuevas medidas permitirían colmar estas lagunas al exigir también la notificación de incidentes en este tipo de servicios.

Phishing, entre los ataques de mayor crecimiento.

El phishing es uno de los ataques informáticos de mayor crecimiento de Internet en este último tiempo. De acuerdo a un informe de Google, en 2012 se han detectado más de 300.000 ataques de phishing en Internet. ESET ha elaborado una infografía informativa que pone a disposición de los usuarios para informarse sobre qué es el phishing y cómo prevenirlo.

El spam o correo basura se redujo a nivel mundial un 8,2% en 2012 por el abandono de los anunciantes, que optaron por otras vías legales para publicitarse, y por los filtros antispam, cuyo nivel de detección alcanza el 98%, según el "Informe de spam del 2012" de la empresa rusa de seguridad informática Kaspersky Lab.

El porcentaje medio de spam respecto al tráfico total de correo fue del 72,1% y permaneció por debajo del 70% en el último trimestre del año.

Los anunciantes optaron por los "banners", servicios de cupones y anuncios en redes sociales y blogs, ya que son "menos molestos y más rentables", ha asegurado la compañía.

En cuanto al origen de este tipo de mensajes, China se situó a la cabeza con un 19,5% de la producción, seguida de EE.UU. con un 15,6%.

Los porcentajes de emisión de spam habían caído en los últimos años debido a la política antispam de China y al desmantelamiento de redes zombi (controladas a distancia y que se

instalan sin consentimiento del usuario) en EE.UU., ha indicado Kaspersky Lab, pero al aglutinar al 30% de usuarios de internet vuelven a ser víctimas potenciales para los ciberdelincuentes.

"Phishing"

Los correos con adjuntos maliciosos bajaron hasta el 3,4% y las mayores detecciones se dieron en EE.UU., Alemania y Reino Unido, respectivamente, con España en el duodécimo puesto.

El "phishing" (suplantar el aspecto de una web para intentar ilícitamente conseguir datos confidenciales del internauta) en 2012 tuvo su principal blanco en las redes sociales, ya que el 24,5% de los casos afectaba a estas herramientas, especialmente a Facebook.

El segundo y tercer objetivo del "phishing" fueron las organizaciones financieras, con un 22,9%, y las tiendas y subastas online con 18,4%. Los tres países que encabezaron la lista de destinatarios de correos con adjuntos maliciosos, EE.UU., Alemania y Reino Unido, son también en los que se encontró mayor cantidad de sitios web phishing.

Smartphone: principal objetivo para los ciberdelincuentes en 2013

Los smartphones serán el principal objetivo de los ciberdelincuentes en este año 2013. En materia de seguridad informática, el 2013 estará signado por el aumento exponencial de códigos maliciosos para dispositivos móviles acompañando el uso cada vez mayor de este tipo de dispositivos por parte de los usuarios.

Además, los especialistas señalan la consolidación de un nuevo paradigma de ataques informáticos basado en la propagación de códigos maliciosos a través de sitios web vulnerados, según las conclusiones del informe "Tendencias 2013: Vertiginoso crecimiento de malware para móviles". Las detecciones únicas de códigos maliciosos para dispositivos móviles se han multiplicado 7 veces durante el 2012 en Argentina, 10 en Chile y 4 en Uruguay, y es de esperar que la tendencia continúe en ascenso.

A su vez, el 40% del malware para smartphones y teléfonos móviles persigue como objetivo principal la suscripción del usuario a servicios de mensajería Premium con costo asociado, siendo éste el primer motivo de ataque a estos dispositivos.

En segundo lugar, entre los principales objetivos de los ciberdelincuentes al atacar equipos móviles, se encuentra el reclutamiento del dispositivo dentro de una red botnet bajo control del cibercriminal (32%). Mientras que en tercer lugar, el 28% de los ataques informáticos a smartphones está vinculado al robo de información.

De acuerdo a la investigación de ESET Latinoamérica, se verifica también la consolidación de un cambio de paradigma en la distribución de códigos maliciosos: de la utilización de medios tradicionales basados en la focalización del ataque hacia la PC del usuario, por medio de correo electrónico o dispositivos removibles, los ciberdelincuentes han virado hacia la explotación de sitios web compro-

metidos como intermediario para infectar a las víctimas.

Es fundamental que los usuarios tomen conciencia del valor de la información que manejan y de las pérdidas económicas en las que pueden redundar estos ataques y utilicen tecnologías de seguridad a la vez que implementan buenas prácticas de seguridad.

¿Somos los españoles 'Ciberseguros'?

Según un informe de GlobalWebIndex, España es el segundo país europeo que más usa Twitter. Este éxito no ha pasado desapercibido para los cibercriminales, que han utilizado esta red social para lanzar sus ataques. De hecho, cada vez es más frecuente leer noticias sobre el hackeo de cuentas en Twitter. Por otra parte, Microsoft ha hecho públicos recientemente los resultados de su informe anual Microsoft Computing Safety Index (MCSI), que revela que más de la mitad de los encuestados (55%), han estado expuestos a diferentes riesgos al navegar por internet. Este dato es notablemente superior en nuestro país donde alcanza al 84% de los encuestados. De hecho, sólo el 16% de los usuarios a nivel global afirma poner en marcha medidas preventivas para proteger sus datos, hecho que se corresponde con la cifra de España (16%). Como novedad, el estudio ha incorporado las conductas de seguridad de los usuarios de dispositivos móviles; según la encuesta, el 33% de los encuestados de nuestro país realiza las actualizaciones de software en su PC, frente al 23% que lo hace en su teléfono móvil.

¿Qué riesgos existen?

Existen muchos riesgos, algunos más serios que otros. Entre estos peligros existen virus que pueden borrar completamente su sistema, algunos otros pueden irrumpir en él y alterar archivos, pueden inclusive utilizar su pc para atacar a otras o causar que alguien malintencionado robe la información de nuestra tarjeta de crédito para realizar compras no autorizadas. Del mismo modo, su móvil también puede ser víctima de un ciberacoso. Es decir, robarle malintencionadamente fotos y archivos. Desafortunadamente, no existe una garantía del 100% de que inclusive tomando las mejores precauciones estas cosas no ocurrirán, pero por suerte cada vez son más las medidas de ciberseguridad que se están implantando para frenar estos ataques, 'terroristas' en algunos casos, del siglo XXI. Si bien, tanto Administraciones públicas como, sobre todo, empresas privadas están cada vez más responsabilizadas en invertir en 'ciberseguridad', un sector que está en los últimos años en pleno auge. ●





Planes Vodafone RED Pro. Todo lo que necesitas para potenciar tu negocio.

1443, Tiendas Vodafone y vodafone.es/empresas

power to you

MÓVIL

Llamadas **ilimitadas**

2 GB para navegar

+ ADSL

+ FIJO

**Móvil
+
ADSL
+
Fijo**

60€/mes

Cuota de línea incluida

Liberar el potencial empresarial de las mujeres afganas

Gracias a la capacidad empresarial una mujer afgana creó una empresa exitosa y ayuda a otras mujeres a seguir su ejemplo

La población de Afganistán ha estado sumergida en un conflicto que ha afectado todos los aspectos de sus vidas cotidianas. Para Khalida Yaqobi, el conflicto ha sido un obstáculo, no un impedimento.

Después de terminar sus estudios de ingeniería en la Balkh University, Yaqobi estudió inglés a escondidas. Eran momentos en que las mujeres que intentaban obtener una instrucción corrían el riesgo de ser ejecutadas por los talibanes.

“Estudiaba inglés en una casa privada, sin textos ni cuadernos, me ponía el burca para ir al curso de inglés”, contó.

En un primer momento, no lograba encontrar un trabajo, pero las cosas comenzaron a mejorar para esta mujer de 35 años madre de dos niños después de la caída del régimen talibán.

En 2003, fue invitada a participar a un curso sobre capacidad empresarial y artesanía para mujeres afganas, que se llevó a cabo en el Centro Internacional de Formación de la OIT en Turín, Italia, financiado con la ayuda del Gobierno italiano.

Era la primera vez que Yaqobi viajaba al exterior. Tenía mucho interés por aprender nuevas calificaciones y estaba emocionada ante la posibilidad de demostrar



que las mujeres afganas están comprometidas a contribuir – codo a codo con los hombres - con el desarrollo sostenible de su país.

“Aprendí qué es una empresa, estrategias de mercadeo y cómo establecer un negocio. El tema más interesante era el mercadeo – cómo encontrar clientes – y eso lo logré muy bien”.

Durante el curso, el Instituto organizó una “Noche Afgana” abierta al público, y 30 participantes fueron puestos a prueba.

Las otras mujeres habían llevado artesanías afganas para vender. Todo lo que Yaqobi tenía era un rollo de henna, una tintura roja tradicional.

“Alquilé dos sillas, y cuando el programa comenzó, los invitados se acercaban a preguntarme: '¿Qué es esto?' Yo les explicaba y les mostraba cómo usaba el henna en mis manos. Después todos quisieron que les dibujara con el henna, incluso los periodistas”.

Yaqobi se sintió muy motivada por lo que aprendió en el curso del CIF-OIT.

Decidió convertirse en una empresaria, a pesar de que muchas personas pensaran que esto era imposible para una mujer en Afganistán.

Un enorme potencial sin explotar
De regreso a su país, Yaqobi estableció el Servicio de desarrollo de empresas Balhh, que se dedica sobre todo a la elaboración de planes de negocios y de presupuestos, al inglés comercial y a las tecnologías de la información. Ella dirige un equipo de 26 empleados, y afirma que su empresa tiene la capacidad de hacerse cargo de proyectos por valor de millones de dólares.

Unas 500 mujeres han sido formadas por su organización, 200 de las cuales han creado su propia empresa.

“Al convertirnos en empresarias no sólo estamos creando empleos para otras mujeres, estamos abandonando nuestras costumbres tradicionales por el siglo 21”, explicó.

