

# **m**ujiemprededora

## Reportajes

¿Por qué no  
consigo alcanzar  
mis objetivos?  
Claves para  
la disciplina  
personal

Decálogo  
para encontrar  
empleo a los 50

## Entrevista

Gemma Sorigué,  
directora general  
de Ventas  
de LetsBonus



# Turismo destino Andalucía



# Actitud Azul

Quienes creen que las cosas pueden hacerse son quienes logran hacerlas. Y con ellos compartimos una misma actitud, la *Actitud Azul*, la actitud de hacer que las cosas sean posibles.

[actitudazul.com](http://actitudazul.com)



24 Selecciones, 80 partidos,  
todas las estrellas del basket mundial



*luz · gas · personas*



16

¿Por qué no consigo alcanzar mis objetivos? Claves para la disciplina personal



Gemma Sorigué, directora general de Ventas de LetsBonus



Decálogo para encontrar empleo a los 50

5 ZONA OPINIÓN

5 **Recrearse**  
Anna Conte

7 ZONA HECHOS

- 6 Tema de portada  
Objetivo: reforzar la competitividad turística y comercial
- 16 Reportaje  
¿Por qué no consigo alcanzar mis objetivos? Claves para la disciplina personal

18 ZONA MUJER

- 18 Entrevista  
Gemma Sorigué, directora general de Ventas de LetsBonus
- 21 **La incertidumbre y el sentido crítico**  
Ana M<sup>o</sup> Herrero
- 23 **¿Cómo seguir siendo un líder?**  
Consuelo Castilla

24 ZONA EMPLEO

- 24 Reportaje  
Decálogo para encontrar empleo a los 50
- 26 **Una etimología equivocada**  
Elena Sánchez Romacho
- 29 **Violencia de género sin recursos, un arma más para los maltratadores**  
Secretaría de la Mujer de UGT Andalucía

30 ZONA OCIO

- 30 Cultura
- 31 Museo Picasso Málaga
- 32 Citas
- 33 Libros
- 34 Motor
- 36 Viajes
- 38 Metas de descanso

40 ZONA OPINIÓN

En camino hacia la unión política  
Manuel Bellido

staff

EDITA: Grupo Informaria, empresa informativa fundada en 1996

FUNDADOR: Manuel Bellido

PRESIDENTA-EDITORA: Gloria Bellido Zanin

REDACCIÓN Y COLABORADORES:

Isabel García, José Santos, M<sup>o</sup> Angeles 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<sup>o</sup>- 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



Sumando pequeñas  
colaboraciones,  
multiplicamos  
los resultados

**multiplica**  
por la infancia

A través de **Multiplica por la Infancia**, invitamos a entidades y empresas a formar parte del programa internacional Escuelas para África y multiplicar con UNICEF el número de niños que tendrán acceso a una educación de calidad en África.

Hoy **5 millones de niños** ya se benefician de este programa.

**MULTIPLICA CON UNICEF. MULTIPLICA POR LA INFANCIA.**

unicef 

954 216 749  
andalucia@unicef.es



*para empezar*  
**annaCONTE**

annaconte@mujerempresadora.net

Editora

## Recrearse

**N**o puedo no escuchar: a pocos metros, la risa de los niños en la piscina del hotel reservada para ellos. Levanto la cabeza y, aprovechando que llevo las gafas de sol, me siento impulsada a observar sin ser demasiado indiscreta. Tendrán 8-9 años, una niña y un niño, que se animan mutuamente a aprender nuevas cosas en el agua. Marina es incansable, probablemente ha visto en la televisión la natación sincronizada en alguna de las últimas competiciones que se han llevado a cabo últimamente en Europa y trata de imitar alguna metiendo la cabeza bajo el agua. En ese momento dos personas entran en la piscina: son los padres de la pareja de amigos que juegan imitando la natación sincronizada. Uno de ellos lleva en brazos, a un pequeñín que se aferra a su cuello como un pequeño mono, quiere jugar en el agua como su hermano, pero sintiéndose seguro y protegido por el padre. El otro padre - hermano, cuñado, o amigo del primero - se une también al juego creando una escena divertidísima, de la que gozan también las respectivas madres que observan desde el borde de la piscina. Me parecía están viendo un film, uno de esos que consiguen recrearnos porque transmiten cosas hermosas.

Y todo era cierto, no era la escena de un film! Todos se estaban descansando. Juntos. Esa era la actitud que marcaba la diferencia, quiero decir que, incluso en un lugar de ensueño, con todas las comodidades, no se consigue descansar y vivir de lleno una vacaciones si dentro de nosotros no tenemos claro lo que significa "desconectar"

Este año, más que los anteriores, muchos de nosotros pasaremos las vacaciones en casa, en la ciudad; los datos de un estudio de ISPOS-Europassistance son claros: sólo el 54% se irá de viaje en el periodo comprendido entre junio y septiembre: Entre los europeos, los italianos y españoles serán los que más se apretarán el cinturón. De hecho, sólo el 53% de los italianos disfrutará del necesario descanso fuera de la ciudad, 10 puntos menos que en 2012 y 25 menos que en 2011. En cuanto a los españoles, se prevé que el 57% renunciará a sus vacaciones fuera de la ciudad.

Si desde un punto de vista los datos no son buenos porque hacen hincapié en las consecuencias de la crisis, por otro, podemos tomarlo como una sugerencia para reconsiderar el significado de las vacaciones. De hecho, me parece ridículo que a finales del verano se multipliquen los artículos, incluidos consejos de los psicólogos, sobre cómo afrontar el "estrés del regreso de vacaciones" y los varios síndromes post vacacionales. La pregunta que parece lógica viendo tanto cansancio después de las vacaciones, es seguramente: ¿para qué sirvieron? Bastaría el sentido común para sugerir las modalidades del verdadero descanso, que no es hacer un maratón de cosas inusuales, ni tampoco estar sin hacer nada.

Recrearse exige sacar de la mochila las "vitaminas" que quizás durante el año se quedaron olvidadas: un buen libro, bolígrafo y papel -no el ordenador!- para describir algo que nos haya sucedido, plasmar un pensamiento, una reflexión, abrir conversaciones no banales con familiares y amigos, jugar con los niños y - ¿por qué no? incluso entre adultos. Vitamina V: voluntad, verdad, vida. Sin coste alguno, al alcance de todos, disponibles durante todo el año, incluso después del verano. ●

**"Recrearse exige sacar de la mochila las "vitaminas" que quizás durante el año se quedaron olvidadas"**

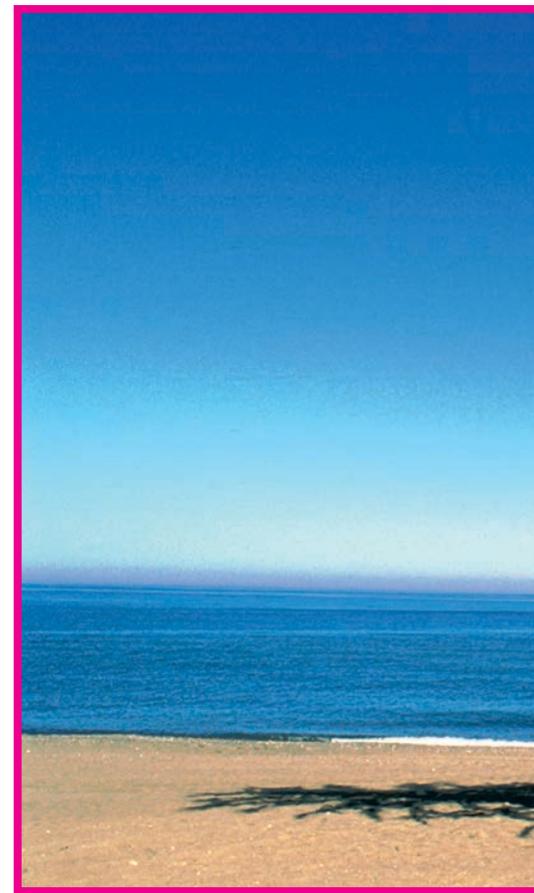
# Objetivo: reforzar la competitividad turística y comercial

La apuesta por el diálogo con administraciones y agentes sociales y las medidas para reforzar la competitividad turística y comercial resume el primer año de legislatura de la Consejería de Turismo y Comercio de la Junta de Andalucía. Este mes analizamos de la mano de su consejero, Rafael Rodríguez, este primer año de gestión haciendo un repaso a los hitos más destacados

Que el turismo y el comercio en Andalucía son dos ejes centrales de la estructura productiva y laboral de Andalucía es una realidad más que evidente. Evidencia que reflejan las cifras de dos sectores económicos que aportan en torno a un 22% del PIB de nuestra Comunidad y que aproximadamente suponen más de 30.000 millones de euros en facturación y casi un millón de empleos directos o inducidos. Tal es así que el propio Estatuto de Autonomía de Andalucía establece como uno de los principios rectores de las políticas públicas de la comunidad autónoma el fomento del sector turístico, así como la importancia del comercio interior, ambos como elementos económicos estratégicos de Andalucía.

>> En materia de turismo las políticas de la Consejería de Turismo y Comercio se han marcado por **favorecer un modelo de turismo vertebrado sobre la sostenibilidad, diversificación de la oferta y la excelencia**

La apuesta por el diálogo y la coordinación con administraciones y agentes sociales y la colaboración público-privada para optimizar recursos y resultados, la racionalización presupuestaria y la búsqueda de viabilidad en los programas comprometidos, y, sobre todo, las medidas para reforzar la competitividad turística y comercial han sido los principales hitos del primer año de legislatura de la Consejería de Turismo y Comercio de la Junta de Andalucía. Un primer año que en las páginas que vienen a continuación analizamos apoyándonos en las palabras del consejero del ramo, Rafael Rodríguez, que lo sintetizaba en la entrevista concedida a Agenda de la Empresa así: "Resumir este primer año en una sola pala-



bra que no sea trabajo se quedaría corto. Lo que sí destacaría son tres elementos que han sido claves para nosotros en estos meses: la racionalización presupuestaria, la interlocución y la participación con el sector, y el impulso de nuevas actuaciones y nuevas iniciativas".

Tres elementos que han servido de base del trabajo desarrollado en estos meses por las políticas de esta Consejería y que en materia de turismo se han marcado por favorecer un

modelo de turismo vertebrado sobre la sostenibilidad, diversificación de la oferta y la excelencia; que permita potenciar una industria turística a medio y largo plazo que mantenga en el tiempo la cuota de negocio y mercado, a la par que ser competitivo respecto otros destinos. Todo ello, desde la optimización de recursos fomentando la colaboración público-público y abriendo canales de participación con los agentes del sector, con el fin de elaborar desde lo colectivo la planificación turística de Andalucía.

Sobre esta línea destaca la elaboración del Plan de Acción de Promoción Turística, que, por

en el empleo, apoyo a las empresas, al emprendimiento y a la innovación, desarrollo normativo de la Ley del Turismo, y refuerzo del papel de Andalucía en las políticas turísticas.

Como grandes iniciativas turísticas que se encuentran en fase de elaboración, figuran el nuevo Plan General de Turismo Sostenible o el Plan Integral de Fomento del Turismo de Interior Sostenible, que impulsará actuaciones público-privadas para dinamizar las economías locales y prevé actuar en 703 municipios, además de otros planes como el de Calidad, Marketing, Ferias y Congresos o contra la Estacionalidad.

que son las pequeñas empresas, los autónomos y autónomas y los trabajadores y trabajadoras de nuestra comunidad autónoma".

"Nuestra línea en este año ha sido la de defender nuestro modelo comercial al máximo enfrentándonos al Gobierno central en lo que ha supuesto uno de los principales ataques a la rentabilidad del pequeño y mediano comercio como fue el Decreto Ley de liberalización de los horarios comerciales". Son palabras del consejero Rafael Rodríguez durante la entrevista que viene a continuación y en la que aborda, entre otros muchos temas la interposición del recurso de inconstitucionalidad contra el Real Decreto-Ley 20/2012 de 13 de julio, de medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y de fomento de la competitividad. La regulación en materia comercial contenida en este Real Decreto-Ley supone, a juicio del Gobierno andaluz, una invasión de las competencias exclusivas que el Estatuto de Autonomía para Andalucía otorga a nuestra Comunidad en materia de horarios comerciales y ordenación del comercio minorista.

Por otro lado, también en el ámbito comercial, sobresalen las nuevas líneas de incentivos abiertas para impulsar la competitividad de las pymes y la creación de empleo, campañas de defensa de los establecimientos comerciales de la comunidad andaluza y seis declaraciones de Zonas de Interés Artesanal otorgadas para mejorar la visibilidad y la comercialización de los productos artesanos y hacer de estos un importante reclamo turístico.

Mencionar igualmente las mejoras en la regulación del comercio ambulante con la ampliación a 15 años de la vigencia de las licencias, "una decisión que aporta al comerciante estabilidad y seguridad a la hora de acometer cualquier tipo de inversión para poder desarrollar su actividad", en palabras del consejero. Otro de los hitos más destacados en materia de comercio en este primer año de gestión ha sido la inclusión por primera vez en la legislación autonómica de la regulación de las denominadas 'Ferias de Oportunidades', un nuevo fenómeno que se inserta en nuestra tradicional estructura comercial.

En definitiva un año en el que ha estado por parte de esta Consejería más que presente la necesidad de pasar de los planteamientos teóricos a acciones concretas, encaminadas hacia modelos de gestión de lo público cercanos y transparentes, abriendo las vías de participación que fueran posibles con el actual marco normativo. ●



primera vez, se ha realizado conjuntamente junto con patronatos provinciales y empresarios; así como la firma del nuevo Pacto Andaluz por el Turismo con los agentes socioeconómicos, en el que se define la hoja de ruta para implantar un modelo de desarrollo equilibrado en el sector. Un Pacto que se sustenta sobre siete ejes: apuesta por la sostenibilidad, lucha contra la estacionalidad, potenciación de la Marca Andalucía y la colaboración público-público y público-privado, estabilidad

### Comercio.

Por su parte, en el ámbito comercial, todas las políticas y medidas llevadas a cabo desde la Dirección General de Comercio en este primer año de legislatura han estado centradas en la defensa del pequeño comercio y del empleo del sector, con un doble objetivo: por un lado, cumplir con la Ley de Comercio Interior de Andalucía, y por otro lado, "governar a favor de los intereses de la mayoría social del sector comercial andaluz,

# Pacto Andaluz por el Turismo

El pasado 18 de febrero tuvo lugar la rúbrica de este acuerdo considerado como un "instrumento básico para recuperar la senda del crecimiento"

La Consejería de Turismo y Comercio, la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA) y los sindicatos UGT y CC.OO. firmaron el pasado 18 de febrero el Pacto Andaluz por el Turismo, un acuerdo que el consejero del ramo, Rafael Rodríguez, consideró como "un instrumento básico para recuperar la senda del crecimiento". Rodríguez valoró el esfuerzo de todas las partes para llegar a un consen-

so y argumentó que este pacto permitirá "evitar injerencias de otros grupos de presión que pretendan condicionar el devenir de la actividad turística de Andalucía a favor de sus intereses particulares". Destacó que Administración y agentes sociales "hemos asumido que trabajar juntos y por el bien común ya no es una opción, sino una condición de supervivencia", por lo que apuntó que el acuerdo "es

un buen ejemplo de cooperación y sensatez, que da como resultado un texto de consenso y renovador". En este sentido, subrayó su carácter vertebrador, de modo que la actividad turística en Andalucía se desarrolle en un marco de sostenibilidad, empleo, excelencia y competitividad, a través de una hoja de ruta que identifica once líneas estratégicas y diez objetivos. Entre estas líneas estratégicas se refirió a la renovación de la idea de sostenibilidad, "definiéndola como un concepto integral imprescindible para garantizar la calidad de la oferta, la rentabilidad de las empresas del sector y la competitividad del destino". Al respecto,



hizo hincapié en que la sostenibilidad económica a medio y largo plazo "no se alcanzará sin sostenibilidad ambiental".