Según Hervé Berger, representante de la OIT para Afganistán, el ejemplo de Yaqobi ilustra “lo que una breve formación de calidad, combinada con determinación, puede hacer para mejorar la vida de las personas”.

“Las mujeres afganas representan la mitad del potencial sin explotar de Afganistán. Si se libera sólo una fracción de este potencial, ¡imaginemos cuánto podría mejorar la competitividad del país en relación a sus competidores! El futuro de Afganistán será mucho más brillante si a las mujeres afganas se les ofrece la oportunidad de entrar en el mercado laboral como trabajadoras calificadas”.

Yacobi piensa que miles de mujeres afganas se podrían beneficiar de la formación empresarial y espera que la OIT pueda ayudar a más mujeres jóvenes en el país.

La formación empresarial “permitirá a las mujeres adquirir confianza en su capacidad para construir una vida decente para sí mismas y para sus hijos, como lo hice yo y muchas otras mujeres”, concluyó. ●

Por Nangyalai Attal,
OIT Kabul

>> De regreso a su país, **Yaqobi estableció el Servicio de desarrollo de empresas Balhh**, que se dedica sobre todo a la elaboración de planes de negocios y de presupuestos, al inglés comercial y a las tecnologías de la información”



Foto: Manpreet Romana / AFP 2013 ONU Mujeres

“La innovación constante ha sido la clave del éxito de Tronic”

Mujerempredadora: Dicen los expertos en marketing que para tener éxito hay que innovar o inventar aunque no es fácil. Tronic empezó inventando alarmas para vehículos ¿Cómo se os ocurrió esta idea?

Núria Coll: La idea surgió leyendo revistas extranjeras, dándonos cuenta lo que se demandaba en otros países más avanzados, y observando las necesidades emergentes de nuestro país. Estados Unidos de América fue un referente. Va muchos años adelantado de Europa (antes aún más que ahora) en nuevas tecnologías, en marketing, etc. Al ser un país tan grande y con tantos millones de habitantes, tiene muchas inquietudes y necesidades y una de ellas es la protección de sus habitantes en materia de seguridad, empresas, comercios, industrias, museos, hogares, etc., así que aprendimos de ejemplos como este. Realmente apostamos en este sector puesto que en España no había nada. Se puede decir que fuimos pioneros. Era la época que las puertas de las casas, comercios, etc., siempre estaban abiertas y no pasaba nada, todo el mundo se conocía y no se oía hablar de los robos. De alguna manera vino la época del modelo de coche 600, de las segundas residencias y de los robos. Nos adelantamos a unas previsiones de futuro fabricando alarmas para coche. Empezamos en Barcelona, en el barrio del Poble Nou, y visitando a las tiendas de recambios de coche ofreciendo la alarma para protección del coche. Se fabricaban manualmente y se empezaron a comercializar en serio por toda España, Europa y Centro-América.

ME.: Si crear algo nuevo ya es difícil, aún lo es más cuando se le añade una época de cambios. Los 70 fueron años difíciles para muchos, ¿cómo fueron esos inicios en un contexto tan complicado?

Tronic, empresa pionera en el mercado de la seguridad privada española, es un ejemplo de solidez y crecimiento. Con sus más de 40 años de experiencia se ha convertido en una empresa líder en el sector. Núria Coll, presidenta y co-fundadora junto con su ya fallecido marido Francesc Macià, se aventuró en 1970 a iniciar un negocio que nunca antes se había desarrollado en nuestro país. Ahora, después de casi una vida entregada a este proyecto, pasa el relevo a su hija. Ella en persona nos cuenta las claves de su éxito.

N.C.: La verdad es que los años 70 para nosotros fueron años de trabajo, investigación e inversión constantes. Trabajo duro para sacar adelante un sueño que se hizo realidad.

ME.: En esos tiempos no era habitual ver mujeres emprendedoras en el mundo de los negocios, ¿cómo vivió esa experiencia?

N.C.: Es cierto. En aquella época no habían muchas mujeres que se dedicasen junto con su esposo a emprender negocios, pero a mí nunca me ha dado miedo emprender ni lo que pensarán de ello. No hay motivo para no ser valiente. Así que lo hice y lo hago con mucha ilusión.

ME.: ¿Qué es lo que motiva para apostar tan firmemente en un proyecto como el vuestro?

N.C.: La motivación viene del día a día y de la pasión que te genera ver un producto que has visto nacer y crecer. Cada día es diferente y uno mismo debe animarse y aprender de sus errores. Es como una carrera de obstáculos que debes aprender a saltarlos. ¡Este es el mundo de los negocios!

ME.: Ha pasado el tiempo y no os habéis conformado con el producto inicial. Escogisteis seguir creciendo añadiendo más productos siguiendo la premisa de innovar. ¿Qué productos y servicios integrasteis?

N.C.: La innovación constante ha sido la clave del éxito de TRONIC. Con el tiempo nos dimos cuenta que las necesidades de las personas que tenían en un principio, y que nos dedicamos a satisfacer, iban cambiando. Así que fuimos creciendo con nuevos productos y servicios escuchando a nuestro entorno. Lo que en un inicio era la protección del coche, ahora es la segunda residencia, el apartamento, la casa habitual, su negocio, etc. Otra parcela más a cubrir y allí está TRONIC, al lado del cliente fabricando las alarmas para la protección de sus bienes e inmuebles. Para ello abarcamos productos que van desde sistemas de alarmas de todo tipo, Incendios, CCTV, control de accesos, barreras antihurto y vigilancia.

ME.: Para llevar a cabo toda esta evolución, es clave la adaptación. En estos 40 años la sociedad y la tecnología han cambiado.



Núria Coll, presidenta y co-fundadora de Tronic junto a su hija

¿Las necesidades de ahora a nivel de seguridad son diferentes de las que detectasteis en vuestros inicios?

N.C.: Evidentemente la seguridad ha cambiado mucho tanto en tecnología como en reglamento y en la demanda con necesidades específicas de cada usuario, por ejemplo, hoy por hoy no se concibe una alarma si no está conectada a una central receptora de alarmas.

ME.: ¿En qué se diferencian los sistemas de seguridad de ahora con los de antes?

N.C.: Ahora los sistemas de seguridad son 2.0. Han avanzado de la mano de las nuevas tecnologías

ME.: Ahora hay alarmas “para todo”. ¿Todo el mundo puede permitirse un sistema de seguridad?

N.C.: Sí. La seguridad está para todo y para todos, pero eso sí, a medida de cada persona, familia, empresa, comercio, industria... Bancos, museos, entidades, hogares, sedes de instituciones, escuelas... Y todo al nivel que le preocupe el bienestar de los suyos y el propio, los secuestros, las extorsiones, el espionaje, etc. Los sistemas de seguridad hay que diseñarlos, estudiarlos y crearlos para cada usuario. A diferencia de otras marcas de seguridad, en TRONIC concebimos para cada uno. Es como un traje a medida. No debemos generalizar con

sistemas estándar porque no todos somos iguales ni tenemos las mismas casas, ni negocios, ni necesidades... No es la misma seguridad para un político que para una persona que se dedique a otro tipo de trabajo. Así que hay sistemas para “todo el mundo”.

ME.: Mejor prevenir que curar y, según vosotros, “cuanto antes mejor”. ¿Es así?

N.C.: Exacto. Siempre en seguridad, como en otros ámbitos de la vida, la prevención es muy importante. Ya lo dice el refrán: “más vale prevenir que curar”. Traducido en el ámbito de la seguridad no debemos permitir la entrada ni de un solo pie al posible ladrón o ladrones. Antes de que pueda actuar hay que detectarlo. Esto es lo que se define como un buen sistema de seguridad, transmitiendo las imágenes a nuestra Central Receptora de Alarmas TRONIC quedando grabadas para su posterior reconocimiento a las fuerzas de seguridad. Además, uno de nuestros productos más innovadores permite avisar de la detección de un intruso a 15 metros de casa.

ME.: Cada vez hay más sistemas pero aun así la sociedad se siente más insegura. ¿Por qué?

N.C.: La inseguridad viene dada por el momento de incertidumbre que estamos atravesando todo el mundo. Por este motivo

es hora que las personas vayan pensando cómo protegerse de una forma eficaz sin que ello se vaya toda la economía familiar pero, lo que uno destine en seguridad, sirva para algo. Seguridad sí pero sobretodo a medida de cada uno.

ME.: Después de casi una vida dedicada a Tronic ha decidido dejar el legado a su hija Núria Macià Coll. ¿El futuro es de las mujeres?

N.C.: El futuro debería ser igual para mujeres y hombres pero no nos olvidemos que han sido muchos los años en que las mujeres han sido relegadas a las tareas domésticas, a crear y cuidar de sus hijos. Por suerte estamos en el siglo XXI y las mujeres se han preocupado de prepararse académicamente para poder aspirar a un puesto de trabajo igual o superior al de los hombres y sin descuidar a la familia.

ME.: Con su trayectoria, ¿qué aconsejaría a nuestras lectoras que están pensando en iniciar un negocio o un cambio de rumbo en sus vidas?

N.C.: Mi consejo es que tanto las mujeres como los hombres deben hacer siempre lo que les motive y sueñen con ello, si así lo hacen, el éxito estará asegurado. ●

IsabelGARCÍA

"Identidad digital es trasladar la esencia real de la marca a internet"

Entrevista a Rodrigo Miranda. El director general del ISDI nos habla sobre identidad digital, un concepto poco profesionalizado pero muy expandido en estos tiempos en los que internet juega un papel fundamental, sobre todo para el tejido empresarial

Mujerempredadora: ¿Andalucía es distinta a otras comunidades en temas digitales?

Rodrigo Miranda: Nosotros tenemos una óptica particular. Cuando trabajas con temas digitales y desde el punto de vista de internet las diferencias son menores. Las ganas emprendedoras, ilusiones están igual en todos los sitios, sin diferenciar comunidades. Lo bueno que tiene internet es que iguala y elimina barreras a la hora de emprender.

M.E.: ¿Qué entendemos por Identidad digital?

R.M.: Una identidad digital es trasladar la esencia real de la marca a internet, a lo digital o a cualquier punto de interacción digital con los usuarios. Es fundamental que se mantenga su esencia y coherencia. Esta reflexión es muy importante tenerla en cuenta. Esto que se dice muy rápido luego tiene un impacto muy fuerte, porque te obliga a trabajar en todos los ámbitos. Si aceptamos todo esto como verdad tenemos que ser capaces de llevar toda la compañía a lo digital: desde el punto de vista de Recursos Humanos, comercial, operaciones, ventas, soportes, legal, etc. Cuando estás participando de lleno en un proyecto de identidad digital ya no dependes sólo de los departamento de comunicación o marketing, sino que se tiene que trabajar desde un punto de vista unificado en toda la organización. El tema de la identidad digital también es

como el gimnasio. Hay gente que se apunta y luego no va. Pues pasa mucho con lo típico de que escuchas de gente que dice que tiene un perfil en LinkedIn o Twitter y luego no lo usa.

M.E.: ¿Alguna identidad digital a destacar?

R.M.: Colaboro con un programa deportivo y una identidad digital que hemos estudiado mucho últimamente es la de Fernando Alonso. Este deportista español venía de una problemática de que resultaba no muy simpático para mucha gente y gracias a una estrategia muy bien definida y orientada, centrada en twitter e instagram sobre todo, ha logrado transmitir en estos momentos una cercanía que antes no era capaz de hacer. Es un buen ejemplo de cómo hacer un buen trabajo con una identidad digital.

M.E.: ¿Qué diferencia hay entre identidad digital y reputación online?

R.M.: Para mí existen unas claras diferencias. Identidad es lo que nosotros estamos trabajando proactivamente a favor de la marca, y reputación depende siempre de los demás. La reputación se trata de ir recogiendo ese fruto de la interacción de otros con tu marca a lo largo del tiempo. Reputación para mí es un proceso más laborioso, acumulativo, que depende de la interacción de los demás y sobre todo depende de la opinión de los demás, e incluso todo eso se puede hasta analizar.

M.E.: ¿Qué claves destacaría como fundamentales para gestionar adecuadamente nuestra identidad digital?

R.M.: Para las marcas hablamos siempre de un modelo con tres elementos:

- La escucha: Que es poco español (risas), pero que en tema digital es fundamental. El saber escuchar. Hay sistemas de escuchas, que monitorean, rastrean, capaces de obtener información alrededor de nuestra marca o producto, o de la propia competencia, etc.
- Comité de control: A partir de esa escucha llevamos toda esa información a un comité de control, un comité editorial. Donde se analizará toda la escuchado y tomarán decisiones al respecto.
- Y la conversación, que es lo que siempre se conoce tradicionalmente como el Community Manager, pero que en este caso se trata de una o varias personas (departamento en muchos casos) que tienen ya muy bien definido qué tienen que decir, cómo y cuándo. Sabrá cuáles son las reglas, qué cosas responder y cuáles no, etc. Si las puede responder de forma autónoma, según ya unas reglas establecidas, o bien derivar a un departamento en concreto. Con lo cual vemos que se trata todo de una estructura muy ordenada y, si me apuras, hasta jerarquizada.

M.E.: ¿Por qué no termina de cuajar la figura del Community Manager en muchas empresas?

R.M.: ¿Sabes cuál es el problema?... que bajo una misma etiqueta de Community Manager estamos metiendo muchísimas cosas. Yo siempre digo que el Community Manager no existe. Es imposible que pongamos sobre las espaldas de una sola persona toda la responsabilidad de una gran marca. Me refiero lógicamente a compañías muy relevantes donde a lo mejor el Community Manager tiene que conversar con un millón de clientes. Entonces, que una persona tenga



que hablar bien, canalizar toda la información, tenga conocimiento estadístico para cuantificar conversaciones, que tenga criterio para ser medianamente creativo, que conozca muy bien la organización, que tenga la cabeza fría... como vemos, estamos pidiendo a veces cosas que es imposible que una sola persona pueda tener o hacer. Con lo cual, yo abogo mucho por la profesionalización pero no solo ya del Community Manager, sino por la profesionalización de equipos de Community Manager.

M.E.: ¿Se puede sobrevivir a una crisis importante de reputación online?

Rodrigo Miranda: Por supuesto que sí. Es más, puedo hablar de un caso concreto de reputación online muy llamativo y mediático. Tres meses después del accidente de Spanair recibimos el encargo de tratar el caso para recuperar la credibilidad de la marca digital. Un caso de reputación online tan fuerte en España como este no ha habido muchos. Independientemente de las cosas que sucedieran, pues había temas que no se podían tratar lógicamente, necesitas hacer un trabajo muy consistente, muy de 'hormiga', y sobre todo aportando valor a los usuarios y clientes. Luego, aunque se vincula mucho la identidad digital a las redes sociales, también están muy vinculadas a los buscadores. Es decir, cualquier cosa que hagas en las redes sociales tiene su resultado en los buscadores y eso es muy importante. También tuvimos la "suerte" que poco

tiempo después surgió la crisis volcánica y armamos un magnífico canal de atención al cliente que luego fue muy reconocido tanto por el sector como por los clientes y usuarios. Eso sí, hay que tener en cuenta siempre que cualquier crisis de reputación online no puede resolverse en poco tiempo, es un tema de meses o incluso años para que todo se revierta.

M.E.: ¿Son realmente conscientes las empresas españolas de la importancia de los medios sociales?

R.M.: No. Aún les falta camino por recorrer al respecto. He estado en comités de dirección de empresas relevantes en España donde te dicen que "mi marca no está en las redes sociales" y luego vas y les enseñas un informe donde se puede observar claramente que sin ellos quererlo su empresa o marca sí que está en las redes sociales. Bien viendo mensajes donde les mencionan diciendo que se quieren dar de baja, o que se tiene un problema con algún servicio, etc. Pero verdaderamente lo que intentamos sobre todo para concienciar a las empresas de la importancia de los medios sociales es a través de evangelizar a directivos. La mejor forma de que una marca o empresa entienda lo que tiene que hacer en redes sociales es plantearle el problema al directivo, y trabajando, por ejemplo, en su identidad digital. Si ellos mismo logran entender el valor de su propia identidad digital les será mucho más fácil llevarlo a su propia compañía.

Rodrigo Miranda,
director general
del ISDI

M.E.: ¿Cuenta España con profesionales digitales preparados para las necesidades actuales de las empresas?

R.M.: No. La visión un poco global del ISDI es conseguir crear en España un tejido digital competitivo y eso se logra a través de profesionales. Hace cinco años nos dimos cuenta que buscando grandes profesionales digitales para hacer determinados trabajos no había. Entonces lo que hay que hacer, que hace ISDI, es formarlos con gente de primer nivel.

M.E.: ISDI y Loyola impartirán a partir de abril la segunda edición del 'Programa en Internet Business (PIB) ¿A quién va dirigido este programa y qué podrán encontrar quienes se inscriban en él?

R.M.: Va dirigido a cualquier profesional que quiera utilizar internet como un medio efectivo para desarrollarse profesionalmente y personalmente y para desarrollar su compañía a nivel empresarial. Emprendedores también que quieran llevar su negocio de una manera más rentable y efectiva a internet. En internet hay un montón de oportunidades que simplemente para captarlas hay que estar relativamente preparados. En un programa de este tipo podrán encontrar una visión bastante completa de lo que es verdaderamente internet, y así poder sacarle provecho bien para su marca o empresa. ●

JoséSANTOS

Protagonistas

NOMBRAMIENTOS Y RECONOCIMIENTOS CON NOMBRE DE MUJER

Rosa M^a Martínez

>> La Asociación de Profesionales Autónomas de Andalucía (ADEPA), ha nombrado recientemente a la granadina Rosa M^a Martínez presidenta de esta organización empresarial de ámbito autonómico. Martínez ha desarrollado su carrera profesional en el campo de la consultoría de los recursos humanos y la formación en diferentes empresas de ámbito autonómico y nacional; asimismo ha ostentado distintos cargos en organizaciones sectoriales y de economía social que culminan con este nombramiento.



Cristina García

>> En Sesión Plenaria Extraordinaria celebrada por la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando el pasado lunes 18 de febrero, fue elegida Cristina García Rodero como Académica de Número para la Sección de Nuevas Artes de la Imagen, ocupando la Medalla vacante que poseyera Luis García Berlanga. Su candidatura fue propuesta por los Académicos Manuel Gutiérrez Aragón, Julio López y Alberto Schommer, quien leyó la laudatio el día 4 de febrero.

Rosa Regàs

>> La escritora Rosa Regàs ha ganado el Premio Biblioteca Breve 2013, que convoca la editorial Seix Barral con una dotación de 30.000 euros, con "Música de cámara", en la que narra la historia de un amor truncado entre una mujer de herencia republicana y un joven de clase alta en la posguerra barcelonesa.



Elvira Arzubalde

>> Sudler & Hennessey, agencia multinacional de publicidad especializada en salud perteneciente al grupo WPP, ha nombrado a Elvira Arzubalde nueva Managing Director de la compañía para su filial Española. Con esta incorporación, Sudler & Hennessey pretende consolidar su rol predominante dentro de las agencias especializadas en salud en nuestro país.

Soledad Gallego

>> La Consejería de la Presidencia e Igualdad de la Junta de Andalucía, a través del Instituto Andaluz de la Mujer (IAM), ha dado a conocer el fallo del jurado de los Premios Meridiana 2013, que tienen como finalidad otorgar reconocimiento público a la labor desarrollada por personas, colectivos, entidades e instituciones que hayan contribuido y destacado en la defensa de la igualdad de derechos y oportunidades entre mujeres y hombres.



"Buscaba una habitación que tuviera vistas espectaculares, ducha con hidromasaje y aromaterapia, una decoración muy a nuestro gusto... Quería sorprenderla por nuestro aniversario... y el sorprendido fui yo".

Jaime y Marta.