### Estabilidad en el empleo.

También se incide en la necesidad de cooperación entre administraciones y sector privado y reivindica el papel de la región en las políticas para el conjunto del país. Así, el consejero afirmó que Andalucía "no renunciará a su peso en el diseño de la promoción turística de España, donde deben primar los intereses generales". Por otra parte, el acuerdo contempla la generación de empleo estable y de calidad, a través de la lucha contra la estacionalidad, la investigación y la búsqueda de nuevos yacimientos asociados a la actividad turística, procurando la formación de los perfiles profesionales ya existentes y de los nuevos que demanda el mercado. Otro objetivo recogido es el impulso a la excelencia a través de la calidad, la innovación y el apoyo a empresas y al emprendimiento, mediante líneas de crédito dirigidas a proyectos que permitan modernizar la oferta turística de la Comunidad. Rodríguez sentenció que el Pacto se enmarca en el modelo de Gobierno abierto y participativo que impulsa la Consejería, que parte de la generación de información y exposición pública, el fomento de mecanismos de participación y la implicación de los diferentes actores en los procesos de decisión y financiación. Por su parte, el presidente de Andalucía (CEA), Santiago Herrero, destacó la necesidad de acuerdo en la industria turística para garantizar "la estabilidad sectorial, la seguridad jurídica y las oportunidades de desarrollo". El secretario general de CC.OO.-A, Francisco Carbonero, valoró el esfuerzo de las partes por "trabajar en conjunto a favor del turismo, para atraer más viajeros a la comunidad y generar una mayor riqueza", de modo que se superen dificultades como la estacionalidad y la precariedad laboral. Finalmente, el vicesecretario de Organización de UGT-A, Francisco Fernández, confió en que el Pacto, "fruto del diálogo permanente y de las propuestas de todas las partes", permita mejorar las condiciones del empleo en el sector turístico, de modo que se alcance una mayor estabilidad y mejor cualificación.

Aunque formalmente sea el IV Pacto, este supone un nuevo pacto porque rompe con los anteriores ya que introduce nuevos elementos. El método para la consecución del este Pacto ha sido la reflexión compartida, el diálogo, el consenso y la conciencia de que las aportaciones de cada parte son



importantes para salir de la mejor manera de la situación de crisis económica.

Playa de Punta Paloma, Tarifa

### Principales ejes.

Este nuevo Pacto Andaluz por el Turismo se sustenta sobre los siguientes ejes:

- **Apuesta por la Sostenibilidad.** Entendiendo la sostenibilidad en un sentido integral, teniendo en cuenta no sólo aspectos ambientales, económicos y sociales, sino otras dimensiones y procesos (culturales, institucionales, territoriales, tecnológicos, participativos, etc.), sin los cuales no se podría ser realmente sostenible. En este sentido, se elaborará en el marco del presente pacto el nuevo Plan General del Turismo Sostenible de Andalucía.
- **Lucha contra la Estacionalidad.** La estacionalidad es una de las debilidades de la actividad turística, que afecta al empleo (directo e indirecto), y provoca la "inactividad" de algunos destinos en temporada baja. En este ámbito se propone el desarrollo del Plan Estratégico contra la Estacionalidad, para "luchar" contra ella desde la diversificación, comercialización, promoción, creación de programas específicos (jóvenes, mayores)...
- **Potenciar la Marca Andalucía y la colaboración público-público y público-privado.** Mediante la elaboración de un nuevo plan de Director de Marketing, se redactará el método para objetivar los criterios para la promoción que se desarrollen con fondos y recursos públicos debiendo impulsar la eficiencia y mayor retorno de la acción promocional; potenciar la participación y coordinación de los entes zonales; y evitar duplicidades.

- **Estabilidad en el Empleo.** La competitividad debe tener como eje la formación y la estabilidad

y calidad en el empleo, pues la mejor apuesta para ofrecer un óptimo servicio en el sector. Se recoge, como novedad, en uno de los acuerdos la prestación de asesoramiento en supuestos de propuestas de figuras sociales de gestión de establecimientos y servicios turísticos.

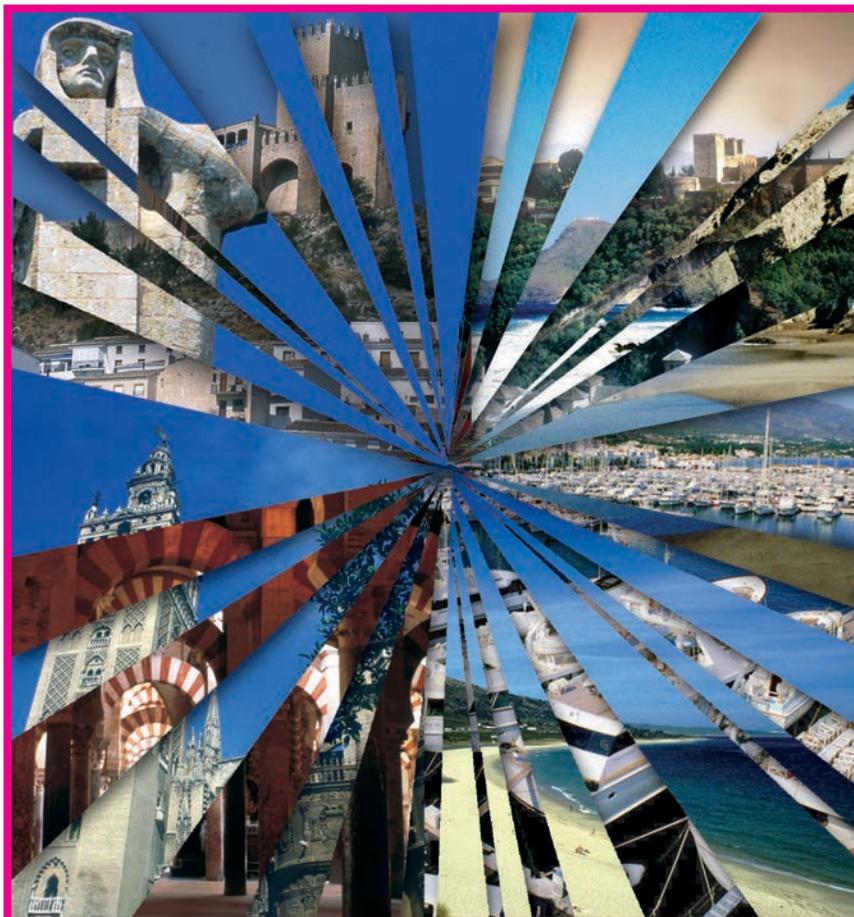
- **Apoyo a las Empresas, al Emprendimiento y a la Innovación.** Promoviendo y consolidando el desarrollo económico y la competitividad de Andalucía, aprovechando el potencial de nuestra región apostando por formulas que posibiliten acuerdos con el Gobierno Central y entidades financieras; la creación de líneas de créditos blancos y micro créditos; realizar programas de emprendedores innovadores turísticos dentro del apoyo al emprendimiento e inserción laboral en el nuevo marco operativo 2014/2020; y agilizar la gestión de ayudas de fondos reembolsables.
- **Desarrollo Normativo de la Ley del Turismo.** Uno de los aspectos fundamentales desde el consenso y la colaboración mutua es el desarrollo reglamentario de la Ley 13/2011, de 23 de Diciembre, del Turismo de Andalucía.
- **Reforzar el papel de Andalucía en las políticas turísticas.** Desde el consenso defender los intereses de Andalucía frente a las políticas y actuaciones que sean lesivos para el turismo andaluz en el conjunto del Estado e instituciones turísticas. Como ejemplo, reforzando la idea de mantener Tourespaña como un instrumento público para la promoción turística en condiciones de equilibrio territorial.●

# Promoción turística

Plan de Acción 2013. La Consejería de Turismo y Comercio invertirá 23,9 millones de euros en promocionar Andalucía a través de 391 actuaciones

Los resultados de 2012 muestran que Andalucía sigue siendo un destino competitivo, resistiendo la crisis con un aumento en los ingresos. Esta capacidad de resistencia se debe al comportamiento del mercado extranjero, que compensa en parte la debilidad del emisor nacional, muy castigado por la crisis y que se debe recuperar. Por tanto, el presente año 2013 se ha erigido como clave para la actividad turística por múltiples factores.

El Plan de Acción 2013 supone una nueva orientación estratégica en la promoción y comercialización turística de Andalucía, constituyéndose como punto de partida del Plan Director de Marketing 2013 - 2016. Las actuaciones se han diseñado para atender las necesidades concretas del sector, demostrando que con menos recursos pueden abarcarse más objetivos y obtenerse mejores resultados. Se trata por tanto de un plan de carácter unitario, que pretende mantener el liderazgo de Andalucía como destino reforzando nuestra posición en los principales emisores y ganar cuota en los mercados emergentes. De este modo, se persigue construir un destino competitivo junto al sector turístico, con la calidad como estandarte y sobre las premisas de la sostenibilidad, la excelencia y la innovación. El plan aglutina a todos los operadores, ya que nace del



## Objetivos

- Recuperar el mercado nacional, principal emisor de turistas hacia Andalucía.
- Incrementar la cuota de mercado de Andalucía, a través de la promoción en emisores tradicionales y emergentes.
- Reducir la estacionalidad.
- Optimizar la promoción de la imagen de marca del destino, adecuándola a los gustos y preferencias actuales de los turistas, la diversificación de mercados y la segmentación de la oferta.
- Incrementar las pernoctaciones y el gasto turístico para alcanzar una mayor estabilidad laboral.
- Establecer una mejor y mayor coordinación entre los agentes públicos y privados del sector.
- Obtención de rentabilidad por cada euro invertido.

acuerdo con empresarios y sindicatos en la Mesa de Turismo, destaca a los patronatos provinciales y evita la duplicidad de esfuerzos, refuerza la optimización de recursos y unifica estrategias. Así, el Plan de Acción 2013 incrementa sus actuaciones promocionales hasta alcanzar las 391, que suponen 179 acciones más que las llevadas a cabo en 2012. El presupuesto para ello por parte de la Junta es de 23,9 millones de euros, si bien a esta cantidad se sumará la aportación del sector privado y de los patronatos provinciales de Turismo, principales novedades del citado plan para este año. Otra de las innovaciones introducidas este ejercicio ha sido la unifica-

## Líneas estratégicas

- Aumentar las acciones promocionales enfocadas al mercado nacional.
- Potenciar la marca Andalucía asociada a segmentos específicos en los principales mercados europeos.
- Introducir la marca Andalucía en mercados lejanos y emergentes de forma global, dentro de la marca España pero manteniendo identidad propia.
- Apostar por la diversificación, con especial hincapié en productos con mayor crecimiento y potencial.
- Potenciar la promoción del segmento de interior-naturaleza como instrumento para combatir la estacionalidad.
- Selección óptima de las acciones a desarrollar en función del momento de decisión y compra y de los periodos más idóneos para cada mercado.
- Mayor especialización de las acciones en función de las características de los clientes objetivos.
- Apuesta por el marketing online y las nuevas tecnologías aplicadas a la promoción y comercialización del destino, apoyando cada acción con actuaciones digitales.
- Desarrollo de una nueva campaña publicitaria, basada en la innovación y microsegmentación, que ayude a reforzar y mejorar el posicionamiento de la marca.

plan de acción regional. Todas las líneas estratégicas y acciones promocionales previstas han sido consensuadas con los patronatos, para conseguir una mayor productividad y un mayor retorno de la inversión. El nuevo convenio anual de colaboración entre la Consejería y los patronatos contempla que estos últimos asistirán junto a Turismo Andaluz a las tres principales ferias (Fitur, WTM e ITB), así como al 50% del resto de las acciones incluidas en el plan. También se han establecido actuaciones promocionales específicas para cada provincia, así como otras que realizarán exclusivamente los patronatos.

### Colaboración con el sector privado.

Para esta nueva etapa en la promoción del destino se han recogido las propuestas de los representantes empresariales, especialmente establecimientos hoteleros, restauración, transportes, empresas de ocio, agencias de viajes, etc. La coparticipación se materializará, en el caso de las acciones en destino, en una cuota por el uso del espacio

ción de todas las acciones promocionales que se lleven a cabo en la región en un solo plan, evitando duplicidades. Para el consejero de Turismo y Comercio, Rafael Rodríguez, se trata de un plan "ambicioso, que busca incrementar la rentabilidad de la inversión en términos de creación de negocio y empleo con voluntad, imaginación y colaboración de todos los agentes del sector". Rodríguez argumenta que consiste en un plan "de carácter unitario y cuyo principal objetivo es mantener nuestro liderazgo como destino competitivo, situando la calidad como estandarte y basándonos en las premisas de la sostenibilidad, la excelencia y la innovación".

### Mercado.

El Plan de Acción 2013 trabajará en tres grupos de países:

- **Prioritario**, en el que se encuentran los mayores centros de atención, como son España, Reino Unido, Alemania, Países Nórdicos, Francia, Benelux y Rusia.
- **Intermedio**, con menor intensidad pero alta preferencia, como Italia, Austria, Suiza, estados Unidos, Canadá, Portugal, Irlanda y países del Este.
- **Emergentes**, en los que queremos reforzar nuestra marca, como Japón, India, Singapur/Malasia, América Latina, China y Emiratos Árabes.



Tajo y puente nuevo en Ronda

### Colaboración con entes públicos.

El Plan de Acción 2013 apuesta más que nunca por la cooperación con los Patronatos Provinciales de Turismo, para alcanzar una mayor eficiencia en las acciones promocionales. De este modo, los patronatos tienen una especial relevancia en la elaboración del plan y en su ejecución, coordinando los planes de actuación de estos entes supramunicipales con el

e infraestructura a su servicio en las ferias en las que se lleve a cabo promoción conjunta, concretamente Fitur, WTM, ITB, EIBTM e IMEX, así como en las misiones comerciales. Las acciones inversas en destino, 120 en total, se asumirán por la Consejería y los Patronatos, pero se sumarán otras 16 de carácter especial que se diseñarán y ejecutarán de forma compartida entre entes públicos y privados. ●

# Sostenibilidad



**Ley de Turismo de 2011. La función del Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía es articular e integrar las diferentes acciones estratégicas que se vayan a desarrollar en los próximos años en la comunidad autónoma, siempre partiendo de unos criterios de sostenibilidad integral**

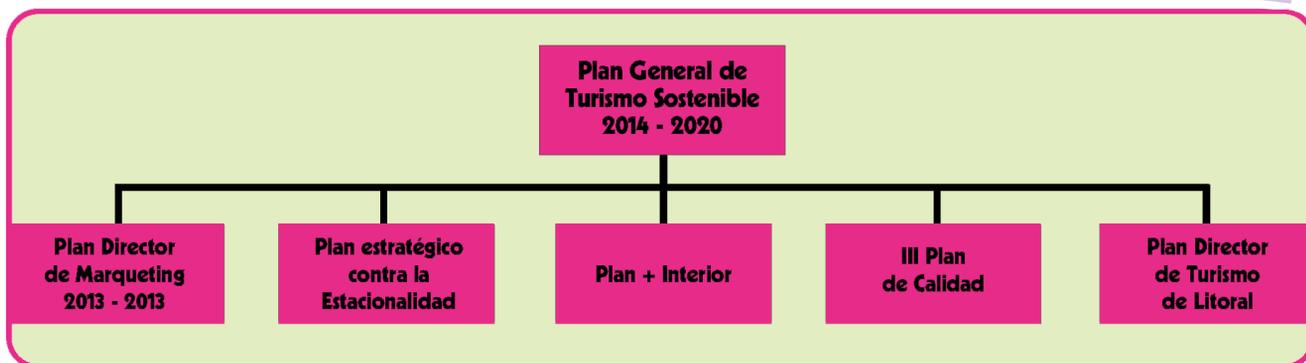
El Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía está recogido en la Ley de Turismo de 2011 y representa, dentro de toda la estructura de planes que está poniendo en marcha en materia de turismo la Consejería de Turismo y Comercio de la Junta de Andalucía, la herramienta de planificación de mayor rango. Aportará a los demás planes, y a la políti-

ca turística andaluza en general, el necesario marco de referencia estratégico a medio plazo.

La función del Plan es articular e integrar las diferentes acciones estratégicas que se vayan a desarrollar en los próximos años en la comunidad autónoma, siempre partiendo de unos criterios de sostenibilidad integral.

Andalucía cuenta con una extraordinaria riqueza y diversidad de recursos turísticos potenciales y reales que requieren para su puesta en valor y gestión adecuada un esfuerzo planificador, capaz de convertirlos en productos turísticos viables. Para ello se establecen como objetivos del Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía 2014-2020 los siguientes:

- 1.** Definir estrategias y políticas para implementar un modelo de desarrollo turístico sostenible, equitativo y competitivo, que haga un uso óptimo de los recursos disponibles, respetuoso con los valores locales y los espacios donde se desarrolla el turismo y que garantice la cohesión territorial.
- 2.** Potenciar el tejido empresarial turístico y generar empleo estable y de calidad.



**3.** Impulsar la creación y difusión de productos que divulguen y pongan en valor los recursos naturales, culturales, territoriales y paisajísticos de los distintos territorios de Andalucía, procurando la complementariedad y la liberación de sinergias entre los distintos segmentos, la imagen de la calidad de los espacios turísticos y la implicación de la población local en la experiencia turística.

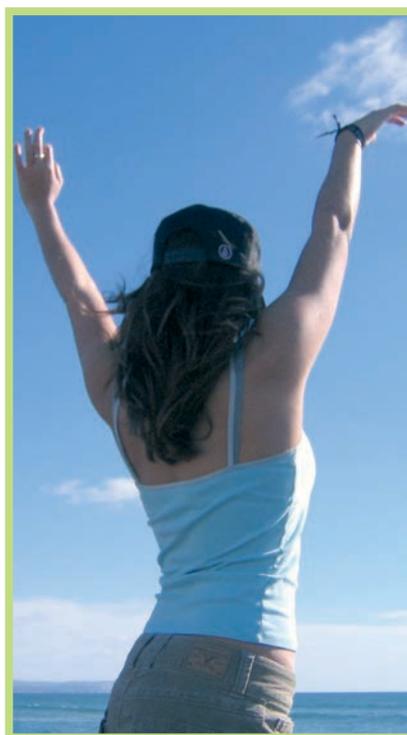
**4.** Vincular la sostenibilidad al desarrollo de un modelo turístico que se apoye en la gestión integral de la calidad en los destinos, la innovación dentro del tejido empresarial, especialmente la tecnológica y la formación y transferencia de conocimiento entre sus profesionales.

**5.** Promover un proceso de integración entre la planificación y la gestión, que permita adaptarse a la evolución de la coyuntura económica impulsando con ello el crecimiento diferencial de una oferta y demanda con mayor valor añadido.

**6.** Establecer mecanismos de participación efectivos entre los actores implicados en el modelo de desarrollo turístico, que fomenten el reconocimiento social del turismo y que generen espacios e instrumentos de cooperación en el ámbito de la decisión, la gestión y la financiación.

**7.** Favorecer la rehabilitación integral de destinos maduros del litoral, la mayor innovación y puesta en valor de la oferta de interior, así como incentivar los destinos sostenibles emergentes, mejorando nuestra oferta tradicional.

Para la consecución de todos estos objetivos, la elaboración y puesta en práctica del Plan precisan de la implicación y colaboración de los agentes privados y públicos relacionados con el turismo y de la ciudadanía. Por ello, la transparencia, la elaboración participativa y la



**>>** Un primer hito de la elaboración del Plan lo constituye la aprobación del Decreto 38/2013, de 19 de marzo, por el que se aprobó la formulación del **Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía 2014-2020**

ejecución conjunta son elementos clave de este Plan, que se inspira en el Gobierno Abierto, principio seguido por las Administraciones Públicas que apuestan por la democracia participativa.

Los trabajos preparatorios del Plan, cuya aprobación está prevista para diciembre de

2013, arrancaron con la celebración de la Conferencia Estrategia del Turismo y se desarrollan en el seno de un grupo de trabajo. Un primer hito de la elaboración del Plan lo constituye la aprobación del Decreto 38/2013, de 19 de marzo, por el que se aprobó la formulación del Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía 2014-2020.

En el seno del grupo de trabajo se han generado varios documentos de trabajo (por ejemplo, sobre el sistema de indicadores de evaluación elaborados por SAETA) a aplicar en todos los planes una vez adaptado a sus características. Se ha avanzado en definir la estructura y arquitectura del plan, así como la distribución de las tareas y responsabilidad de los distintos contenidos del plan para su posterior debate en el proceso de participación abierta diseñado al respecto.

Así, en la reunión del grupo del 6 de mayo de 2013 se presentó un planteamiento para organizar estos procesos de participación, previendo como elemento esencial la celebración de reuniones provinciales con actores institucionales y agentes económicos y sociales ligados al sector turístico durante la tercera y cuarta semana de junio. En la pasada reunión del Grupo de Trabajo, el 4 de junio, se presentó para su análisis y debate el primer borrador del Plan, que ofreció ya un desarrollo más pormenorizado de sus contenidos, especialmente en lo que respecta a los capítulos "marco de la planificación turística de Andalucía", "principios rectores del Plan" y "retos, objetivos y líneas estratégicas del Plan".

En la reunión de la Comisión Técnica de la Mesa de Turismo del pasado 10 de junio se debatieron los contenidos del Plan. El Plan General de Turismo Sostenible configura el marco de referencia para otros cinco planes, que también están en elaboración, y para los que establece orientaciones generales. ●

# Compromiso de calidad

SICTED. La marca 'Compromiso de Calidad Turística', es aún desconocida en el sector turístico andaluz, tanto desde la perspectiva del cliente como de los empresarios



En el ámbito de la calidad turística la Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo trabaja para afianzar todos aquellos estándares que contribuyen a la obtención de la satisfacción del turista y, por tanto, a su fidelización. Todos estos instrumentos y herramientas de trabajo fueron materializados en el II Plan de Calidad turística de Andalucía II PCTA1012, plan que, fruto del consenso entre los agentes públicos y privados, basado en la sostenibilidad y en la responsabilidad actuando a la vez de eje vertebrador y guía para el desarrollo de un nuevo modelo garante de la capacidad competitiva de la región.

SICTED. La marca 'Compromiso de Calidad Turística', es aún desconocida en el sector turístico andaluz, tanto desde la perspectiva del cliente como de los empresarios. Tras la firma en 2010 del convenio de colaboración con la Secretaria de Estado de Turismo, la Consejería de Turismo y Comercio continúa con su labor de apoyo e impulso a este modelo de gestión de la calidad integral en los destinos andaluces. Si bien se ha continuado incentivando la creación de nuevos destinos

SICTED (Sistema Integral de Calidad Turística en Destino) de forma directa a través de la DGCIFT también se ha mantenido la colaboración con la D.G. de Planificación y Ordenación Turística para que a través sus Iniciativas de Turismo Sostenible se fomente este proyecto. Gracias a las jornadas formativas realizadas en colaboración con Turespaña sobre el Sistema Integral de Calidad Turística en Destino (SICTED) y dirigidas a la formación de técnicos de las Delegaciones Territoriales de la CTC, durante este año se ha continuado participando en la evaluación de aquellos destinos que han solicitado esta ayuda. Asimismo, personal de la Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo asiste cada año a las Mesas de la Calidad de los distintos destinos en los que somos convocados. Finalmente el pasado 3 de abril se celebró el I Foro SICTED de Andalucía en las dependencias de la Consejería en Torretriana. Se trata de un encuentro con los gestores de los destinos SICTED andaluces. El propósito es conseguir que la gestión de estos destinos sea lo más eficiente y satisfactoria posible avanzando un paso más para que el foro sea una

## Contra la oferta turística irregular.

En el IV Pacto Andaluz por el Turismo se recoge que uno de sus objetivos es "erradicar la clandestinidad y la competencia desleal en la actividad turística". La actividad turística clandestina es aquella que se realiza por cuenta propia, de manera habitual y remunerada sin cumplir con la normativa turística de aplicación, y por tanto supone una competencia desleal hacia los que cumplen con la misma. Y como tal está especificada en la Ley 3/2011 como infracción grave. El instrumento fundamental para minimizar la clandestinidad es la actuación de la inspección turística. En el Plan de Inspección correspondiente a 2012 se dictaron un total de 3.568 actas de infracción, mediante un total de 5.450 inspecciones. Actualmente se está desarrollando el Plan de Inspección 2013, recientemente aprobado, y que cuenta con cinco líneas estratégicas. Los datos de inspección del primer trimestre de 2013 ascienden a un total de 70 actuaciones. Por último, desde la Consejería de Turismo y Comercio se asegura que se va a seguir apostando por combatir la clandestinidad: "creemos firmemente que hay que acabar con la competencia desleal".

experiencia eminentemente práctica en la que haya un flujo de información y conocimientos, que permita el desarrollo conjunto de estrategias y prácticas de gestión eficientes y que se produzcan sinergias en la promoción de los destinos. ●

# Artesanía con marca andaluza

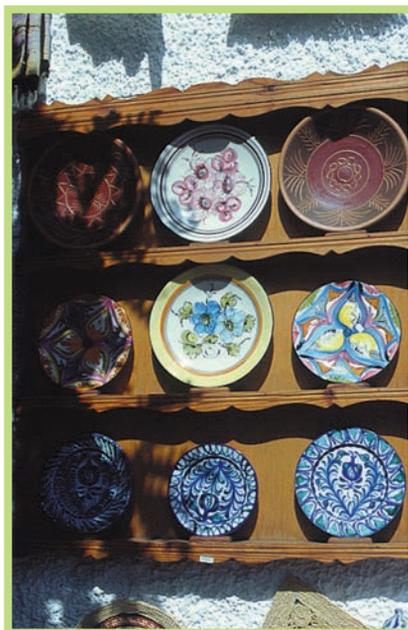
La Consejería de Turismo y Comercio promueve la identificación de zonas especializadas en oficios característicos, con el fin de mejorar la difusión de estos productos y hacer de ellos un reclamo turístico

La artesanía constituye un sector productivo de relevancia creciente en Andalucía por ser un potente generador de empleo, poseer un elevado valor etnológico, tener un fuerte arraigo en la historia y la cultura de cada uno de los territorios, y establecer sinergias con otros sectores económicos, de manera especial con el turismo. Se trata de una actividad con características propias y diferenciadas, tanto por los procesos de elaboración del producto, basados en el uso de materias primas y técnicas autóctonas, como por las características de los talleres y de los propios artesanos, en la mayor parte de los casos muy vinculados a la tradición familiar.

De hecho, Andalucía es la comunidad autónoma con mayor número de talleres artesanales, al representar en torno al 16% del total nacional. Se trata de una actividad caracterizada por un elevado índice de autoempleo, de forma que el 60% de los talleres está integrado por una o dos personas y solo un 14% cuenta con más de cinco trabajadores. Del total de artesanos, un 53% corresponde a hombres y un 47% a mujeres.

## Zonas de Interés Artesanal.

Para mejorar la visibilidad y la comercialización de los productos artesanos y hacer de estos un importante reclamo turístico, la Junta promueve las declaraciones de Zonas de Interés Artesanal de Andalucía. Con estos distintivos, la Consejería de Turismo y Comercio persigue no solo identificar los diferentes oficios artesanos que existen en la región a partir de su especialización territorial, sino también reconocer la trascendencia económica y la potencialidad de esta actividad como recurso turístico y cultural de primer orden.



Estas declaraciones, que tienen un carácter indefinido, están reguladas en una orden de 2011. Así, quedan identificadas aquellas zonas que ofrecen una mayor concentración de talleres (desde una calle o un barrio hasta un municipio, comarca o provincia) en alguna de las actividades reconocidas en el Repertorio de Oficios Artesanos de la Comunidad Autónoma.

De esta forma, las zonas declaradas suman 124 talleres, dedicados a más de una veintena de oficios diferentes. Entre ellos se encuentran alfarería, cerámica, carpintería, zapatería, marroquinería, tapicería, forja y herrería, madera de olivo, vidrieras artísticas, joyería, curturía, artesonados mudéjares, fabricación de albardas, bordados, modistería,

rebaje de cuero y pieles o muebles de madera y mimbre.

Entre otras ventajas, los locales y talleres con este distintivo aparecerán en las publicaciones y guías oficiales de artesanía y turismo que edite la Administración autonómica, y podrán participar en ferias y otros encuentros sectoriales que organice la Consejería de Turismo y Comercio dentro y fuera de España, con el fin de reforzar la promoción y comercialización de los productos de la comunidad.

## Rutas de Interés Artesanal.

Con el objetivo de estrechar la vinculación existente entre artesanía y turismo en las estrategias de promoción y comercialización de la oferta andaluza que cada año lleva a cabo la Junta, las Zonas de Interés Artesanal declaradas conformarán, además, futuros itinerarios temáticos. Estas rutas incluirán la localización de talleres artesanales y podrán incrementar la comercialización de productos, añadiendo nuevos alicientes para los segmentos turísticos de interior y de compras. Asimismo, está previsto el desarrollo de sinergias con los Centros Comerciales Abiertos, con el propósito de atraer clientes a los cascos históricos de las ciudades.

## Mercado.

Nuevos maestros artesanos. También con el objeto de impulsar y fomentar el sector, la Dirección General de Comercio está llevando a cabo una labor de investigación y estudio de información, recopilación de datos y currículums vitae de artesanos y artesanas de nuestra Comunidad Autónoma, con la finalidad de detectar nuevos Maestros Artesanos y distinguirlos con la Carta de Maestro. En este sentido se ha solicitado la colaboración de las Delegaciones de la Consejería en las distintas provincias por su cercanía a los posibles talleres artesanales de cada una de ellas. Del total de los siete expedientes de solicitudes de posibles Maestros Artesanos examinados durante la presente legislatura, dos de ellos han presentado desistimiento de su solicitud de nombramiento por no poder acreditar el cumplimiento de los méritos necesarios para ello, y cuatro están siendo requeridos para aportar la documentación acreditativa de los méritos alegados, por lo que aún se encuentran en tramitación. ●

# ¿Por qué no consigo alcanzar mis objetivos?

## Claves para la disciplina personal

“Ya lo haré...” “Lo dejo para otro momento...” “Uf, no me apetece hacerlo ahora...” ¿cuántas veces hemos oído o incluso dicho estas frases?