Recién casados
hace 25 años.



¿LO QUIERE? ¡LO TIENE!

Cada uno de nuestros clientes es como nosotros: diferente. Por eso, hemos creado el programa "Habitaciones a la Carta": 200 razones para convertir su estancia en una experiencia inolvidable. Para que encuentren siempre la habitación que mejor se adapta a sus gustos, a su edad y a su bolsillo. Y con todas las comodidades.

Clásicas, vanguardistas, temáticas, lujosas suites... 200 habitaciones y baños con decoraciones y ambientes distintos. Que crean atmósferas y sensaciones originales y totalmente personalizadas.

Busque lo que busque y sea como sea, bienvenido a un hotel diferente. Donde con sólo decirnos lo que quiere, lo tendrá a su alcance ¡Así de fácil!



Búscanos,
estamos en el centro

HOTEL ★★★★★
**SANTO
DOMINGO**

El hotel del centro de Madrid

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

 /hotelsdmadrid

 @hotelSDmadrid

 HSantoDomingoMadrid



Los líderes en conciliación laboral

La Comunidad Valenciana aparece como líder en el terreno de conciliación laboral, con 8,3 puntos, seguida por Extremadura, con 7,9 puntos, y Murcia, con 7,5. En cambio, las autonomías que menos han avanzado en esta área han sido Baleares, Cantabria y Canarias



La Comunidad Valenciana, Extremadura y Murcia son las autonomías líderes en conciliación laboral, mientras que Baleares, Cantabria y Canarias son las comunidades que menos han avanzado en ese ámbito, según un informe sobre oportunidades y satisfacción en el trabajo elaborado por Adecco.

En ese estudio, la empresa de trabajo temporal concluye que el empleo a tiempo parcial ha ganado terreno en los últimos años, ya que desde 2008 se han perdido 3,7 millones de empleos en jornada completa en el conjunto del Estado y ha crecido en 216.000 el número de ocupados a tiempo parcial.

Según el informe que la empresa de gestión de recursos humanos ha publicado hoy, la Comunidad Valenciana lidera además el número de ocupados a tiempo parcial, ya que en el último trimestre de 2012 un 18 % de los trabajadores tenía contratos de media jornada.

Le siguieron Navarra -con un 16,6 %- y Andalucía -con un 16,4 %- mientras que Madrid fue la autonomía con menor proporción de ocupados a tiempo parcial, con un 12,8 %, seguida de Galicia, con un 13,1 %, y Asturias y Cantabria, con un 13,3 % en ambos casos.

Las comunidades donde los trabajadores presentan una mayor satisfacción laboral son Madrid, con 6,8 puntos, seguida del País Vasco (6,6) y Navarra (6,1), mientras que en el lado opuesto se sitúa Canarias -con 3,7 puntos-, Asturias -4,1-, Murcia -4,7 puntos- y Galicia -4,9-.

Según Adecco, uno de los factores que suelen influir en el nivel de satisfacción de los empleados es su remuneración, más elevada en el País Vasco (1.961 euros), Madrid (1.889 euros) y Cataluña (1.755), y menor en Murcia (1.443 euros), Galicia (1.435), Canarias (1.391) y Extremadura (1.390 euros).

En cuanto al trabajo desde el hogar -ya sea de manera ocasional o más de la mitad de los días- es Aragón la autonomía que encabeza la lista, con un 9,2 % del total de trabajadores con esta modalidad, seguida de Madrid y Extremadura -8,5 %- y Murcia -8,2 %-.

El informe recoge, sin embargo, que Baleares, Navarra y Canarias son las comunidades en las que el trabajo en el hogar beneficia a menos personas con un 3,8 %, un 4,5 % y un 4,7 %, respectivamente.

Adecco también señala que en los últimos doce meses el número de parados de larga duración ha aumentado a nivel nacional 5,3 puntos hasta situarse en el 30 %, y son Andalucía (32,9 %), la Comunidad Valenciana (32,2 %) y Canarias (31,7 %) las autonomías que encabezan ese listado.

Con respecto a la conflictividad laboral -que mide el número de huelgas convocadas, el porcentaje de participantes y el número de asuntos judiciales resueltos- son Asturias (con 2,6 puntos) y Navarra (con 3,4) las que han sido más conflictivas, mientras que en el extremo opuesto se sitúan Baleares, Extremadura y Andalucía. ●

Claves para buscar empleo en el extranjero

Trabajando.com ofrece las claves para estar bien preparado y tener éxito en la búsqueda laboral en el extranjero

El escenario económico actual es complejo para todos, sobre todo para aquellos que buscan empleo. La situación invita a la preocupación, y no es para menos, si se tienen en cuenta las cifras de desempleo del 2012.

Ante esta situación muchos españoles se plantean la posibilidad de ir en busca de nuevas oportunidades en otros lugares, intentando abrirse paso en campos completamente desconocidos, pero que cuentan con unas expectativas mucho mejores que las que ofrece nuestro país. Por eso, en los últimos años, hemos visto que cada vez son más las personas dispuestas a cambiar su residencia por una oferta laboral que les permita desarrollarse profesionalmente. Trabajando.com ofrece las claves para estar bien preparado y tener éxito en la búsqueda laboral en el extranjero.

Perfil y expectativas.

Es importante reconocer las propias aptitudes y determinar qué áreas ofrecen más posibilidades en términos profesionales.

Evalúa tus posibilidades.

Al buscar trabajo es normal que vayamos imaginando como sería el empleo ideal, el que nos satisfaga al cien por cien en cuanto a sueldo, beneficios, horarios, etc. Pero lamentablemente lo perfecto casi nunca existe. No hay que encasillarse, es fundamental ampliar el abanico de posibilidades, aceptar por ejemplo otro tipo de cargos y aprender a valorar la experiencia y el aprendizaje, lo que será primordial en el momento de encontrar un empleo definitivo que realmente se adapte a nuestras necesidades, pero esto claramente requiere tiempo especialmente si se ingresa al mundo laboral fuera de nuestras fronteras.

Trabajar en su currículum.

Un buen currículum dice mucho de la persona, tanto es así que puede marcar la diferencia respecto a otros candidatos. Al preparar el documento tienes que tener presente que será

un reflejo de lo que eres, sabes y de lo preparado que estás para el cargo. Por tanto, será necesario no dejar nada al azar y prepararlo detalladamente, evitando pasar por alto alguno de tus conocimientos y experiencias profesionales.

Planificar la búsqueda laboral.

Si llevas un tiempo prolongado buscando trabajo, es probable que tu ánimo no sea el

lación vigente y las instituciones a las que acudir en cada caso.

Aprovechar todas las alternativas.

Para que la búsqueda de trabajo sea efectiva, se deben utilizar todas las plataformas que existan, desde conocidos que ya hayan emigrado a otros países y hayan obtenido trabajo, a las bolsas de empleo por Internet, que permiten conocer qué tipo de profesionales requiere el país. También los head-hunters son una buena opción para contactar, ya que facilitan la búsqueda de empleo.

Con estas herramientas junto a las cámaras de comercio internacionales, los blogs o las aso-



mismo que al principio, por eso lo más importante es no desanimarse. Para contrarrestar esta sensación hay que organizarse, tener seguridad y mantener la calma, pero ¿cómo hacerlo? Divida su día, estableciendo horarios y metas para planificar cada jornada. Definir una rutina de búsqueda de trabajo, le hará la tarea más simple y por cierto, más eficaz.

Obtener información relevante.

Al afrontar un reto profesional a nivel internacional, son más las variables que hay que tener presentes. Es importante estar atentos a los distintos procedimientos administrativos que son requeridos en cada país, así como la legis-

ciaciones y las redes sociales, podrás construir una importante red de contactos que te ayude a lograr tu objetivo.

Javier Caparrós, director general de Trabajando.com España, afirma que cada vez es más común oír que los españoles dejan su país y buscan nuevas oportunidades en otros lugares, y añade: "La situación en España es bastante difícil por lo que considero muy valientes y animo a todos aquellos que quieren lograr un trabajo y van en su búsqueda, pero no hay que olvidar informarse acerca del mercado en el que se ingresa para tener éxito". ●

“El capital humano, inutilizado”

La base primordial de toda sociedad es su capital humano. Éste constituye su parte esencial, la que da forma y sentido al conjunto. Y este capital humano adquiere especial importancia cuando se habla de él desde un ámbito puramente económico y laboral: son las personas que forman el tejido productivo de un país y, por tanto, su motor de funcionamiento. Es por ello que Adecco, líder en la gestión de los recursos humanos, ha llevado a cabo a través del Monitor Adecco de Oportunidades y Satisfacción en el Empleo1, junto con los investigadores de Barceló y Asociados, un detallado análisis del capital humano en nuestro país.

Capital humano en España

Se entiende por capital humano la cantidad de años de estudios que acumula el conjunto de personas activas de cada comunidad autónoma (incluye tanto a ocupados como a desempleados).

El 22,6% del capital humano en España está inutilizado según el Monitor Adecco de Oportunidades y Satisfacción en el Empleo

Lógicamente, dependiendo de su nivel de formación cada persona habrá acumulado más o menos años de estudio.

En el conjunto de España, cada ocupado ha recibido, de media, 11,8 años de formación. Sin embargo, si ponemos el foco en cada comunidad autónoma son El País Vasco, la Comunidad de Madrid y Navarra las tres autonomías que lideran este terreno, con 12,8, 12,6 y 12,3 años de formación, respectivamente. En el extremo opuesto, hay cuatro autonomías donde la educación recibida se limita, en promedio, a 11,2 años. Se trata de Murcia, Extremadura, Canarias y Castilla-La Mancha. Es decir, que entre los ocupados de unas y otras

autonomías pueden encontrarse, de media, diferencias de hasta poco más de un año y medio en sus años de formación. Tal es la brecha entre la comunidad vasca (donde los ocupados tienen mayor número de años de formación) y la comunidad castellano-manchega (la autonomía en la situación opuesta).