¿Cuántas personas se inscriben en el gimnasio en enero y lo dejan en marzo?

Si tenemos los conocimientos y recursos necesarios para abordar un proyecto ¿Por qué no acabamos de arrancar?

Una cosa es pensar en hacer algo (imaginarlo) y otra bien distinta es ponerse manos a la obra y mantenerlo en el tiempo.

Puede haber varias razones por las que esto ocurra, hoy vamos a tratar una de ellas, la falta de disciplina personal o autodisciplina.



### ¿Qué es la disciplina personal?

Disciplina es una palabra que en determinados ámbitos tiene mala prensa porque se asocia con normas impuestas por otras personas e incluso con sanciones en caso de incumplimiento.

En este artículo nos vamos a centrar en la disciplina elegida, en esa serie de reglas de actuación que una persona decide adoptar tras un compromiso consigo misma.

La disciplina es una elección consciente y consistente, es decir, estable, que desemboca en una actuación alineada con un objetivo; es realizar lo que te has propuesto como y cuando has definido para alcanzar una meta.

Disciplina no significa intentar controlar todos y cada uno de los acontecimientos que ocurren alrededor ni obsesionarse.

Tiene que ver con el respeto a una misma, con la responsabilidad y también con el optimismo, porque es una actitud proactiva.

Como se trata de un compromiso elegido, no lo percibimos como una carga, si no como un paso adelante. Es nuestro deber con nosotras mismas, no algo que llevemos a cabo porque los demás lo esperan de nosotros.

Cuando eres disciplinada, tú misma creas tus pautas de actuación y de control de modo automático y no necesitas que nadie te recuerde, organice o controle tus acciones/trabajo porque tú misma has creado un sistema de autorregulación propio.

### ¿Por qué requiere esfuerzo?

Ser disciplinada implica elegir una recompensa aplazada en lugar de la satisfacción inmediata.

Entre la decisión de actuar y la acción está la procrastinación, el hábito de aplazar, el típico “el lunes empiezo”, desde luego, es más sencillo aplazar que actuar. Es más fácil encender la televisión que apagarla. Son dilemas a los que nos enfrentamos a diario y en muchos ámbitos ¿aplazar o actuar?.

La disciplina se orienta a los resultados a medio y largo plazo, mientras que la procrastinación, solo piensa en el ahora mismo.

El postergar constantemente, nos hace perder incontables oportunidades y demorar innecesariamente los resultados de nuestras acciones ¿Cuántas veces hemos dicho “ojala lo hubiera hecho antes”?

Otra razón por la que no es sencilla la disciplina personal es que se enmarca dentro de la responsabilidad personal y ésta requiere grandes dosis de madurez y autocontrol. No todas las personas son capaces de asumir y gestionar su parcela de poder/responsabilidad en la evolución de su vida, de un proyecto o de una meta concreta.

### Imprescindible para alcanzar tus metas.

La disciplina, da sentido a las metas, sin ella se desdibujan y pierden fuerza.

Las personas intentamos mejorar aprendiendo a hacer cosas, nos pasamos la vida estudiando, realizando cursos, formándonos por nuestra cuenta, aprendiendo de las experiencias de la vida... y en ocasiones tenemos todos los recursos necesarios, incluyendo el talento, para realizar nuestros sueños, pero por falta de disciplina no los llegamos a materializar, nos conformamos con una parte ínfima de lo que podríamos conseguir por no tomar la decisión de actuar con autodisciplina.

Cuando actuamos alineados con lo que queremos conseguir el tiempo y esfuerzo se vuelven más rentables, dan más de sí.

Si nos proponemos algo y no actuamos de modo disciplinado, nosotras mismas acabamos desanimándonos y al final desistiendo después de unos cuantos intentos fallidos. Y lo que es peor, podemos empezar a pensar que “no somos capaces” cuando en realidad solo nos ha faltado persistencia.



En mi etapa como directora de marketing tuve la suerte de tener a mi cargo un equipo de treinta y dos comerciales, magníficos profesionales. Analizando las claves del éxito de los que obtenían mejores resultados, llegué a la conclusión de que había dos factores críticos, uno de ellos era la resistencia a la frustración, es decir, no desanimarse cuando algo no salía como se esperaba y el otro, la autodisciplina, el profesional que organizaba sus rutas, llevaba un registro minucioso de cada uno de sus clientes y las necesidades presentes o futuras que pudiera tener, planificaba cada visita, madrugaba para estar visitando al cliente de empresa cuando esta apenas abría, ese comercial, obtenía buenos resultados siempre. Porque trabajaba de forma constante y sistematizada.

### ¿Qué te aporta?

#### **Credibilidad.**

Nuestra solvencia personal se irá incrementando poco a poco, y eso será percibido por nuestro entorno.

Cuando nuestro entorno nos percibe como personas disciplinadas, nuestras palabras son sinónimo de garantía, no nos tenemos que esforzar por convencer a alguien de que vamos a hacer algo, esa persona lo dará por hecho porque el cumplir con nuestros compromisos forma parte de nuestra marca personal.

#### **Autoestima y confianza en ti misma.**

Al comprometerte contigo misma y actuar en consecuencia estás poniéndote en valor, te reconoces como persona, te respetas y quieres.

Sería muy injusto luchar por los deseos de otras personas y no hacerlo por los tuyos propios ¿no crees?

El trabajar de modo inteligente, te hará sentir que estas haciendo lo que debes hacer y el ir obteniendo resultados poco a poco te “empoderará”, tu autoconfianza mejorará y te sentirás capaz y llena de posibilidades personales.

#### **Tranquilidad personal.**

El saber que estás haciendo “lo que debes” hacer según tu modelo personal te hará sentir mas tranquila porque estás trabajando para alcanzar tus metas, eso hará que te desprendas de parte de la angustia que genera la incertidumbre.

#### **Ocúpate en lugar de preocuparte.**

De paso, eliminarás el bichillo de la conciencia que te repite “ahora tendrías que estar haciendo....”

#### **Mayor eficacia personal y nuevas oportunidades**

Te convertirás en una persona mas eficaz y con mejores resultados. Trabajando de forma constante por tus metas poco a poco irás avanzado hasta que las alcances porque cuando haces cosas, pasan cosas, el ponerte manos a la obra hará que surjan posibilidades que probablemente no te habías planteado al principio. Aprovéchalas. También tendrás mayor claridad sobre la situación en la que te encuentras y sobre tu futuro.

#### **Es un acto de Libertad:**

Se trata de ejercer la libertad de elegir qué hacer, cómo y cuando, y llevarlo a cabo por un compromiso contigo misma, no por una obligación de cara a otras personas. Eres la dueña de tu vida, tú decides.

#### **Empieza ahora.**

No vale decir “es que yo no tengo voluntad”. Como todos los recursos personales, la autodisciplina requiere un entrenamiento y se adquiere paulatinamente. Se trata de tomar la decisión consciente y responsable de trabajar para adquirirla.

Aplicála globalmente, en tus actividades profesionales y personales. No es compatible tener tu zona de trabajo perfectamente ordenada y el salón de tu casa hecho un caos, ser rigurosa con tu agenda profesional o de búsqueda de empleo y olvidarte de las actividades de tus hijos.

El primer paso para entrenarla es elegir un objetivo motivador y diseñar un conjunto de pasos a seguir para alcanzarlo, los que tú decidas, e ir implementando nuevas acciones progresivamente.

Se dice que en instalar un nuevo hábito se invierte alrededor de un mes. Tal vez exija un poco mas de tiempo romper con la dinámica de actuación que has tenido instalada durante muchos años. Lo importante es empezar.

Una vez iniciado el proceso, puedes ajustar estos pasos a seguir si los resultados no son los adecuados, se trata de revisar e implementar nuevas acciones de forma constante.

He tenido el placer de acompañar a muchas personas en este proceso. Si no consigues hacerlo tu sola, pide ayuda.

**Recuerda que eres dueña de tu vida, convierte tu libertad en Valor.●**

## EL FACTOR CLAVE DEL ÉXITO



DISCIPLINA





PENSAR + HACER = CONSEGUIR

WWW.EXITOENFEMENINO.COM

Eso sí, como cualquier cambio, al principio te producirá cierta incomodidad porque estarás ampliando tu zona de confort, pero una vez que la hayas adquirido, ese modo de actuar “te saldrá” de forma automática porque formará parte de ti. La clave es aprender a disfrutar de las tareas realizadas cuando y como te has propuesto.

**Isabel GÓMEZ López**  
[www.exitoenfemenino.com](http://www.exitoenfemenino.com)

Coach Profesional  
MBA – Licenciada en Ciencias  
del Trabajo  
Master en Marketing

# “España será el país europeo con un mayor crecimiento del ecommerce”



Gemma Sorigué, directora general de Ventas de LetsBonus

**Mujeremprendedora:** ¿Qué diría que diferencia a LetsBonus de otros portales de compra?

**Gemma Sorigué:** La principal diferencia es sin duda, el concepto premium que rodea a cada detalle de LetsBonus. No estoy hablando solamente del diseño de la web y las comunicaciones que enviamos a los más de 7,5 millones de suscriptores que tenemos en España, sino también de la calidad de los comercios que colaboran con nosotros. LetsBonus trabaja con los mejores partners en el campo del ocio, belleza, bienestar, restauración, etc. De hecho, respecto a este último sector, somos la única web de e-commerce en España que trabaja con 14 restaurantes estrella Michelin, hecho que muestra nuestro compromiso para ofrecer, como dice nuestro lema, “de todo, lo mejor”.

**M.E.:** ¿Qué objetivos se marca al frente de la dirección general de ventas?

**G.S.:** Para este 2013 tenemos 3 grandes objetivos: la calidad, la eficiencia y la innovación. Respecto a la primera, seguir trabajando con los mejores comercios del país para poder ofrecer las mejores experiencias a nuestros usuarios y al mejor precio. Por lo que se refiere a la eficiencia, el objetivo es analizar bien la demanda para tener la mejor oferta y, por último, cuando hablo de innovación es la voluntad de seguir siendo líderes en la prescripción de los mejores planes consiguiendo sorprender a nuestros usuarios todos los días.

**M.E.:** ¿Cómo valora la situación del sector e-commerce en nuestro país?

**G.S.:** La verdad es que estamos en un momento muy importante. El año pasado



LetsBonus ha reestructurado recientemente su cúpula directiva de modo que la Dirección General de Ventas ha recaído en Gemma Sorigué, que se ocupaba de la dirección del área desde la fundación de LetsBonus en 2009. Procedente de Emagister (Grupo Intercom) y Atrapalo.com, Gemma cuenta con más de una década de experiencia en el ámbito del comercio electrónico, y supervisará en su nueva etapa como directora general de Ventas todas las actividades comerciales de la compañía, así como su presencia internacional

batimos el record de facturación a nivel general del sector y, según los expertos, España será el país europeo con un mayor crecimiento del ecommerce de aquí al 2017. De todos modos, todavía estamos un poco lejos de los países nórdicos o UK aunque esta diferencia se está estrechando a pasos agigantados. El principal reto es romper el miedo a pagar online, que por suerte está aminorando.

**M.E.: ¿Cómo está afectando la crisis económica al sector e-commerce?**

**G.S.:** Es un hecho que la caída del consumo a nivel general ha afectado transversalmente a otros sectores y, también, por supuesto, al comercio electrónico. Sin embargo, el hecho de que cada vez hay más usuarios que utilizan internet y, en consecuencia, pueden comprar a través de la red, ha hecho amortiguar esta tendencia negativa. Además, en el caso de modelos de negocio como el de LetsBonus que se basan en descuentos de hasta el 70% y, por lo tanto, ayudan a optimizar los recursos destinados para el ocio, etc, se convierten en herramientas para poder combatir los efectos de una situación como la actual.

**M.E.: ¿Qué clases de productos compramos más?**

**G.S.:** Depende del vertical. En el caso de ocio, todo lo que se refiere a espectáculos y restauración tiene muy buena respuesta entre nuestros usuarios. En nuestra sección de viajes, las escapadas de fin de semana están muy solicitadas, sobre todo las que incluyen actividades extra como deportes de aventura, excursiones... Por último, todo lo relacionado con productos dirigidos al cuidado del cuerpo y a la

moda se convierten en los productos estrella de nuestro vertical de Boutique.

**M.E.: ¿Qué ventajas ofrecen plataformas como LetsBonus al consumidor?**

**G.S.:** Gracias a LetsBonus el consumidor puede disfrutar de una selección diaria de planes de ocio, viajes y productos con descuentos que se sitúan entre el 40 y el 70%. Además, nuestra web también es una plataforma de publicidad muy potente para los comercios con los que trabajamos ya que les permite llegar a millones de clientes de manera segmentada, local, en tan sólo 24 horas y sin costes fijos.

**>> Las mujeres tenemos unas cualidades que nos permiten tener mejores resultados en algunos ámbitos de la empresa, como pueden ser la comunicación, el liderazgo de personas, y sobre todo y muy importante el conocimiento del consumo como propias consumidoras que somos.**

**M.E.: ¿Cuál es la principal estrategia de marketing de LetsBonus para la captación de clientes?**

**G.S.:** Nuestro departamento de marketing ha realizado un enorme esfuerzo en captación de usuarios a través de los diferentes canales de marketing online como plataformas de afiliación, email marketing, acciones de patrocinio, display, retargetting, publicidad en redes sociales como Facebook y anuncios en motores de búsqueda como Google. Con esta estrate-

gia de adquisición hemos conseguido llegar a una base de más 7,5 millones de suscriptores.

**M.E.: ¿Cuáles diría que son los retos y las oportunidades para las mujeres en comercio electrónico e Internet?**

**G.S.:** Oportunidades hay muchas, pues es un sector en auge, joven y abierto que permite que ni el sexo ni la edad sean un inconveniente para conseguir éxitos profesionales más rápidamente que en otros sectores. Las mujeres tenemos unas cualidades que nos permiten tener mejores resultados en algunos ámbitos de la empresa, como pueden ser la comunicación, el liderazgo de personas, y sobre todo y muy importante el conocimiento del consumo como propias consumidoras que somos. Compramos online porque tenemos que gestionar el tiempo de forma muy eficiente y somos compradoras más impulsivas, así que a la hora de diseñar la estrategia de producto tenemos más nivel de detalle y más conocimiento del target al que nos dirigimos. En el caso de LetsBonus siempre he intentado tener un buen equilibrio de mujeres en posiciones de management de ventas, pues aportan más conocimiento del producto y más calidad y exquisitez. Los hombres aportan más en otros ámbitos, por eso es tan importante el equilibrio. Uno de los retos en el ecommerce es la conciliación familiar. Es un sector que se mueve con gran rapidez y que necesita de una dedicación y flexibilidad muy alta. No podemos permitirnos que el sector pierda profesionales de gran talento por miedo a dejar de lado su vida personal. Y en este reto debemos ser las mujeres sobre todo las que potenciamos el cambio. ●

**Isabel GARCÍA**

# Andalucía



En Andalucía creemos en la superación y el avance continuo.  
Creemos en las personas, en el valor del esfuerzo y la solidaridad.  
Aspiramos a lo mejor en infraestructuras, medio ambiente,  
educación, cultura, sanidad, tecnología e investigación.

Porque al futuro hay que llegar a tiempo.



**AnaMaHerrero**  
Directora de Montaner & Asociados



## *La incertidumbre y el sentido crítico*

**L**levamos un largo periodo de tiempo donde la incertidumbre acampa entre nosotros. Está presente en las realidades personales y en las empresariales y la gestión de sus consecuencias incontroladas se hace tremendamente difícil.

¿Cuándo y dónde surgió la primera alarma generada por la incertidumbre? ¿Fueron los balances negativos o la desesperanza de las personas por no tener modelos referentes coherentes y sólidos? Dar respuesta a esto generaría un buen debate en cualquier medio de comunicación. Desde este espacio expresaré lo que para mí aporta la revolución de la incertidumbre y el sentido crítico desde el punto de vista del desarrollo de personas en las organizaciones.

La incertidumbre lleva con nosotros mucho tiempo, la defino como “el conjunto de realidades que tienden a sacarnos de nuestra área de confort porque no responden a nuestras rutinas organizativas o personales”. La “fiel o infiel” compañera de la incertidumbre es el sentido crítico y la defino como la capacidad de enfocar un problema desde distintas perspectivas. Hoy se escribe y se habla mucho de zona de confort, de lo que aporta al desarrollo personal cruzar la barrera hacia nuevas situaciones que reten a la persona a lograr sus objetivos por otros caminos antes impensables. El sentido crítico permite que la incertidumbre tenga un sentido proactivo hacia la generación de alternativas en una cadena de elecciones constructivas o rechazos negativos.

Por lo general, en las empresas ha existido la incertidumbre en mayor o menor grado y ha sido entendida como un elemento ajeno que crea distorsión y aleja a los equipos y a la gestión de los resultados más óptimos.

¿Y si provocamos un cambio y la incorporamos a la estrategia?

La incertidumbre como eje que se instala en la estrategia se presenta como un elemento controlado a través del sentido crítico y se transforma en una herramienta base de innovación, creatividad y mejora permanente, facilitando que las empresas se fortalezcan y se entrenen para escenarios extremos de un entorno, como el de ahora, que provoca gran incertidumbre.

Gestionar la incertidumbre y el sentido crítico permiten desarrollar la resistencia a la frustración a través de la creatividad; es posible innovar y descubrir más de dos alternativas de solución, es posible entrenar competencias relacionadas con el miedo al fracaso: la paciencia, la constancia, la calma, la capacidad de crear sinergias entre recursos, la implicación, la escucha activa, la confianza en uno mismo y en el equipo...

### **“¿Quiéserios”**

Si trabajamos desde la estrategia la gestión de la incertidumbre y el sentido crítico, facilitando que la toma de decisiones en la empresa se fortalezca y con ellas sus cuadros directivos, generando proactividad y posibilitando una organización madura y preparada permanentemente que dará respuestas eficaces en momentos especialmente críticos.

Si decides incorporar a tu estrategia la gestión de la incertidumbre y el sentido crítico te animaría a que concretaras en un plan de acción, definiendo sus objetivos; eligiendo a las personas adecuadas alineadas con la visión, la misión y los valores de la empresa, que lo desarrollen bajo indicadores de excelencia; creando herramientas y espacios que permitan el desarrollo del plan; y permitiendo, que desde el control, el método y los resultados trasciendan al resto de la organización.

Tu empresa y tus equipos serán más fuertes ante la adversidad, ¿darás el paso? ●

2ª FASE

Santander  
Plan Activación

10.000  
MILLONES DE EUROS

para  
impulsar **tu empresa**

Consigue una financiación a tu medida

Consulta en oficinas Santander

Queremos  
ser tu banco

 **Santander**  
un banco para tus ideas

bancosantander.es  
bsan.mobi



## Directivas

### Consuelo CASTILLA

Presidenta del Grupo MC Asociados  
Consultoría integral de Recursos Humanos

# ¿Cómo seguir siendo un líder?

Vivimos en un entorno globalizado y enormemente cambiante. Los modelos de trabajo que antes utilizábamos ya no nos aportan resultados satisfactorios en las cuentas de resultados. Además, los escándalos de corrupción y la falta de ética tanto en la política como en los negocios ocupa demasiadas portadas en los medios de comunicación de nuestro país.

Sumando estos factores, el perfil del directivo ha tenido que redefinirse. Se hace necesario pasar del jefe local al directivo global. Un directivo global que necesita guiarse, más que nunca, por valores como la transparencia, la independencia de criterio, la honestidad y el trabajo en equipo. No hay entrevista con un profesional directivo en la que no abordemos estos temas en profundidad.

Debemos encontrar a esos profesionales capaces de generar impacto-influencia, y que sean conscientes de la importancia de la ética en los negocios.

Por otra parte, cuando buscamos a un líder tanto para una empresa nacional como para una internacional, estamos buscando a alguien que esté dispuesto a salir de su zona de confort. La globalización y la crisis que estamos atravesando hacen que nuestros directivos tengan que estar dispuestos a arriesgarse, a remanergarse y decir, ante esta realidad, yo me adapto. Esto supone en muchas ocasiones ir a trabajar fuera del país o viajar frecuentemente.

Y esto a los españoles nos cuesta más, ya sea por nuestra cultura o por estar acostumbrados a que los mercados más próximos nos respondieran estupendamente.

Pero las cosas han cambiado y en estos tiempos más difíciles es necesario que, al igual que el resto de la población, los directivos vean en la crisis una oportunidad para regenerarse y para aprender a partir del cambio. No nos podemos permitir el no-cambio, tirar la toalla porque vemos perdido un trabajo que nos mantenía desde hace décadas. Estamos ante un nuevo escenario y si nos quedamos en las butacas esperando a ser los actores principales gracias a un director que nos venga a buscar, seguramente vamos a seguir esperando sentados, sin tomar las riendas de nuestro futuro profesional.

En nuestro trabajo vemos a diario el dinamismo de los que están dispuestos a moverse y vivimos la internacionalización como un hecho cotidiano y en varias direcciones. A veces, son empresas extranjeras las que contactan con nosotros buscando el talento que hay en nuestro país como sucede con los ingenieros españoles, muy demandado en muchas latitudes. Y cada vez más, empresas de nuestro país buscan profesionales en el extranjero o quieren llevar a sus profesionales fuera del país porque se han dado cuenta de la necesidad de vender externamente para que su negocio prospere. Las cifras en este sentido, hablan por sí solas. Un 77% de las personas que actualmente lideran las empresas en España, va a potenciar la internacionalización de su negocio en este año, según datos de la Confederación de Ejecutivos y Directivos con KPMG. Doy fe de ello y, si bien hace unos años cuando una empresa quería crecer planteaba su expansión en otra ciudad u otra comunidad española, hoy en día vender fuera puede suponer vender en China o Brasil. E incluso para seguir trabajando en España hace falta esta visión global. Es necesaria la llamada "glocalización" que supone tener la experiencia de un mundo global y que ello te permita actuar mejor localmente.

Está claro que la capacidad de adaptación es un valor al alza. Quitarse los prejuicios, abrir la mente a otra cultura, otras maneras de hacer, estar dispuesto a pasar unos años fuera de España o a renunciar a ciertas cosas que se creían imprescindibles, se hace necesario para ser un directivo valorado hoy en día.

Y sin duda, las palabras adaptación, idiomas, apertura, movilidad o globalidad deben ir acompañadas de otras, como son transparencia, autenticidad, trabajo en equipo y honestidad. Esta suma es indisoluble para todo aquel directivo que quiera seguirlo siendo de ahora en adelante. Saber esto nos permite poder actuar. Estamos en el buen camino. ●

# Decálogo para encontrar empleo a los 50

**Entrenando tu Talento** ([www.entrenandotu-talento.com](http://www.entrenandotu-talento.com)), expertos en el asesoramiento y la orientación de carrera dirigida a personas desempleadas que quieren encontrar trabajo, a profesionales en activo que desean cambiar de empleo o de sector de actividad y a emprendedores que se plantean el autoempleo como una solución alternativa, comparte consejos y claves para orientar a todas aquellas personas con más de 50 años que se encuentren en búsqueda activa de empleo.

*“Un millón de personas desempleadas con más de 50 años, según los datos del Instituto Nacional de Estadística, es una cifra muy elevada que en Entrenando tu Talento nos hace reflexionar para aportar soluciones a este perfil de profesionales” afirma Marta Díaz Barrera, Socia Directora de Impulsando y Entrenando tu Talento®, quien añade “nosotros diseñamos sesiones muy personalizadas, analizamos cada situación de manera individual y ofrecemos estrategias y claves para que este colectivo pueda seguir adelante e incorporarse de nuevo en el mercado laboral, bien sea por cuenta ajena, bien por cuenta propia”*

## Decálogo:

**1. Reflexiona sobre todos los puntos de la trayectoria laboral** que has desarrollado hasta la fecha. Este ejercicio te será de gran utilidad cuando estés sentado delante de un seleccionador.

**2. Reserva un rato para redactar** con palabras sencillas y lenguaje coloquial, lo que has aportado en la empresa X o Y, así como los proyectos de éxito y logros conseguidos. Es importante que los analices, estructuras y priorices.

**3. Comunica a todo tu entorno, la situación que vives actualmente.** Explícales qué funciones sabes desempeñar y qué objetivos tienes de ahora en adelante. La finalidad es que estos contactos se acuerden de ti y te tengan en mente en el momento en que escuchen a alguien hablar sobre una posible vacante u oportunidad.

Impulsando y Entrenando tu Talento presenta un decálogo práctico para orientar a los profesionales de más de 50 años



**4. Haz la siguiente pregunta a tus contactos profesionales:** “¿qué es lo que más destacarías de mi como profesional experto en el sector?” La imagen que los demás tienen de nosotros, no siempre coincide con la que tenemos de nosotros mismos y por esta razón resultará realmente útil lo que te respondan.

**5. Ten la mente flexible.** No descartes a priori nuevos horizontes o nuevos campos. Al contrario, ¡te recomendamos explorarlos!

**6. Valora tus vivencias y la madurez profesional que has adquirido a lo largo de los años.**

**7. Hazte visible en las redes sociales profesionales.** Ponte al día y crea tu perfil en varias redes.

**8. Planifica y lleva una agenda** que te permita marcarte objetivos, acciones y tareas diarias. No olvides incluir tiempo para ti y para tu familia.

**9. Habla sobre tus habilidades y sobre el valor** que realmente aportarías a esa organización, proyecto o estructura, cuando estés delante del seleccionador.

**10. Ponte en contacto con entrenadores y profesionales en orientación de carrera.** Son expertos y buenos conocedores del mercado laboral. Harán balance de tu situación para ofrecerte con toda seguridad, una visión y enfoque diferentes.

**11. Ten presente el autoempleo y el emprendimiento como vía alternativa.**

Esto implica plantearte poner al servicio de terceros todo el saber-hacer que has adquirido a lo largo de los años.

“Los profesionales que superan los 50 años tienen una gran experiencia acumulada que es importante que transmitan de manera segura y directa al seleccionador o futuro empleador. No resulta muy coherente que teniendo tanto que aportar a nivel profesional, se les descarte de antemano por una cuestión de edad” finaliza la Socia Directora de Impulsando y Entrenando tu Talento®. ●

# ITALICA

FESTIVAL INTERNACIONAL DE DANZA 2013

DEL 2 AL 21 DE JULIO

[www.festivalitalica.es](http://www.festivalitalica.es)

## TEATRO ROMANO DE ITÁLICA

2 **BÁRBARA SÁNCHEZ**  
LA SATISFACCIÓN DEL CAPRICHIO

5 Y 6 **MARTHA GRAHAM**  
**CONTEMPORARY DANCE**

Día 5 MOON / DIVERSION OF ANGELS /  
LAMENTATION VARIATIONS / FROM THE GRAMMAR  
OF DREAMS / CHRONICLE

Día 6 ERRAND / DIVERSION OF ANGELS /  
YOCASTA Y EDIPO / ACTS OF LIGHT

9 Y 10 **MOPA**  
ACOSTUMBRISMO

12 Y 13 **QUORUM BALLET**  
CÓRRER O FADO

16 Y 17 **BALLET NACIONAL DE MARSELLA**  
MÉTAMORPHOSES

20 Y 21 **KIBBUTZ CONTEMPORARY**  
**DANCE COMPANY**  
IF AT ALL

TODOS LOS DÍAS DE ESPECTÁCULO EN EL **TEATRO ROMANO**  
ACTUARÁ EL CUARTETO **GURUGÚ SAX** A PARTIR DE LAS 21:30  
Y UNA VEZ FINALIZADA LA FUNCIÓN

## ENCLAVE MONUMENTAL DE SAN ISIDORO DEL CAMPO

8, 11, 14, **GUILLERMO WEICKERT,**  
15, 18 Y 19 **CÍA. DE DANZA**  
LIRIO ENTRE ESPINAS

TODOS LOS ESPECTÁCULOS COMENZARÁN A LAS 22:30 H.



VENTA DE ENTRADAS  
**902 400 222**  
[www.elcorteingles.es](http://www.elcorteingles.es)



Publicidad  
**CARRERA S.L.**





Elena**SÁNCHEZ**Romacho

Secretaria de la Mujer de UPTA Andalucía

## *Una etimología equivocada*

**C**omienzo mi andadura en la Secretaria de la Mujer de UPTA Andalucía, asumiendo, en primer lugar, la necesidad continua de lo que tendré que afrontar para justificar la importancia y necesidad de que exista una Secretaria dedicada a la mujer autónoma.

Son abundantes y distintas las voces que señalan que la igualdad entre hombres y mujeres es ya efectiva, y que quizás este tipo de acciones no son indispensables. Soy mujer y soy autónoma, y aunque creo firmemente en que la igualdad de género esta cada vez más cerca, constato día a día, que la realidad sigue siendo otra. Somos iguales pero diferentes, con necesidades distintas y desde luego con obstáculos diferenciados.

El primer obstáculo para la mujer nos viene de lejos, y desde luego nos ha limitado socialmente, es su propia etimología. La etimología ya nos define como débiles, el término Mujer viene del latín “mulier”, que algunos textos relacionan con el adjetivo latino “mollis”, que significa “blando”. Según esta interpretación, la palabra “mujer” haría referencia a la “debilidad” atribuida al sexo femenino. Cuestión que por desgracia venimos arrastrando a lo largo de la historia y que nos ha obligado a esforzarnos más para demostrar nuestra valía y conseguir nuestros objetivos.

Llevamos años en la lucha por la consecución de la igualdad plena y poco a poco vamos superando barreras, y adquiriendo notoriedad y reconocimiento en el mundo empresarial, de hecho el número de mujeres que trabajan por cuenta propia es cualitativamente mayor que el de los hombres desde hace ya cinco años.

En la actualidad el numero de mujeres trabajadoras en España se acerca al millón, más concretamente somos 984.191 las mujeres que llevamos a cabo una actividad económica, Andalucía se consolida como

la segunda región con mayor numero de mujeres emprendedoras, siendo el total de mujeres afiliadas al RETA 148.778 en el ultimo mes, cifras que nos animan aun mas si cabe a continuar apostando por el autoempleo femenino como opción valida de acceso al mercado de trabajo.