Capital desaprovechado en nuestro país

Del mismo modo que podemos analizar los datos del capital humano disponible en nuestro país, podemos obtener los años de estudio que de media tienen las personas desocupadas, conociendo así una estimación del capital humano desaprovechado que existe en cada autonomía.



Lo primero que se destaca es que en todas las autonomías los parados tienen menos años de estudios que los ocupados. A nivel nacional, los desocupados presentan de media 10,3 años de formación, es decir, un año y medio menos que la media de los ocupados. El País Vasco (11,9 años), seguido de Cantabria (11,4 años) y Asturias (11,3 años), son las tres autonomías en las que los desocupados exhiben una mayor formación. En este sentido, el caso vasco es el más notable pues sus parados tienen más años de formación que los ocupados a nivel nacional, superando también los datos de once autonomías.

Por su parte, los desocupados de Murcia (9,9 años), Extremadura (9,8) y Andalucía (9,8), son los que presentan el menor tiempo de formación. Precisamente, es en la autonomía andaluza donde se encuentra la mayor diferencia entre el tiempo de formación de los parados y de los ocupados, que alcanza 1,6 años. Además, estos datos muestran que la diferencia de años de formación entre los parados de distintas comunidades autónomas llega a un máximo de poco más de dos años. Es por tanto, una brecha más amplia que la que se registra entre los ocupados de diferentes lugares de España.

Conociendo entonces el número de años de formación que tienen de media las personas ocu-

padadas y paradas de cada comunidad autónoma, puede estimarse el capital humano total que dispone cada una de ellas y España en su conjunto. Esta estimación nos dice que el 22,6% del capital humano de España está inutilizado, lo que se corresponde con la formación de quienes desean trabajar y no encuentran dónde. El capital humano desaprovechado es inferior a la tasa de desempleo (25%) porque, como hemos visto, los desocupados tienen un menor nivel de formación que aquellos que disponen de un empleo.

>> Por regiones, es en Andalucía donde se encuentra la mayor cantidad de capital humano sin utilizar (32%), seguida de Canarias (31,3%) y Extremadura (29,9%). En el extremo contrario, en las regiones donde más se aprovecha este capital es en Navarra (sólo el 13,5% está desaprovechado), País Vasco (14,5%) y Cantabria (14,9%)

Por regiones, es en Andalucía donde se encuentra la mayor cantidad de capital humano sin utilizar (32%), seguida de Canarias (31,3%) y Extremadura (29,9%). En el extremo contrario, en las regiones donde más se aprovecha este capital es en Navarra (13,5%), País Vasco (14,5%) y Cantabria (14,9%).

¿Cómo se distribuye el capital humano?

Por último, es interesante conocer cómo se distribuye geográficamente el capital humano en España, lo que equivale a decir la cantidad de años de estudios que acumula el conjunto de

personas activas de cada comunidad autónoma (suma de parados y ocupados). Andalucía es la autonomía con mayor capital humano, acumulando un 16,5% del total. Muy cerca de ella se colocan Cataluña (16%) y Madrid (15,8%). Si a ellas añadimos la Comunidad Valenciana (que dispone del 10,7% del total), tenemos que las cuatro autonomías con mayor capital humano reúnen casi el 60% del total de todo el país.

Hay un segundo conjunto de autonomías que se caracteriza por agrupar cada una de

ellas cerca del 5% del capital humano nacional. Se trata de Galicia (5,7%), Castilla y León (5,2%), País Vasco (4,9%), Canarias (4,6%) y Castilla-La Mancha (4,1%). En conjunto, estas cinco autonomías suman casi una cuarta parte de todo el capital humano español.

Finalmente, las restantes ocho comunidades autónomas –Asturias, Cantabria, Aragón, Navarra, La Rioja, Baleares, Murcia y Extremadura– disponen del 16,5% del total del capital humano del país. ●



Las trabajadoras andaluzas cobran un 31% menos que los hombres

La crisis económica y la reforma laboral están agravando la brecha salarial

La secretaria de la Mujer de CCOO Andalucía, Antonia Martos Jiménez, con motivo del día por la igualdad salarial entre mujeres y hombres, ha denunciado recientemente, un año más, la persistencia de la discriminación salarial que padecen las mujeres en Andalucía, en España y en toda Europa. La sindicalista ha lamentado el hecho de que la crisis económica y la reforma laboral, estén agravando la brecha salarial y ha advertido de que los efectos de esta discriminación hacia las mujeres van más allá de su vida laboral, pues afecta también a las prestaciones que van a percibir en caso de desempleo y, de forma más grave, en caso de jubilación.

Para la secretaria de la Mujer de CCOO de Andalucía, la eliminación de la brecha salarial debe ser uno de los objetivos prioritarios para la consecución de la Igualdad real entre mujeres y hombres. "No se puede consentir - ha afirmado la sindicalista- que las mujeres en Andalucía cobren por su trabajo un 31% menos que los hombres o, lo que es lo mismo, que las mujeres tengan que trabajar 62 días más para percibir el mismo salario que percibe un hombre en un año."

Un dato, el de la brecha salarial en Andalucía, que supera a las que se dan en el conjunto de España, y en la Unión Europea, donde las mujeres cobran un 30% menos de media que los hombres.

Los datos ponen de manifiesto que las personas que trabajan con contrato temporal perciben una retribución anual sensiblemente inferior a las personas que trabajan con contrato indefinido, y que quienes trabajan a tiempo parcial cobran anualmente mucho menos que quienes lo hacen a tiempo completo. Esta última afirmación, aunque no deja de ser lógica,

al suponer menos horas de trabajo anuales, es especialmente preocupante, puesto que la mayor parte de los contratos a tiempo parcial (el 75%) están ocupados por mujeres, que, en la mayor parte de los casos, además, no han encontrado trabajo a jornada completa. A esto, además, debemos añadir que un elevado porcentaje de mujeres (96,3%) trabaja con alguna modalidad de contrato temporal.



Aún así, las mujeres que consiguen trabajar a tiempo completo o con contrato indefinido cobran, anualmente, aproximadamente un 30% menos que los hombres en esas mismas condiciones, al verse su salario afectado por el sector o por la categoría u ocupación profesional que desempeñan.

Para CCOO de Andalucía, la discriminación salarial es la suma de muchas otras discriminaciones, pues la brecha salarial entre sexos se debe a la suma de varios factores, como el tipo de jornada,

tipo de contrato, sector y categoría profesional, los pluses y complementos salariales e incluso el trabajar en una empresa pública o privada. Esto hace que la eliminación de esta discriminación suponga un reto, al hacer necesaria la actuación sobre numerosos aspectos que perjudican al empleo femenino.

Martos ha advertido de que las diferencias de género en la retribución por el trabajo están aumentando en los últimos años, tanto en España como en Andalucía, evidenciando que la crisis está contribuyendo a aumentar las diferencias salariales entre hombres y mujeres. La última Encuesta de Estructura Salarial revela que en Andalucía la diferencia salarial entre sexos creció desde un 27'8% en 2008 hasta el 30'9% en 2010.

La necesidad de actuar en este sentido es aún mayor si tenemos en cuenta que esta discriminación se mantiene durante toda la vida de las mujeres, incluso cuando se encuentran desempleadas o tras la jubilación, pues el tener un menor salario provoca que les correspondan menores prestaciones por desempleo y, sobre todo, por jubilación. Los datos revelan que las prestaciones por desempleo que perciben las mujeres son, de media, un 18% inferior a las de los hombres mientras que en la prestación por jubilación la diferencia es de un 40% menos para las mujeres que han trabajado en el Régimen General. Pero esta diferencia aumenta hasta el 68% en otros regímenes. Es decir, que las discriminaciones que las mujeres padecen en el mercado de trabajo las lleva a una mayor desprotección social en épocas de especial fragilidad.

Por esto, para CCOO de Andalucía es necesario seguir actuando, sobretodo, a través de la Negociación Colectiva y de los Planes de Igualdad, y seguir concienciando a la sociedad, a las empresas y a las administraciones, pues sólo con el trabajo conjunto de todas ellas, será posible la erradicación de las discriminaciones de género. ●

Programa en Internet Business



IMPARTIDO POR LOS MEJORES PROFESIONALES DEL ENTORNO DIGITAL EN ESPAÑA

Las personas mejor capacitadas para enseñar cómo funciona el negocio en Internet de una manera práctica son aquellos que saben aplicar la teoría a la práctica del día a día empresarial.

PROGRAMA INTEGRAL SOBRE EL ENTORNO DIGITAL

A diferencia de los másteres tradicionales, en este programa se aborda Internet como un ecosistema: estrategia, marketing digital, web 2.0, comercio electrónico, métricas, buscadores, plan de medios, redes sociales, modelo de negocio, digitalización de empresas y retorno de la inversión.

ENFOQUE PRÁCTICO Y EXPERIMENTAL SOBRE EMPRESAS REALES

El PIB contempla la realización de una simulación real que se desarrolla de forma paralela a las sesiones, consistente en la realización de un proyecto práctico de digitalización de una empresa real.

CREA Y TRANSFORMA PROFESIONALES

Muchos alumnos han descubierto una nueva vida laboral como emprendedores o accediendo a nuevas profesiones digitales.

Sevilla

del 8 de abril al 24 de junio 2013

Más información y admisión

Loyola Leadership School es la Escuela de
Postgrado de la **Universidad Loyola Andalucía**

Carlos Villarrubia - cvillarrubia@loyolals.es
+34 955 641 600
www.loyolals.es



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



anaPÉREZluna

Secretaria de la Mujer de UGT-A

Recordando a Dulce del Moral

ELas mujeres pagan las proezas con su olvido, cosa que los hombres hacen con su gloria, así nos lo enseñan los libros de Historia, de Literatura, de Arte, desde los textos infantiles a los ensayos para “cultos”; poca gala hacen unos y otros a la proporcionalidad numérica que guarda ambos sexos en nuestro ecosistema. Y es que me sigue sorprendiendo, a pesar de la constante evidencia que muestra todo nuestro entorno, que a las mujeres nos cueste tanto lo que al sexo masculino tan poco, dentro del mismo escenario de venta.