Y hay un dato que contradice aquella etimología a la que hacemos referencia y es determinante a la hora de constatar el espíritu emprendedor de la mujer, el hecho objetivo de que son las mujeres autónomas las que mas resisten en el mercado de trabajo por cuenta propia y el colectivo que experimenta mas incorporaciones al RETA, pues de los

**“El número de mujeres que trabajan por cuenta propia es cualitativamente mayor que el de los hombres desde hace ya cinco años”**

14.119 bajas de autónomos en el ultimo año solo 2.542 pertenecían a mujeres. Habiendo aumentado su incorporación al Régimen Especial de Trabajadores Autónomos de la Seguridad Social desde el año 2009 en un 3%, a pesar de la crítica situación económica.

Parece que podríamos sacar una lectura clara, pues a pesar de la crisis económica el hecho de que el crecimiento de las mujeres autónomas y su permanencia como tales sea inversamente proporcional a la sufrida por el resto de autónomos, nos lleva a pensar que la mujer es la principal excluida del mercado laboral y está tendiendo al auto-emprendimiento para mantenerse a flote. Desde luego, esa actitud activa y ese arrojo para mantener el trabajo autónomo debe contar con una dedicación especial en entidades como UPTA-Andalucía.

Desde la Secretaria de la Mujer de UPTA Andalucía, trabajamos por el autoempleo femenino, y consideramos indispensables cuatro vertientes para la consolidación de la mujer autónoma, una de ellas y pilar fundamental para la consecución de cambios normativos y de interlocución ante las administraciones es el fomento de la capacidad asociativa de la mujer, acción que fomentamos y apoyamos de manera firme y directa.

Otra cuestión importante es el asesoramiento eficaz e individualizado de las medidas de apoyo a la mujer trabajadora autónoma; no nos sirve de nada la elaboración de medidas, acciones, avances normativos y demás planes que fomenten la igualdad y la cultura emprendedora de la mujer si estas, en su conjunto, no llegan a su destinatario final que es el amplio abanico de mujeres emprendedoras y autónomas que puedan beneficiarse de ello.

Así mismo, priorizamos la atención de jóvenes, mujeres del ámbito rural e inmigrantes, estos son tres colectivos, que necesitan especial atención, ya que representan un potencial de enorme crecimiento, debido a sus características. Las jóvenes encuentran múltiples obstáculos para incorporarse al mercado laboral, y optan tras su formación por autoemplearse; en el mundo rural hay una cuestión muy diferente ya que las mujeres siempre han tenido un protagonismo oculto formando parte de negocios familiares pero con nulo reconocimiento social, sin derechos y con un rol subsidiario, en cambio ahora y de forma progresiva vienen asumiendo la titularidad de esos negocios, y finalmente las mujeres inmigrantes, aquellas que comienzan a tomar un protagonismo que nadie había planificado, y con un número de altas en los últimos años a tener en cuenta, siendo este último, quizás, el perfil de mujer autónoma que necesita de más apoyo y asesoramiento por parte de organizaciones como UPTA Andalucía.

Por último, una de las vertientes más interesante es el trabajo por la conciliación de la vida personal y

profesional de estas mujeres, siendo este un reto, de todos los géneros, incluyendo aquí también a los hombres, que por supuesto deben incorporar su dedicación a la vida familiar a favor de una corresponsabilidad de las obligaciones; sin ello, y sin medidas por parte de Instituciones, Administraciones y Entidades como la nuestra, la conciliación sería un peso depositado únicamente sobre el hombro de la mujer.

Estos cuatro puntos definen las líneas de actuación que entendemos de vital importancia en el desarrollo de acciones que establecemos desde esta Secretaria y que preten-

**“La mujer es la principal  
excluida del mercado laboral  
y está tendiendo al  
auto-emprendimiento  
para mantenerse  
a flote”**

den asistir, representar y atender los intereses profesionales y económicos de las mujeres trabajadoras autónomas.

Nos sentimos orgullosos de los avances conseguidos en términos jurídicos y normativos, ya que son indudables, pero debemos continuar de manera firme en este camino hacia la igualdad, sobretodo cuando los últimos textos normativos sacados a flote por los distintos gobiernos central y autonómico y referidos a los emprendedores no cuenta con medidas especiales de apoyo que entendemos deberían seguir conteniendo. Ya no solo para ayudar a las emprendedoras y autónomas a salvar obstáculos que les son inherentes por naturaleza u otros motivos, sino para premiarlas por resolver y resistir dentro de su situación de trabajadora autónoma en una crisis económica como la que impera. ●



Empleabilidad  
Network  
Liderazgo  
Especialización  
Profesional

# postgrados

**Abogacía**

**Auditoría**

**Dirección de Personas  
y Gestión del Talento**

**Dirección Financiera**

**Dirección de Marketing**

**Responsabilidad Social Empresarial**

**Tributación y Asesoría Fiscal**

Abierto plazo de admisión

Más información en  
[www.loyolals.es](http://www.loyolals.es)



Escuela de Postgrado de la Universidad Loyola Andalucía

## *Violencia de género sin recursos, un arma más para los maltratadores*

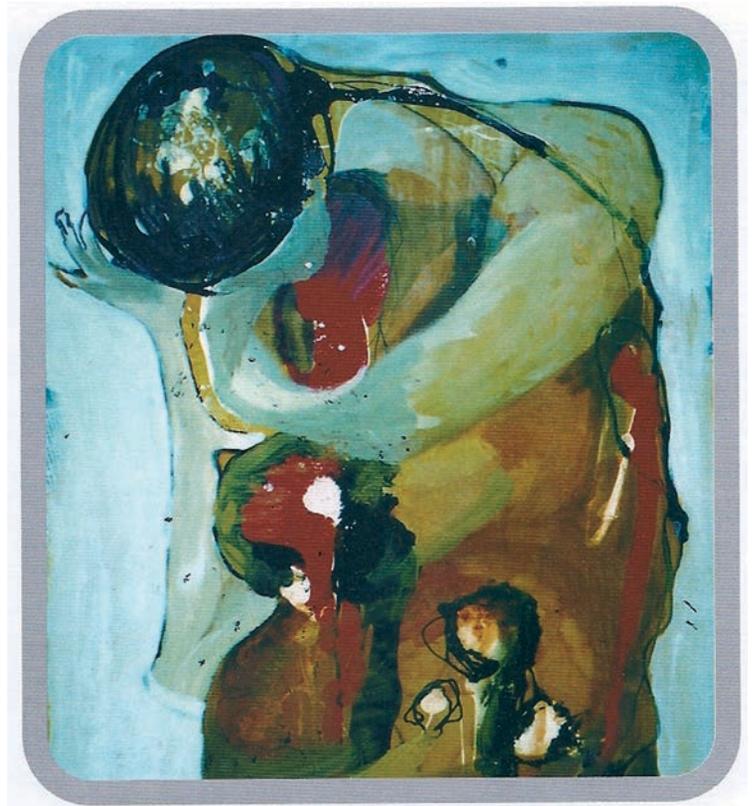
La vida sigue para ellas, o no, a veces se interrumpe, demasiadas veces, una equivale a mucho, saltándose la regla matemática. La vida sigue para las demás, para las que sufren en silencio, para las silenciadas a golpes, a gritos, con amenazas al oído; visiblemente magulladas por fuera, descuartizadas por dentro y muertas en vida.

Sus vidas continúan sin vida, sin esperanza, a puertas cerradas, en un mundo aparte, paralelo al nuestro, pero en vertical, de arriba a abajo, el suyo en el subterráneo. Y mientras sus vidas se pudren o acaban a puñaladas, de los que están arriba, algunos, quienes quieren, quienes lo intentan, pero, sobre todo, quienes se lo creen, hacen algo por ellas; otros, no.

Violencia de género, enfermedad diagnosticada en la sociedad, en cualquier sociedad, de ayer y de hoy, lejana y cercana a cualquier individuo; de alta mortalidad, endémica, que produce en quien la padece tristeza, miedo, terror, ansiedad, ataques de pánico, estrés, angustia, desesperanza y muerte; inoculada comúnmente por alguien cercano, de sexo varón, con el que se ha mantenido o mantiene una relación sentimental.

Indicaciones para atajar la enfermedad: en nuestro territorio además de dar cumplimiento al articulado de la Ley contra la violencia de género y al de la Ley de Igualdad, de desarrollar programas de coeducación en las escuelas intentando que esta llegue también a los hogares, debemos sobre todo dar una atención preferente a las mujeres que sufren violencia de género, a sus hijas, a sus hijos, para que puedan reconducir sus vidas lejos del maltratador. Y es que se debe considerar la lucha contra la violencia de género una prioridad en la agenda política estatal, autonómica y local.

Política local, la más palpable, vecinal, la que está más cerca, con la que nos sentimos comunidad, una política local hipotecada, de Ayuntamientos pobres y empobrecidos, sin recursos que ofrecer a su gente. Esta lamentable situación la pretende solventar el Gobierno de la nación eliminando los mecanismos y las herramientas de las que los organismos locales se sirven para atender a los ciudadanos y ciudadana-



nas, y de esta manera, ahorrar. Pero ahorrar para quién, para qué, si se va a ahorrar en las necesidades básicas, vitales, de las personas sin recursos que son las realmente más necesitadas.

Lamentable nos resulta, en la Secretaría de la Mujer de UGT Andalucía el Anteproyecto de Ley de Reforma de Racionalización y la Sostenibilidad de la Administración Local, que prevé suprimir los Centros Municipales de Información a las Mujeres, que son los servicios que operan de forma más próxima a las mujeres víctimas de violencia de género y primeras instancias en la detección y atención de estos casos; y es que además el citado Anteproyecto supondrá al mismo tiempo destrucción de empleo, unos 448 puestos directos, especialmente de mujeres. Lamentable, sí, lamentable. ●

Secretaría de la Mujer de UGT Andalucía

# Teatro de la Maestranza

## Real Orquesta Sinfónica de Sevilla: Reencuentro con Mahler

Los últimos conciertos correspondientes al ciclo de abono 2012-2013 han contado con la presencia de solistas de reconocido prestigio (también con una gran afluencia de público), tal es el caso de la sensacional violinista japonesa Akiko Suwanai, que volvía a sorprendernos con su técnica refinadísima y sublime expresividad, esta vez, en el diabólico y archiconocido Concierto en Re mayor, Op.35, una de las obras más brillantes y menos introvertidas de Chaikovski, en una velada que, bajo la dirección de Pedro Halffter, se completaba con la Tercera Sinfonía de Rachmaninoff, obra que muestra la influencia de la música americana en su autor. En la sesión de clausura, tuvimos ocasión de escuchar (primera vez por la ROSS) el Concerto Soirée para piano y orquesta en Do mayor, de Nino Rota -uno de los talentos más preclaros del siglo XX-, excelentemente servido por Benedetto Lupo y la dirección, sólo discreta, del austriaco Christoph Campestri, en un programa que se iniciaba con una obertura de Rossini y concluía con la risueña y felicísima Italiana, evocadora de un Mendelssohn ensoñador e irresistible.

Sin embargo, la auténtica revelación del ciclo sinfónico desarrollado a lo largo de la temporada recién finalizada estaba reservada a Gustav

Mahler y su profética (tres golpes del destino) Sexta Sinfonía, conocida como "Trágica", compuesta, paradójicamente, durante el período más feliz de la vida del compositor. Esta sinfonía, al igual que la Quinta o la Séptima (e incluso la Primera y la Novena) es una sinfonía 'orquestal' en la que, a diferencia de aquellas otras en las que el compositor utiliza elementos vocales para dirigirse a la humanidad de una manera directa, en las sinfonías puramente orquestales el proceso de su pensamiento se interioriza. Evidentemente, existe un sustrato de tradición heredada que vincula a Mahler con los grandes compositores del pasado, a los que supo reflejar como director y como creador. Huelga añadir que una obra de la dimensión y trascendencia de la Trágica exige unos recursos excepcionales, en consonancia con la complejidad del universo mahleriano. Para analizarlo, me permito recurrir, hoy, a Vicente Plural, seudónimo bajo el que se esconde un melómano de reconocida solvencia, quien, en un artículo aparecido en la prensa local, afirma que "la Sexta Sinfonía (¿Trágica o Krupp?, en referencia a este apellido, ligado a la siderurgia bélica) es una obra maestra a la altura de las mejores creaciones artísticas del ser humano. Y la ROSS -excepcional, de las mejores del mundo-, dirigida por Halffter, en versión apasionada, personal, arriesgada, consiguió la interpretación perfecta, inolvidable". Si, como suele decirse, la adversidad forja al individuo, los excelentes profesores de nuestra Sinfónica muestran un afán de superación capaz de sobreponerse a los embates de la tremenda crisis que padecemos, una sensación que, ciertamente, hemos podido experimentar a lo largo de una temporada que ha conocido momentos grandiosos, memorables. Como el de este Mahler reencontrado. **MFR**

## Brillantísima clausura de la temporada de ópera: Rigoletto

Es bien sabido que Rigoletto y La Traviata representan, junto a Il trovatore, la afirmación de la personalidad artística de Verdi en cuanto a su concepción del drama musical y la creación de un estilo mediante un proceso de creación interna de su personalidad, sin complicaciones ni sugerencias culturales. Verdi, 'teatral' por naturaleza, sentía, instintivamente, las situaciones dramáticas y los choques pasionales, aunque, a menudo, la violencia de los sentimientos prevalecen sobre la forma.

Dos elencos de altísima calidad y un total de ocho funciones conforman este Rigoletto en la soberbia producción del Teatro Regio de Parma, clásica, realista, con escenografía y vestuario de Pierluigi Samaritani y dirección escénica de Stefano Vizioli en la que abundan - como es de justicia- los cantantes españoles: Mariola Cantarero, exquisita, dúctil (impresionante ¡Caro

Nome!); Ismael Jordi, siempre ilusionante y seguro de sí mismo; Juan Jesús Rodríguez, fantástico barítono 'verdiano', de amplia tesitura y claridad vocal; María José Montiel -intensa y dramática Maddalena- o Ana Ochoa, entre otros, aunque también hayamos tenido el inmenso privilegio de disfrutar de grandes voces internacionales, como la de Leo Nucci, un auténtico gigante, en un personaje que ha interpretado ¡más de 400 veces!, capaz de levantar un entusiasmo raro vez vivido en nuestro coliseo; la soprano Jessica Pratt, en su debut en España, sin olvidarnos del malvado Sparafucile, a través del registro convincente de Dmitry Ulianov. La extensa relación de cantantes se completa con los nombres de Celso Albelo, Miguel Ángel Arias, Manuel de Diego, Damián del Castillo... con especial mención para el impresionante coro masculino, excelentemente preparado por Iñigo Sampil, otro de los imprescindibles. Pedro Halffter, detallista y sutil, imprimió a la ROSS la intensidad dramática que se espera de una obra como Rigoletto, capaz de seguir provocando pasiones centenarias y cuya propia universalidad constituye una de sus más serias dificultades.

**Miguel FERNÁNDEZ delos Ronderos**

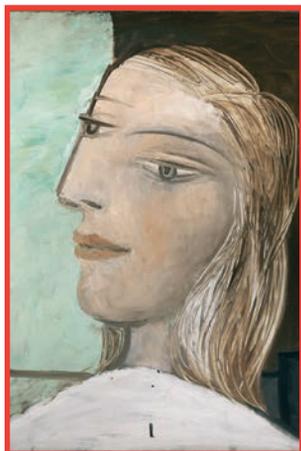
# 'Álbum de familia', en Museo Picasso Málaga

Del 24 de junio al 6 de octubre, la segunda de las exposiciones conmemorativas del X Aniversario del MPM, ahonda en la importancia que las personas que formaron parte del círculo íntimo de Pablo Picasso tuvieron como fuente de inspiración de su obra

El Museo Picasso Málaga (MPM) expone desde el pasado 24 de junio y hasta el próximo 6 de octubre la que es la segunda de las exposiciones conmemorativas del X Aniversario del MPM, 'Pablo Picasso. Álbum de familia', una exposición en la que el visitante puede ahondar en el concepto genealógico de Picasso, mostrando una galería de retratos en los que se aprecia la versatilidad de conceptos, técnicas y estilos que caracterizaron su trayectoria artística.