Esta peculiaridad que sobrelleva el sexo femenino es común en todas las esferas de la vida cotidiana y no tan cotidiana. Pareciéndome preocupante como mujer, y como representante sindical, lo angosto que resulta el mercado de trabajo para las mujeres; soy consciente, también como mujer, y como mujer lectora, ciudadana, feminista y también sindicalista, de la dificultad de salir del anonimato cuando se es protagonista del destino propio y del curso del que pueda tomar el de los demás.

Es en esto último donde hoy me quiero detener. Mujeres protagonistas de la Historia a pesar de la falta de títulos en mayúscula y enunciados en negrita. Creo fundamental visibilizar a las mujeres que nos han dedicado su vida a través de su obra en la sociedad. Y en particular, me quiero centrar en la figura de Dulce del Moral, una mujer cuyo nombre aparecía de forma recurrente en los años que llevo militando en el sindicato UGT.

Cada vez que echábamos mano a la Historia del sindicato para reencontrarnos con nuestros principios, los compañeros, las compañeras, atisbábamos un

nombre, Dulce del Moral, una mujer de bandera, de altos ideales, una mujer muchas veces dirigente, y una mujer, como tantas otras, en peligro de extinción en la memoria de los presentes y condenada al olvido en el recuerdo del mañana.

La dictadura no quitó ojos de encima a Dulce del Moral, quien compaginó clandestinidad política con un socialismo comunitario activo entre las personas de su entorno, como lo hizo tanta gente y con el poco espacio que dejaba la represión. La dictadura no pudo con esta mujer de armas tomar, mujer de partido y sindicalista pragmática, que siguió proyectando todas sus fuerzas, que siempre le quedaron, en nuestra Transición hacia la Democracia.



Sirva de ejemplo su vida en los duros tiempos de hoy, que sin ser peores que los que a Dulce del Moral, así como a nuestros padres, madres, abuelas y abuelos les tocó vivir, sí están poniendo en grave riesgo de eliminación cuántos derechos, libertades y avances ha costado a este país ofrecer a la ciudadanía, en estos treinta y siete años de Democracia.

“La dictadura no pudo con esta mujer de armas tomar, mujer de partido y sindicalista pragmática”

Recordar y poner en valor ideales por los que muchos y muchas murieron, vivieron en el exilio, o fueron duramente reprimidos y reprimidas. Poner en valor la vida de una mujer, Dulce del Moral, que sólo generó energía, desde una fugaz República, durante toda una larga Dictadura, e inagotable en la Transición Democrática. ●

Teatro Maestranza Esplendor de la lírica

Óperas: Sárka y Cavalleria Rusticana Recitales de Ainocha Arteta y María Bayo



“Fue una lástima que primero escribiera Cavalleria. Fui coronado antes de ser rey”
(P. Mascagni)

La lírica goza de una excelente salud. Ésa podría ser la conclusión a la vista de la entusiasta acogida a sendos recitales ofrecidos por Ainocha Arteta y María Bayo, sopranos de prestigio internacional, a los que siguieron las representaciones de las óperas Sárka, de Leoš Janáček (estreno en España) y Cavalleria rusticana, paradigma del verismo, que tiene su precedente en Bizet, cuyas huellas también siguiera Tomás Bretón y que supuso un hito, no superado por Mascagni en posteriores creaciones. En esta producción del Teatro La Fenice, con dirección escénica del cineasta Ermann Olmi, hay que destacar la presencia de la gran mezzo Dolora Zajick, de timbre transparente y poderoso; Alexandra Rivas, Viorica Cortez, José Ferrero, así como del excelente barítono Mark S.Doss, que había actuado previamente en Sárka.

Situada en los antípodas de Mascagni, la música de Janáček, esencialmente dramática, sugiere un panteísmo que reposa en el sen-



timiento humano, utilizando un lenguaje que mira más allá de su época, especialmente en lo que se refiere a su concepción de la disonancia armónica, lo que explicaría los recelos del gran público (incluso para los amantes de Janáček esta ópera constituye una rareza) capaz de admirar esta Sárka 'reestrenada' gracias a una puesta en escena en la que amor y venganza confluyen sin perder de vista su carácter heroico, todo ello servido por un excelente elenco vocal: Christina Carvin, Roman Sadnik, José Manuel Montero y el antes citado Mark S.Doss, con mención destacadísima para el Coro del Maestranza, diri-

gido por Íñigo Sampil, que al margen de las complicaciones inherentes a una doble representación operística, con estilos dispares, hubo de superar en Janáček las dificultades derivadas de las endiabladas peculiaridades fonéticas del idioma checo.

Recitales de Ainocha Arteta y María Bayo

El aficionado sevillano ha tenido la inmensa fortuna de poder escuchar, dentro de un breve espacio de tiempo, a dos grandes figuras del panorama lírico internacional, de temperamento y estilo diferentes, pero cuyas trayectorias profesionales exhiben un repertorio amplísimo, con especial dedicación a la ópera, a la zarzuela, también a la música española, así como numerosas grabaciones y un sinfín de galardones. De sus recientes actuaciones en el Maestranza, destacaríamos, en el

Cavalleria Rusticana (izquierda) Sárka (abajo)

caso de Ainocha Arteta, las Baladas italianas de Albéniz, las Siete canciones populares de Falla y los Cantares de Turina, todo un deleite. En cuanto María Bayo, corroboró el gran momento en el que se encuentra, asombrándonos con su gran técnica vocal y sus reconocidas cualidades teatra-

les y expresivas que le permiten transportarnos desde las dulces melodías de Bizet a las pintorescas y rítmicas de Guastavino o Lecuona, pasando por nuestra zarzuela, tan necesitada de voces que la reivindiquen. Y, desde luego, sería imperdonable pasar por alto la felicísima 'coincidencia', en ambas cantantes, de la soberbia colaboración de sus respectivos pianistas, Roger Vignoles y Rubén Fernández Aguirre, 'mal llamados acompañantes', en palabras del añorado Miguel Zanetti, toda una autoridad en el tema. ●

Miguel FERNÁNDEZ de los Ronderos

Los primeros años de Pablo Picasso

Museo Picasso Málaga. Hasta el 9 de junio se puede visitar en la pinacoteca malagueña la exposición 'Picasso de Málaga. Obra de la primera época', una muestra sobre las primeras obras de aquel niño prodigio que acabó siendo Pablo Picasso

Los primeros años del artista malagueño, su ambiente familiar, la atmósfera cultural y el entorno de la ciudad en la que Pablo Picasso nació el 25 de octubre de 1881 están omnipresentes en la exposición que desde el pasado mes de febrero y hasta el próximo mes de junio se puede visitar en el Museo Picasso Málaga. Bajo el título 'Picasso de Málaga. Obra de la primera época', es la primera de las tres exposiciones que se organizarán en este 2013 con motivo del décimo aniversario de la pinacoteca malagueña y que exploran la relevancia de la esfera íntima del artista en su larga trayectoria. La muestra está conformada por 53 obras del artista y 35 piezas de otros autores

como José Denis Belgrano, Antonio Muñoz Degraín, Joaquín Matínez de la Vega o de su propio padre, José Ruiz Blasco. La exposición contextualiza asimismo este destacado conjunto de obras de la infancia y juventud del artista con fotografías, mapas cartográficos, objetos y otro material documental. También se exponen algunos trabajos que Picasso realizó en su madurez, que harán reflexionar al visitante sobre la huella que Málaga y sus gentes dejaron en su memoria.

De sus primeros años se incluyen pinturas como 'El viejo pescador' (1895), que realizó Picasso cuando aún no contaba los 14 años, 'Retrato de la tía Pepa' (1896); 'Pareja en un patio andaluz' (1899) o 'Marina con casas' (1896). Retratos de sus allegados, estudios de aprendizaje, escenas taurinas, paisajes, bodegones y copias de otras obras dan constancia de estos años, en los que el niño plasma en sus primeras pinturas su entorno más cercano y el paisaje que lo rodea al gusto que marcaba la estética del momento en la ciudad.

En 1891 la familia Ruiz-Picasso abandonó Málaga, ciudad a la que tan solo volverían a pasar breves periodos de tiempo. La última vez que Pablo Picasso la visitó fue en 1901 acompañado de su amigo Carles Casagemas. A sus veinte años, su pincelada se alejaba progresivamente del academicismo inicial para ganar en una libertad que lo conduciría a convertirse en el gran artista del siglo XX.

Comisariada por Rafael Inglada, la exposición está organizada en colaboración con el Museo Picasso de Barcelona y cuenta además con las aportaciones de coleccionistas privados malagueños, del Museo del Prado, la Biblioteca Nacional de España, la Fundación Picasso Museo Casa Natal, el Museo de Málaga y varias instituciones museísticas internacionales.



Cenachero, croquis y caricaturas

Barcelona, 1899
Tinta sepia a pluma sobre papel
20,5 x 12,9 cm
Museu Picasso, Barcelona.
Donación Pablo Picasso, 1970
© Centre de Coneixement i Recerca.
Museu Picasso, Barcelona. Gasull
Fotografia.
© Sucesión Pablo Picasso. VEGAP,
Madrid, 2013.

La celebración de la exposición se acompaña de un conjunto de actividades paralelas, como el seminario 'Málaga a finales del siglo XIX', charlas, talleres, visitas para distintos colectivos sociales, actos para la comunidad escolar, etc. El objetivo de este programa es acercar al arte de Picasso al mayor y más variado público. ●



Bailarina

1901
Carboncillo y pastel sobre papel
35,7 x 20,7 cm
Colección Kröller-Müller Museum,
Otterlo
© Stichting Kröller-Müller Museum
© Sucesión Pablo Picasso.
VEGAP, Madrid, 2013.

Agenda para el mes de marzo

04 Elecciones Presidenciales en Kenia

04-05 Educ@emplea 2013 - Alicante
12ª edición del "Salón del Empleo y la Formación".