'Picasso. Álbum de familia' quiere ser una muestra de reconocimiento y gratitud a los herederos y allegados del artista, que a lo largo de estos años han brindado su decidida colaboración a esta institución. Por ello, muchas de las obras proceden de las colecciones de herederos de Pablo Picasso, así como del Museo Picasso, Barcelona y la Colección del Museo Picasso Málaga. El entorno más cercano de Pablo Picasso quedó representado en su trabajo y los miembros de su familia fueron referentes fundamentales en su obra, como lo demuestran

los innumerables retratos que de ellos realizó y en los que el artista proyectó su talento, su maestría técnica y su capacidad para trascender los límites clásicos de la expresión. 'Pablo Picasso. Álbum de familia' reúne un significativo grupo de 44 retratos procedentes de las colecciones de los herederos del artista. Realizados entre 1906 y 1971, gran parte de ellos están inspirados en las compañeras con las que Picasso



Pablo Picasso  
Retrato de mujer de perfil sobre fondo verde y marrón  
1938-1939  
Óleo sobre lienzo  
73 x 60 cm  
Colección particular

© Foto: Maurice Aeschimann

© Sucesión Pablo Picasso, VEGAP, Madrid, 2013.



Pablo Picasso  
Cabeza de mujer (Olga)  
Montrouge, 1917  
Óleo sobre lienzo,  
22 x 16 cm  
Colección particular.  
Cortesía Fundación  
Almine y Bernard Ruiz-  
Picasso para el Arte

© Foto: Marc Domage

© Sucesión Pablo Picasso, VEGAP, Madrid, 2013.

## Dennis Hopper.

### En el camino

#### Hasta el 29 de septiembre

Durante los meses estivales otra de las exposiciones que se puede disfrutar en el Museo Picasso Málaga es la de 'Dennis Hopper. En el camino', que estará expuesta hasta el próximo 29 de septiembre. La muestra recoge una selección de 141 fotografías en blanco y negro tomadas en su gran mayoría entre 1961 y 1967, algunas inéditas, compiladas tras un exhaustivo estudio de los archivos de su autor. La exposición incluye una sección de creaciones de Robert Rauschenberg, Ed Ruscha, Roy Lichtenstein, Claes Oldenburg, Andy Warhol y Tom Wesselmann, que formaron parte del círculo que tan cercano estuvo a Hopper.

compartió su vida, siendo el tema de la maternidad protagonista en algunas de las obras expuestas. También sus hijos están presentes en varios retratos en los cuales es posible apreciar una especial ternura. El conjunto adentra al espectador en un lugar en el que lo íntimo convive con lo artístico, en donde los límites entre arte y vida se difuminan. Otro aspecto a destacar es la innovación con la que el artista dotó a un género, el retrato, sometido hasta el siglo XIX a dar fe de la apariencia y personalidad del retratado. Reinención que conquista mediante un extraordinario y extenso vocabulario expresivo que hace inconfundible su mirada y su trazo en estos retratos. Las obras que componen la exposición resumen la capacidad de síntesis de Pablo Picasso, que le permite construir una imagen fidedigna e identificable de su modelo, en ocasiones incluso mediante mínimos trazos. Asimismo invita a reflexionar sobre cómo a partir del cubismo, aborda los múltiples puntos de vista en un rostro y en cómo esta alteración de la perspectiva clásica le permite al artista reflejar una realidad que también es diversa.

La muestra se complementa con una selección de 73 fotografías, parte de las cuales han sido prestadas para la ocasión por los herederos de Picasso, que permiten descubrir a las personas que formaron parte de su vida íntima en instantes de la faceta más cotidiana del artista. Varias de estas fotografías nunca habían salido de los álbumes particulares de la familia siendo pues la primera vez que se muestran al público. ●

### Más información:

[www.museopicassomalaga.org](http://www.museopicassomalaga.org)

# Agenda para el meses de julio y agosto

## JULIO



**01** **Entrada de Croacia en la Unión Europea, 28º estado de la UE**

**01-05** **Expo Franquicias Virtual Julio 2013**  
 ENTRADA LIBRE (desde la comodidad de tu computadora), con más de 150 expositores y 40 conferencias.  
[www.tenochpyme.com/expo](http://www.tenochpyme.com/expo)  
**AGENDA:**  
 - Puede participar gente de todo México y de cualquier lugar del mundo.  
 - Lunes a viernes habrá conferencias online en vivo con los líderes del sector y dueños de franquicias.  
 - Visitar los stands, ver la información, ver vídeos.  
 - Hablar en vivo con los expositores que estén conectados de 12:00 a 5:00 PM.



**02-04** **Conferencia CMEM 2013 La Coruña**  
 16ª Conferencia Internacional sobre Métodos Computacionales y Medidas Experimentales



**03-05** **Conferencia Hispano-Lusa de Ingeniería Eléctrica 2013 Valencia**  
 Organizado por la Asociación Española para el Desarrollo de la Ingeniería Eléctrica (AEDIE) y la Associação Portuguesa para a Promoção e Desenvolvimento da Engenharia Electrotécnica (APDEE).

**06** **Día Internacional de las Cooperativas**  
 Se celebra el primer sábado del mes de julio de cada año a partir del año 1995.



**07-11** **European Conference on Precision Agriculture 2013 Lérida**  
 "Facing new challenges, providing new solutions".



**08-12** **Convención de Medio Ambiente y Desarrollo en Cuba 2013**  
 El Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente de la República de Cuba invita a investigadores, profesionales, educadores, especialistas, gestores, empresarios y demás personas interesadas de todo el mundo, a participar en la IX Convención Internacional sobre Medio Ambiente y Desarrollo en el Palacio de Convenciones de La Habana.

**10-12** **Congreso de Ingeniería de Organización 2013 Valladolid**

**15** **The App Date Madrid Julio 2013**  
 Encuentro de referencia para profesionales y apasionados del mundo de las aplicaciones que une desarrolladores con emprendedores, diseñadores, visionarios e inversores. A realizarse en el HUB Madrid.

**23-28** **Jornada Mundial de la Juventud Río de Janeiro**

## AGOSTO

**07-11** **Feria Internacional de Computación 2013 - México**  
 Una de las ferias del sector más grandes de Latinoamérica con las últimas novedades en computación, electrónica, telefonía, videojuegos y comunicación.

**09-11** **Expoinnova internacional 2013 Panamá**  
 La primera Feria Familiar de Tecnología e Innovación en Panamá.

**09** **Día Internacional de las Poblaciones Indígenas**  
 Segundo Decenio Internacional, del 2005 al 2015, con el tema "Un decenio para la acción y la dignidad".

**12** **Día Internacional de la Juventud**

**23** **Día Internacional del recuerdo de la Trata de Esclavos y de su abolición**  
 En la noche del 22 al 23 de agosto de 1791, se produjo en Santo Domingo (actualmente Haití y la República Dominicana) el comienzo de una sublevación que sería de decisiva importancia para la abolición del comercio transatlántico de esclavos.



**26-29** **Congreso Ibérico de Agroingeniería y de Ciencias Hortícolas 2013 - Madrid**

## RECOMENDADOS



**GESTIÓN DEL TIEMPO EN BUSCA DE LA EFICACIA**  
Guillermo Ballenato Prieto  
Pirámide  
256 páginas

El tiempo es un recurso imprescindible para cualquier actividad. Administrarlo de un modo eficaz permite optimizar el rendimiento y alcanzar mejores resultados con menos esfuerzo. El tiempo se nos va de muchas maneras: charlas interminables, impuntualidad, Internet, interrupciones, desorganización, urgencias, perfeccionismo, etc. La inadecuada gestión del tiempo, además de tener consecuencias negativas en el ámbito profesional, tiene repercusiones importantes en el entorno personal, familiar y social

**MICROECONOMÍA INTERACTIVA I EQUILIBRIO PARCIAL TEORÍA DE LA PRODUCCIÓN Y LA OFERTA**  
Javier Puértolas Loreto Llorente  
Pirámide - 398 páginas

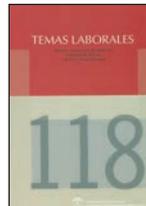


La teoría microeconómica aplica su lupa sobre los elementos básicos del funcionamiento de la economía y la toma de decisiones de los agentes que la forman. Las herramientas con que trabaja (funciones, gráficas, ecuaciones, propiedades y teoremas...) pueden causar en quien se acerca por primera vez a esta disciplina una intranquilidad similar a la de ver preparar aguja y jeringuilla antes de un análisis de sangre. Bajo la premisa de que sólo aprende realmente quien descubre, este manual busca la participación del lector

**COMUNICACIÓN EFICAZ TEORÍA Y PRÁCTICA DE LA COMUNICACIÓN HUMANA**  
Guillermo Ballenato Prieto  
Pirámide  
174 páginas



Una simple frase del tipo «Tenemos que hablar» puede dar lugar a una larga discusión que, paradójicamente, acabe empeorando la relación. La persona que habla, que escribe, que comunica, de algún modo ejerce sobre los demás un poder de influencia que debe conocer y saber administrar



**TEMAS LABORALES**  
Consejo Andaluz de Relaciones Laborales  
Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo  
240 páginas

Revista andaluza de trabajo y bienestar social  
118/2013 – Primer Trimestre



**HABLAR EN PÚBLICO**  
Arte y técnica de la oratoria  
Guillermo Ballenato Prieto  
Pirámide  
309 páginas

El dominio de las habilidades de la oratoria resulta hoy en día clave para el éxito académico y profesional. Hay múltiples ocasiones en las que tenemos que hablar delante de un grupo de personas. La simple idea de tener que hacerlo puede disparar la ansiedad: nervios, palpitaciones, miedo al ridículo

**MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL Y DE LA EMPRESA**  
Francisco J. Sarabia Sánchez (Coord.)  
Pirámide  
767 páginas



El actual panorama académico y el turbulento mundo empresarial y global del mercado demandan investigaciones que aseguren la máxima validez y utilidad de los datos. Los pilares que ofrece la investigación de enfoque científico son básicos para avanzar en el conocimiento y para abordar cuestiones de investigación en el mercado real.

**FINANZAS INTERNACIONALES PARA LA EMPRESA**  
Juan José Durán Herrera  
Fernando Gallardo Olmedo  
Pirámide  
554 páginas



Esta obra muestra el entorno económico, financiero e institucional en el que la empresa internacionalizada lleva a cabo sus actividades, y de manera especial el estudio de los diferentes mercados financieros internacionales a los que la empresa puede acudir para obtener financiación



**GRANDES PERSONAJES DEL SIGLO DE ORO ESPAÑOL**  
Juan Belda Plans  
Palabra - 427 páginas

En un tiempo en que se suele descuidar ampliamente el estudio y el conocimiento de la propia historia patria por parte del público en general (privan las disciplinas técnicas o de ciencias positivas), el presente libro se propone como objetivo principal dar a conocer una época privilegiada de la historia de España, que constituye el así llamado "Siglo de Oro" (siglo XVI).

**OPERACIONES FINANCIERAS AVANZADAS**  
María del Carmen Valls Martínez  
Salvador Cruz Rambaud  
Pirámide - 387 páginas



Las operaciones financieras son fundamentales en el mundo de la empresa y, como consecuencia de ello, ocupan un lugar preeminente en los planes de estudios de las facultades de Ciencias Económicas y Empresariales.

**IMPUESTOS PARA TODOS LOS PÚBLICOS**  
Francisco J. Delgado Rivero  
Roberto Fernández Llera (Coords.)  
Pirámide  
311 páginas



El principal objetivo de este libro es precisamente acercar a TODOS una materia tan cotidiana y fundamental como compleja, para avanzar en la educación fiscal. A través de un enfoque plural y multidisciplinar, con un destacado plantel de autores de diversos ámbitos, pretende mostrar los impuestos de forma amena y rigurosa.

# Un coche de 'aniversario'



Fiat presenta las primeras fotos oficiales del Fiat 500L Living, el nuevo modelo que se presentará mundialmente en el mes de julio con motivo del séptimo aniversario de la familia 500. Evolución del icono lanzado en 2007, el nuevo vehículo es un coche para disfrutar al máximo, que sintoniza directamente con un público heterogéneo, preocupado por las novedades y que busca un equilibrio entre funcionalidad y diseño para dar cabida a múltiples intereses y usos, sin renunciar al estilo.

El nuevo 500L Living reúne toda la simpatía del 500, la agilidad de un coche urbano, tan compacto como un coche medio, el confort y los contenidos de un station wagon del segmento C y el espacio y la versatilidad de uso de un monovolumen. Estos son los ingredientes de una nueva forma de concebir el automóvil, que no solo se basa en las características técnicas, sino también y sobre todo en la forma en la que se disfruta del coche: el 'living space', del que toma el nombre, se convierte así en protagonista de este vehículo.

500L Living es la fusión perfecta entre uso eficiente del espacio y el inconfundible diseño 'made in Fiat'. Con una tercera

El Fiat 500L Living es el más amplio de su categoría: 5+2 plazas en tan solo 4 metros y 35 centímetros

fila adicional de asientos, el nuevo vehículo es el monovolumen de '5+2 plazas' más compacto de su segmento: mide 435 cm de largo, 178 de ancho y 167 de alto. Es más, aún siendo 20 cm más corto que un Station Wagon del segmento C, el Fiat 500L Living asegura excepcionales valores en términos de confort, espacio y capacidad de carga como lo demuestra un volumen de 638 dm<sup>3</sup>.

El nuevo modelo se convierte así en el primer automóvil para toda la familia, que trata de llegar a todos los consumidores, tanto hombres con sus características de funcionalidad y eficiencia, como mujeres por su belleza, inteligencia y estilo. Y está destinado a complacer a los niños: su mirada representará un inmenso atractivo. En resumen, Fiat 500L Living es la expresión superlativa del ingenio característico de Fiat en la creación de automóviles que facilitan nuestra vida diaria, agregándoles un poco de

diversión. En el lanzamiento, Fiat 500L Living se equipará con dos motores de gasolina - 1.4 16v de 95CV y 0.9 TwinAir Turbo de 105 CV - y sendos turbodiesel: 1.6 Multijet II de 105CV y 1.3 Multijet II de 85CV, este último también con cambio automático. La gama contempla dos equipamientos, ambos con 5 ó 7 plazas, 19 colores de carrocería (incluidos 11 bicolors) y 6 tapicerías interiores, 15 tipos diferentes entre llantas de aleación y tapacubos: en total nada menos que 282 combinaciones posibles. Además, el nuevo Fiat 500L Living brinda el equipamiento digno de un segmento superior como lo demuestran los nuevos interiores en piel, el sistema de navegación integrado y la cámara trasera para ayudar en las maniobras marcha atrás. El Fiat 500L Living se producirá en la nueva factoría serbia de Kragujevac y los pedidos se abren en julio en Italia y paulatinamente en los demás países europeos. ●

LO RECONOCEMOS:  
SOMOS  
UN HOTEL  
DIFERENTE



OFERTA  
PARA 1 o 2 PERSONAS

105€

- Derecho a uso de piscina
- Desayuno buffet incluido
- Check-out a las 14 horas

Del 29 de mayo hasta finales de septiembre la azotea del hotel Santo Domingo se convierte en un oasis en pleno centro de Madrid. Un rincón maravilloso donde el sol de la ciudad se disfruta de otra manera.