05-07 Sports Unlimited - Feria Valencia



06 Foro de Empleo FiBEST 2013 - Valladolid

06-08 Forinvest 2013 - Valencia
6ª edición del "Foro-Exposición Internacional de Productos y Servicios Financieros, Inversiones, Seguros y Soluciones Tecnológicas para el Sector".



06-08 Food Safety Conference 2013 - Barcelona
Foro, organizado por el Consumer Goods Forum (CGF), que proporciona una plataforma global única para el intercambio de conocimientos e iniciativas.

07 Reunión mensual del BCE
07-09 Congreso Nacional de Formación Continua 2013 - Sevilla

07-09 Feria Internacional de Franquicias
World Trade Center México



08 Día Internacional de la Mujer
El tema de 2013 es: "Una promesa es una promesa: momento de pasar a la acción para acabar con la violencia contra las mujeres". ONU Mujeres lanzará un homenaje musical a las mujeres de todo el mundo, la canción "One Woman", con la participación de 20 artistas de diferentes nacionalidades.

08-10 FIRAUTO Alicante
09-11 Modacalzado & Iberpiel -



Madrid IFEMA

12-16 Maquitech 2013 - Barcelona

13-14 Expo e-Learning Madrid 2013 - Madrid IFEMA
Expo e-Learning es un evento internacional especializado en e-learning que se ha consolidado como la mayor feria comercial que se realiza en España dedicada a la formación on-line.

13-14 eShow Barcelona 2013
Las últimas novedades

en negocios online, comercio electrónico, marketing digital y cloud computing.

13-14 Feria Internacional de Recruitment - Madrid
Conoce y selecciona a trabajadores españoles altamente cualificados.

14 Lanzamiento del Samsung Galaxy S4

16-17 World Wine Reference 2013 - Málaga
Evento bianual que pretende ser un referente del vino en el mundo, uno de los más importantes en el sector vinícola.

18-20 CleanTech Forum San Francisco 2013
Foro sobre el uso de tecnologías limpias, donde se pondrán en contacto empresas en innovación de tecnologías limpias, para acelerar su implantación.

21 Día Mundial de la Poesía (UNESCO)

22 Día Mundial del Agua



2013 es el Año Internacional de la Cooperación en la Esfera del Agua

22-24 Biocultura Valencia 2013
"Feria de las Alternativas y el Consumo Responsable". La feria más importante y representativa de la cultura medioambiental y las alternativas de vida. ●



ESTA NOCHE DIME QUE ME QUIERES
Federico Moccia
Booket
379 páginas

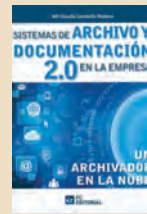
Federico Moccia ha trabajado como escenógrafo de cine y guionista de TV. Es autor del libro Perdon si te llamo amor. "Cada vez que conoces a alguien tu vida cambia y, tanto si te gusta como si no, nosotros nos hemos encontrado, yo he entrado en tu vida y tú en la mía".

MANUAL DE PRIMEROS AUXILIOS EN EL TRABAJO
Bárbara García Gogénola
FC Editorial
232 páginas



El conjunto de actuaciones que permiten la atención inmediata de un accidentado hasta que llega la asistencia medica profesional, a fin de que no empeoren las lesiones sufridas.

RECOMENDADOS



SISTEMAS DE ARCHIVO Y DOCUMENTACIÓN 2.0 EN LA EMPRESA UN ARCHIVADOR EN LA NUBE
M^a Claudia Londoño Mateus
FC Editorial
255 páginas

Este libro, tienen una estructura sencilla y tres partes muy definidas: ¿Cuál es el verdadero valor de la información? ¿Por qué procesar y conservar la información de la entidad? ¿Cuál debe conservarse? ¿Cómo conservarla y dónde?

TRABAJO EN EQUIPO CONSIGUE EN TU EMPRESA UN EQUIPO GANADOR
Elisa del Pino Jiménez
FC Editorial
108 páginas



Este libro pretende abordar los aspectos teóricos, prácticos, objetivos, subjetivos e incluso surrealistas con los que se encuentran las personas que forman parte de los equipos de trabajo.

FINANZAS APLICADAS AL MARKETING
Daniel Ruiz Palomo
Pirámide
263 páginas



Un texto fácil de leer que introduce a los profesionales del marketing en los conceptos financieros más comunes.



HISTORIA DE LA EMPRESA
Victoriano Martín Martín
Pirámide
215 páginas

Este manual presenta una síntesis del papel y la evolución de la empresa y el empresario a lo largo de la historia económica.

DIRECCIÓN Y SENSIBILIDAD
Juan Luis Urcola Tellería y Nerea Urcola Martiarena
ESIC
262 páginas



Ofrece unas pautas para vivir y trabajar de una forma más plena y satisfactoria, pautas que pretenden ayudar a pensar, sentir y actuar proactivamente. Un libro de razones y emociones para aprender a vivir y a dirigir personas con pasión, vocación y sentido común.



CÓMO ELABORAR EL MANUAL AMBIENTAL DE LA EMPRESA SEGÚN LA NORMA ISO 14001:2004
Miguel Ferrando Sánchez y Javier Granero Castro
FC Editorial - 199 páginas

Una de las mejores herramientas preventivas de las que disponemos en las organizaciones para gestionar las relaciones con nuestro medio ambiente garantizando el cumplimiento de los requisitos legales.

GESTIÓN DE CALIDAD TOTAL EN EL RETAIL CON LA IMPLICACIÓN DE PERSONAS Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE Y LA SOCIEDAD
Joaquim Deulofeu Aymar
Pirámide - 172 páginas



El comercio detallista se enfrenta a grandes cambios, se necesita un modelo de gestión eficaz para hacer competitiva a las pymes y tratar de enfocarlas hacia el cliente y la sociedad.

ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA CÓMO REALIZAR NEGOCIOS INTERNACIONALES
Gloria García
Pirámide
239 páginas



Análisis de las estrategias específicas de cada uno de los negocios internacionales que forman la internacionalización de la empresa.

Clio 4.0

Renault. La cuarta generación se presenta con una excelente relación estabilidad y confort



La cuarta generación del Clio destaca por tener una excelente relación entre estabilidad y confort. Respecto al modelo que reemplaza, tiene una dirección con mejor tacto y precisión, un cambio de marchas que mantiene los largos recorridos entre velocidades. De esta generación del Clio no habrá variante de tres puertas. Renault considera que el diseño de la de cinco, con el tirador de la puerta trasera camuflado en la pieza negra junto a la ventanilla, cubre ambos gustos. Sí habrá una versión con carrocería familiar llamada "Grand Tour".

el motor de gasolina de 90 CV. En el resto de los casos, la caja de cambios es manual de cinco relaciones.

En 2013 también llegará la variante deportiva llamada "Renault Sport". Esta versión pierde el motor atmosférico característico de los Clio RS a cambio del sobrealimentado de 1,6 litros que usa Nissan en el Juke, con 200 CV. Renault

"Expression" y "Dynamique" (de menos a más completo). En todos ellos son de serie, entre otros,

los siguientes elementos: cuatro airbags, control de estabilidad, asistente de arranque en pendiente, tres asientos con anclajes ISOFIX y la regulación en altura del asiento del conductor.

El nivel básico "Authentique" sólo se puede escoger en combinación con los motores de menor potencia (gasolina 1.2 litros de 75 CV y Diesel 1.5 litros de 75 CV) y no permite instalar algunos de los elementos opcionales disponibles para el resto de niveles como los sensores para el encendido automático de las luces y los limpiaparabrisas, los elevavallas eléctricos traseros, el climatizador automático, el navegador o el volante forrado en cuero. El nivel "Expression" se puede combinar con todos los motores y el nivel "Dynamique" únicamente con el de gasolina y el Diesel más potente. Hay dos sistemas multimedia con navegador y pantalla táctil en color disponibles: "Media Nav" (navegador de origen Nav'N'Go) y "R-Link" (navegador de origen Tom Tom). Son novedades en el Clio la posibilidad de instalar una cámara trasera (vinculada al sistema "R-Link") y un techo panorámico de cristal.



La gama de motores está compuesta por dos de gasolina -73 y 90 CV- y dos Diesel -75 y 90 CV-. Durante este año llegará un motor de gasolina de 120 CV que irá asociado a una caja de cambios automática de doble embrague "EDC". Esta caja, también podrá combinarse con

también está trabajando en una versión híbrida.

Precio y equipamiento. Está a la venta desde 11.950 euros, con el motor de gasolina de 75 CV. Hay tres niveles de equipamiento llamados "Authentique",

- A la venta desde 11.950 euros.
- La gama de motores está compuesta por dos de gasolina y dos de diesel.
- Hay tres niveles de equipamiento llamados "Authentique", "Expression" y "Dynamique". ●

PICASSO

DE MÁLAGA

© Málaga. Diputación. Biblioteca Cánovas del Castillo. Legado Temboursy MA-BBC (TEM)

Obra de la primera época

25.02 - 09.06.2013

www.museopicassomalaga.org

museo**PICASSO**málaga

Las mejores escapadas culturales de Europa

Seis escapadas culturales que no puedes perderte en los próximos meses

Con el anuncio de la primavera, proliferan las iniciativas culturales en Europa. Rumbo, la agencia de viajes on-line líder en ventas según IATA, ha seleccionado seis escapadas culturales que no puedes perderte en los próximos meses, con vuelos, alojamiento y tasas incluidas desde 218 euros. En el fondo, se trata de seis pretextos ideales para recorrer algunas de las ciudades europeas más atractivas del momento.

1. En París, el Musée d'Orsay hace un recorrido por el romanticismo negro europeo. La exposición temporal, que permanecerá abierta hasta el 9 de junio, reúne cuadros y litografías de Goya, creaciones de Füssli, Max Ernst y películas expresionistas de los años 1920. En total, el museo parisino muestra una selección de 200 obras que incluyen pintura, artes gráficas, escultura y grandes obras del cine.



Musée d'Orsay, París

2. Cracovia, capital polaca de la cultura, celebra el festival Misteria Paschalia, uno de los encuentros musicales más importantes de Europa. Los grupos y solistas más destacados de la música histórica se dan cita en este festival, que coincide en el tiempo –y no es mera casualidad– con la celebración de la Semana Santa y la Pascua. La diversidad y calidad de sus celebraciones culturales han hecho de Cracovia una ciudad indispensable en el panorama cultural europeo, que se complementa con una gran riqueza arquitectónica.



Festival Misteria Paschal, Cracovia

3. Estambul celebra a partir del 30 de marzo el Festival Internacional de Cine, que este año celebra su 32ª edición. Este encuentro, dirigido a impulsar el desarrollo del sector cinematográfico en Turquía, ha recibido en los últimos años la visita y apoyo de grandes cineastas, productores y artistas de la talla de Claudia Cardinale, Catherine Deneuve, John Malkovich, Sophia Loren, Bernardo Bertolucci, el español Carlos Saura, Theo Angelopoulos, Yusuf Sahin, Elia Kazan o Marco Bellocchio.



Cádiz



Cartel de la 32ª edición del Festival Internacional de Cine que se celebrará en Estambul a partir del 30 de marzo

4. La exposición de Alphonse Mucha en Praga (del 1/abril al 31/julio). Esta singular exposición, que se muestra en el Museo Municipal (Municipal House) reúne una colección de 122 piezas que el tenista checo Ivan Lendl ha reunido a lo largo de más de treinta años. Su habilidad con los pinceles convirtió a Mucha en un artista prolífico en pinturas, pósters, avisos e ilustraciones así como diseños de joyería, alfombras y decorados teatrales (litografías) de estilo Art Nouveau. Tras vivir en Estados Unidos hasta 1910, Mucha se estableció en Praga, donde decoró el Teatro de Bellas Artes y otros lugares significativos de la ciudad.



Praga



Budapest

5. Budapest 100, a mediados de abril, es uno de los acontecimientos más curiosos del continente. Celebra la llegada al centenario de determinados edificios de la ciudad, un momento en el que se abren las puertas de casas, museos, escuelas y oficinas que durante el resto del año permanecen cerrados al público para que los más curiosos conozcan sus entrañas, recorran sus pasillos y salones e incluso tomen una taza de té como si de vecinos se tratara. Eso sí, vecinos de hace un siglo. El Centro Húngaro de Arquitectura Contemporánea patrocina este evento y ofrece guías gratuitos en cada distrito.



Viena

6. Más de 40 producciones de 36 países diferentes protagonizarán este año el Wiener Festwochen (Festival de Viena), entre mayo y junio. Producciones teatrales, conciertos y recitales tomarán las calles de la capital austriaca durante prácticamente un mes. Se trata de un festival que es el orgullo de los austriacos por varios motivos: la calidad de las representaciones (algunas de ellas gratuitas), su amplia trayectoria (nació en 1951) y su simbolismo como muestra de la capacidad artística y de creatividad de Europa tras el desastre de la 2ª Guerra Mundial. En definitiva, se trata de un paseo por el arte, la experimentación y el talento en una metrópoli cultural indiscutible. ●

*con permiso***manuelBELLIDO**

bellido@mujeremprendedora.net

<http://manuelbellido.com>

Adiós a los carritos rebosantes de antojos

Hace algunos años se salía del supermercado con el carro lleno, rebosante. La crisis que no ha dejado bolsillo indiferente, está revolucionando el consumo de los españoles también a la hora de llenar la cesta de la compra. Antes, la compra de los sábados en el supermercado era un momento apoteósico, el carro se iba llenando de cosas necesarias, de antojos y de cosas innecesarias, “por si...”. El momento de la compra era una especie de rito gratificante que dejaba al libre albedrío nuestros impulsos de consumo. Cogér caprichosamente de las estanterías ciertos productos era una especie de acto transgresivo y a la vez consolatorio que hacía que el carrito se fuera llenando casi inadvertidamente y descuidadamente, como si no fuera un acto dirigido por la voluntad. Hoy ya no es así, para muchas personas ha cambiado el modo de comprar en el supermercado. La mayor parte de las personas, sobre todo aquellas a las que la crisis ha modificado la cuantía de sus recursos económicos antes de acercarse al supermercado piensan, planifican, deciden cuánto gastar y en qué gastarlo. Se opta por productos que duren más, por marcas blancas, carnes más baratas, pocos dulces y chucherías, vinos menos caros, nada de caprichos... Los españoles y muchos europeos del sur se han asustado por la situación económica, incluso aquellos que no han visto variadas sus condiciones de vida. Usanzas, gustos, costumbres y hábitos han cambiado y se está imponiendo un nuevo estilo de vida. La compra ha pasado de ser un momento placentero, divertido y despreocupado a una actividad razonada. Se bus-

can ofertas, se comparan precios, se mira mucho más el etiquetado, se consulta internet y hasta se cambia de supermercado.

Sobre todo son las clases medias las que están protagonizando estos cambios. Las clases más necesitadas y con menos recursos siempre han tenido en cuenta el precio, el presupuesto asignado a la compra semanal y los lugares donde los productos eran más baratos. Esa franja social sigue manteniendo los mismos hábitos de consumo. La clase social más alta, con buen poder adquisitivo, ha frenado algo el consumo no razonado, no por los recursos que hayan disminuido sino por

“Se busca el precio justo, que no es necesariamente el más bajo, sino aquel que ofrece una aceptable relación entre la calidad y el coste”.

el clima de desconfianza e inseguridad que se ha extendido en la sociedad. Han pisado el freno esperando para ver cómo se irá comportando la economía. Hay algún Instituto sociológico que ha dicho recientemente que no ha descendido exageradamente el volumen de compras en los supermercados y que el descenso ha sido moderado, sin embargo, el cambio ha sido en la actitud: se compra más sensatamente. Se busca el precio justo, que no es necesariamente el más bajo, sino aquel que ofrece una aceptable relación entre la calidad y el coste. Se busca el producto necesario. Se miran con más detenimiento las ofertas, incluso se compran productos que antes pasaban inobservados o no formaban parte de la dieta. La crisis ha incorporado a nuestras vidas algunas actitudes interesantes. En cuestiones de consumo ha desarrollado el ingenio y ha incrementado la prudencia. ●

La información está cambiando

También en  **informaria**

Informaria Digital

CONOCIMIENTO

Ciencia
Tecnología
Cultura

PHOTOGONISTAS

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.



LA FUERZA DE LA COOPERACIÓN

EMPRESAS NUMERARIAS: ABENGOA · ABENGOA SOLAR · ACCIONA · AIRBUS · AIRBUS MILITARY · AT4 WIRELESS · AYESA · AZVI · BANCO SANTANDER · CAF · CAJA GRANADA · CAJAMAR · CAJASOL · CAJASUR · CEPESA · CIAT · CORPORACIÓN DE EMPRESAS MUNICIPALES DE SEVILLA · CORPORACIÓN GARCÍA ARRABAL · CORPORACIÓN MONTEALTO XXI · COSENTINO · DEOLEO · ENDESA · FUNDACIÓN PRASA · GAMESA · GAS NATURAL FENOSA · GEA-21 · GREENPOWER · GRUPO ITURRI · GRUPO RAFAEL GÓMEZ · GRUPO SACYR CONSTRUCCIÓN · GRUPO SÁNCHEZ-RAMADE · HERBA RICEMILLS · IBERDROLA · INDRA · INERCO · ISOFOTON · LA CAIXA · LABORATORIOS FARMACÉUTICOS ROVI · MP CORPORACIÓN INDUSTRIAL · NOVASOFT · PERSAN · SANDO · SOLURBÁN · TELEFÓNICA · TORRESOL ENERGY · UNICAJA · VODAFONE · ZED WORLDWIDE · **EMPRESAS COLABORADORAS:** ABEINSA · ABENGOA BIOENERGÍA NUEVAS TECNOLOGÍAS · AGENCIA DE GESTIÓN AGRARIA Y PESQUERA DE ANDALUCÍA · AGENCIA DE MEDIO AMBIENTE Y AGUA DE ANDALUCÍA · ALIATIS · ANAFOCUS · APPLUS SERVICIOS TECNOLÓGICOS · ARION GRUPO · AURANTIA · BEFESA MEDIO AMBIENTE · BIOMEDAL · BIONATURIS · BIOSEARCH LIFE · BY TECH INNOVATIONS · CAJA RURAL DEL SUR · CARBURES · COBRA · CORPORACIÓN EMPRESARIAL ALTRA · COVAP · CHEMTROL · DECISIONES GEOCONSTRUCTIVAS · DETEA · DRAGADOS OFFSHORE · FAASA · GHENOVA · GRUPO ALBATROS · GRUPO RAFAEL MORALES · GUADALTEL · HEINEKEN · HOLCIM · INGENIA · INGENIATRICS · 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 · AORA SOLAR · ASTER · ATLANTIC COPPER · BARCELÓ VIAJES · 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 · INNOBEN · INTELLIGENT DIALOGUE SYSTEMS · INYPSA · IRRADIA ENERGIA · MAGTEL · MILENIO SOLAR · NETEMAN · NEWBIOTECHNIC · NOXIUM · OESÍA NETWORKS · OMYA CLARIANA · P CRUZ · PROCESOS INDUSTRIALES DEL SUR · PROTOTEC · RECICLADOS TUCCITANOS · RESBIOAGRO · SAVIA BIOTECH · SEFOSA · SHS CONSULTORES · SISTEMAS PRODETEX · TEAMS · VALDEMAR INGENIEROS · VIRTUAL SOLUTIONS · VIVIA BIOTECH · VORSEVI · WELLNESS TELECOM · **UNIMOS PROYECTOS, OBTENEMOS RESULTADOS. GRACIAS A TODOS.**



www.corporaciontecnologica.com

Una alianza estratégica para el desarrollo de la innovación en Andalucía