El lugar perfecto para empezar o finalizar el día de la forma más fresca y relajante. Rodeado de las mejores vistas, mientras saborea una bebida o un sorprendente cóctel elaborado al momento.

El jardín vertical más grande del mundo, 200 habitaciones con decoraciones distintas, unas auténticas cuevas del siglo XVI transformadas en un original bar de copas... y ahora, en verano, una piscina donde empaparse de toda la magia y belleza del cielo de Madrid ¿Somos o no un hotel diferente?

Si en verano tiene que venir a Madrid, tiene que venir al Santo Domingo. El hotel de los mil y un deseos concedidos... de las mil y una sorpresas increíbles.

 /hotelsdmadrid

 @hotelSDmadrid

 HSantoDomingoMadrid



Búscanos,  
estamos en el centro

 HOTEL **SANTO DOMINGO**

El hotel del centro de Madrid

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

# Cádiz, un nuevo punto de partida para el Camino de Santiago

La Vía Augusta, nuevo itinerario desde Cádiz hasta enlazar con al Ruta de la Plata

La Vía Augusta, conocida como la calzada romana más larga de la antigua Hispania romana, unía los Pirineos con Cádiz, pasando por el Mediterráneo y adentrándose en Andalucía por ciudades como Sevilla y Córdoba, hasta llegar a Cádiz.

En los últimos años esta vía jacobea ha generado cada vez más adeptos, pues los viajeros que acuden a la capital gaditana en demanda de información han ido aumentando. Así lo indican los miembros de la Asociación Gaditana Jacobea Vía Augusta de Cádiz, a cuya sede en la gaditana calle de Sopranis acuden peregrinos de (sobre todo extranjeros) en demanda de información y solicitando credenciales para iniciar su andadura. Porque son varios los caminos que llegan a Santiago y el de la Ruta de la Plata que comienza en Sevilla, puede recorrerse incluso desde mucho más al sur.

Dicha Asociación gaditana, se ha encargado de señalar la ruta con las clásicas flechas amarillas conectándola con la Vía de la Plata. De esta forma, el peregrino que lo desee puede comenzar su periplo a Santiago desde poblaciones de nuestra provincia gaditana, y concretamente desde la capital.

El Camino empieza en la Catedral de Cádiz, auténtico kilómetro cero de la ruta a Santiago, y finaliza en la Catedral sevillana, en cuya Puerta de la Asunción puede admirar una estatua de Santiago peregrino. Fin y comienzo. Omega y Alfa, pues aquí finaliza el Camino desde Cádiz, la Vía Augusta, pero comienza la Vía de la Plata.

La distancia Cádiz-Sevilla por la ruta señalizada es de 190 kilómetros, dividida en siete etapas, siendo totalmente apto el trazado para bicicletas.

Entre los lugares más emblemáticos por los que atraviesa esta ruta jacobea se encuentran el Barrio de El Pópulo (Cádiz), la calle Real e Iglesia Mayor (San Fernando), la iglesia de San Sebastián (Puerto Real), el convento del Espíritu Santo (El Puerto), la iglesia de Santiago (Jerez), la zona de lagunas de El Cuervo, las Atalayas de Montújar o el Puente de Alcantarilla (entre Las Cabezas y

Dunas de El Chato, Cádiz



Utrera), donde se puede ver sobre su pilar central la inscripción AVGVSTVS PONTEM, que confirma que el sendero sigue por el histórico camino de época romana. Finalmente se interna en Alcalá de Guadaíra y se dirige a Sevilla a través de su barrio de Santa Cruz para finalizar en la mayor catedral de la Cristiandad.

Las poblaciones por las que pasa el sendero son desde Cádiz, San Fernando, Puerto Real, El Puerto de Santa María, Jerez de la Frontera hasta llegar a Sevilla, pasando por El Cuervo, Las Cabezas de San Juan, Lebrija, Utrera, Dos Hermanas y Alcalá de Guadaíra. En estas dos últimas el sendero se divide, el viajero puede elegir entre ambas con rumbo a Sevilla a través de una de las poblaciones.

Concretamente en Cádiz ciudad, el sendero recorre lugares indispensables como la Catedral Vieja, en la Plaza Fray Félix, el antiguo teatro romano del Pópulo y el Arco de los Blancos. Continúa por el Barrio de Santa María y la antigua Cárcel Real, ahora Casa de Iberoamérica.

Cuando el viajero llega a San Fernando atraviesa la Calle Real, pilar base de la ruta, ya que conectaba a Cádiz con el resto de la península. Su nombre era Camino Real en la época de los romanos. La Iglesia Mayor de San Pedro y San Pablo, puede verse en esta parte del sendero, construida en el siglo XVIII, la que fue el primer lugar en el que los diputados de las primeras Cortes Constituyentes de España (1810) realizaron su juramento antes de trasladarse al teatro de la ciudad. Como dato curioso del viaje, en esta Iglesia se encuentra el Cristo de mayor relevancia de la ciudad, El Nazareno. Según cuenta la tradición, en 1751 su imagen fue hallada en el antiguo mesón del Duque, en un equipaje que dejaron dos viajeros italianos.



Entre las ciudades de San Fernando y Jerez de la Frontera, por donde pasa la ruta, atravesando Puerto Real y El Puerto de Santa María, se encontraría el Portus Gaditanus, una antigua población romana donde los antiguos viajeros de la Vía Augusta podían dejar sus ropajes y dar descanso a sus caballos. La ruta desde aquí, conducía a Las Tablas, pasando por Asta Regia, ahora Mesas de Asta, 11 kilómetros al oeste de Jerez de la Frontera, la cual también se ha señalado como antigua ubicación romana.

Sin embargo, y dada la importancia de Jerez, el camino ha sido señalado de manera que el caminante puede hacer una parada en esta rica ciudad y pueda contemplar su Iglesia de Santiago, de estilo gótico, ubicada en la Plaza del mismo nombre. En otros lugares como Puerto Real, señalado como otra de las paradas posibles, pueden verse las conchas, colocadas por la Asociación Jacobea, que señalan que el viajero va por buen camino.

A su paso por El Puerto, el viajero se encuentra con el Puente de San Alejandro, antiguo puente que cruzaba el río Guadalete desde tiempos históricos. En esta parte de la Vía se encuentra el denominado Camino de Roma o Camino de los Romanos, donde actualmente puede verse un cartel reafirmando que la Vía Augusta pasaba por ahí.

Los lugares más paisajísticos y rurales de la ruta que el viajero puede ver son el Parque Metropolitano de Los Toruños y Pinar de la Algaida (entre Puerto Real y El Puerto de Santa María), la zona de Guadalcaçín, con las Lagunas Saladas, reservas naturales como Chica o la Sierra de Gibalbín, que lleva al viajero por el sendero paralelo al río Guadalquivir.

En Mesas de Asta se dice que en su zona más alta, en esta parte del camino, hace 3.000 años quien miraba al horizonte podía ver el mar. Hoy no se ve pero existen aún restos de él presentes en la zona, como indica la existencia de conchas marinas.

En el tramo de la Sierra de Gibalbín se han encontrado cuatro villas romanas antiguas: Romanina Alta, Haza de la Torre, Fuente de Salud y La Isleta. Muchas de estas villas servían para los romanos como posadas o mansios para descansar en su camino por la Vía Augusta.

La frontera que separa las provincias de Cádiz y Sevilla era uno de los lugares más significativos donde los romanos hacían una de las paradas de su viaje. En ella se sitúa El Cuervo, donde se encontraba una de las Casas de Postas, lugares que servían de reposo y descanso para los viajeros y sus animales de la Vía Augusta.

La ruta también atraviesa Las Cabezas de San Juan, donde pueden verse las Atalayas de Montújar. Según los historiadores estas torres fueron construidas antes de la llegada de los romanos, en concreto por el general cartaginés Aníbal. Sin embargo, posteriormente fueron heredadas por los árabes quienes les darían su nombre actual.

Desde Utrera a Sevilla, el camino se divide en dos variantes que el viajero puede elegir para proseguir su camino en la ruta. Ambos caminos están señalizados. Por esta zona se encuentra el ya citado Puente de las Alcantarillas.

El punto final del sendero es la Catedral de Sevilla, de estilo gótico tardío, una impresionante construcción que el viajero no debe perderse por su riqueza arquitectónica y monumental. Es aquí donde la Vía Augusta se conecta con la Vía de la Plata. Aunque la calzada romana, la más larga jamás construida en España, prosigue hasta Los Pirineos, la unión de la Vía Augusta con la de La Plata supone el trayecto más largo para llegar a Santiago de entre los peninsulares. Según la Asociación Gaditana Jacobea Vía Augusta, cada vez hay más peregrinos que parten desde Cádiz con rumbo al Camino de Santiago.

### La Vía Augusta en la historia.

La Vía Augusta original es la calzada romana más larga de la antigua Hispania (España) con una longitud de 1500 kilómetros que discurrían desde Los Pirineos hasta Gades (Cádiz). Esta vía fue construida por los romanos para conectar la sede del imperio, Roma, con el sur de España. La calzada pasaba por Híspalis (Sevilla), pasaba también por Córdoba y conectada con Cartagena desde donde se recorre el resto de la vía a través de la costa mediterránea.

La Vía Augusta se citaba en el denominado Itinerario Antonino, y se describía así como eje principal de la red viaria entre la Hispania romana y la misma Roma. Se comunicaba con la Vía Domitia, la cual a través de la Galia Narbonense enlazaba con la Ciudad Eterna. El nombre original de esta vía era Vía Augusta Julia, honrando a los emperadores Julio César y Augusto, interventores de la construcción de este camino hacia finales del siglo I a.C.

Su nombre ha quedado en el callejero urbano de la ciudad de Cádiz, la antigua Gades: Vía Augusta Julia, que es la que conecta la ciudad de Cádiz a través del istmo con San Fernando, su última calle en el espacio, la más antigua en el tiempo. ●

# Puerto Antilla Grand Hotel, golf con acento andaluz

Situado en la playa de Islantilla, este hotel brinda la oportunidad de jugar en algunos de los mejores campos de golf del sur de la Península

A un lado, el océano Atlántico. Al otro, paisajes que se sumergen en bosques de pinos y eucaliptos, campos de olivos y naranjos, y extensiones de dunas y marismas. Esas son las vistas privilegiadas que rodean los campos de golf de la provincia de Huelva y el Algarve portugués, muy próximos a Puerto Antilla Grand Hotel, un hotel de cuatro estrellas que, con la llegada del buen tiempo, se convierte en algo más que un 'cuartel general' para los amantes del golf.

Y es que, a menos de 600 metros se encuentra el Club de Golf de Islantilla, con 27 hoyos y 3 recorridos, calles amplias y grandes greens, que parecen facilitar la posibilidad de birdie a sus jugadores. Puerto Antilla Grand Hotel mantiene con este campo un acuerdo de tarifas especiales.

Pero las posibilidades de juego se multiplican por ocho para los clientes de Puerto Antilla Grand Hotel, puesto que también mantiene acuerdos con otros campos de golf próximos al establecimiento, como Islantilla Golf Club, Isla Canela Golf Club, Dunas de Doñana, El Rompido Golf, Benamor Golf Club, Golf Nuevo Portil, Bellavista, Castro Marim Golf, Costa Esuri Golf y Quinta do Vale Golf.

Además de la naturaleza generosa que arroja el terreno, los campos de la provincia de Huelva y del Algarve portugués cuentan entre sus atractivos más destacados con recorridos cómodos para transitar a pie, leves desniveles formados por las dunas, gran variedad de tees e incluso 'esteros' -brazos de mar- que atraviesan el campo de golf, dotando de difíciles atractivos a cada uno de los terrenos de juego. Las figuras clásicas como lagos y calles onduladas tampoco faltan en los campos de la provincia y Portugal, escenarios de juego naturales diseñados por experimentados jugadores de golf, como Enrique Canales, Luis Recasens o Alfonso Viador, entre otros.

Cada recorrido supone un desafío tanto para los amantes del golf profesionales, como para los aficionados a este deporte que, sin duda, encontrarán en estos terrenos de juego infinidad de posibilidades para perfeccionar su swing.

Motivación y servicios de valor añadido. Dado el amplio abanico de opciones de juego que presenta la costa onubense, son muchas las empresas que se decantan por la organización de torneos de golf en sus campos, cursos de iniciación o incluso viajes de incentivo que utilizan



este deporte como motivación principal. Para todas ellas, Puerto Antilla Grand Hotel cuenta con las instalaciones más adecuadas para dar cabida a todo el personal y miembros de la empresa que se desplacen hasta Islantilla para organizar y participar en este tipo de encuentros.

Todos los que lo deseen, pueden disfrutar de las instalaciones de este majestuoso cuatro estrellas, alojándose en una de las 400 habitaciones con las que cuenta y aprovechar para conocer los servicios e instalaciones del hotel. Entre estos destaca un área Spa, Fitness and Beauty Center de más de 1.000 metros cuadrados, donde la salud y el bienestar son protagonistas, a base de tratamientos de belleza, relajantes y terapéuticos, perfectos para dejar atrás el cansancio diario. Solarium interior y exterior, jacuzzi, baño turco y sauna finlandesa, piscina climatizada, y salas de musculación y masajes, completan la oferta de instalaciones de esta área.



Los amantes del deporte y la acción también tienen en Puerto Antilla Grand Hotel su rincón particular. Cuenta con tres piscinas al aire libre y pistas de pádel. Asimismo, vela, windsurf, catamarán, salidas en barco, paseos a caballo, clases de equitación, senderismo, avistamiento de aves y deporte de riesgo y aventuras..., son otras de las actividades que el visitante puede practicar durante su estancia en este establecimiento. Sin olvidar a los niños, porque los más pequeños de la casa tienen también su espacio propio: una piscina infantil al aire libre junto a un miniclub, espectáculos de animación y entretenimiento pensado sólo para ellos.

La gastronomía es otro de los puntos fuertes de Puerto Antilla Grand Hotel, basada en la cocina tradicional andaluza, con guisos locales e internacionales, a base de productos variados y de primera calidad. Dispone de tres restaurantes, cada uno con

particularidades que los hacen únicos: el restaurante buffet Los Porches, con una cocina a la vista (showcooking), el restaurante a la carta Beturia, de ambiente romántico y agradable, y el Grill-Bar El Mirador, una magnífica terraza-bar situada en los jardines del hotel, con vistas al mar. Puerto Antilla Grand Hotel instalaciones de calidad, por su ambiente y trato agradable, y una situación privilegiada a orillas del Atlántico, donde jugar al golf se convierte, más que en un deporte, en un verdadero privilegio. ●

**Información y reservas:**  
959 625 100  
[www.puertoantilla.com](http://www.puertoantilla.com)



*con permiso*

**manuelBELLIDO**

bellido@mujeremprendedora.net

<http://manuelbellido.com>

## *En camino hacia la unión política*

**T**ranscurrieron algo más de diez años entre la caída del muro de Berlín en noviembre de 1989 y el atentado a las Twin Towers de Nueva York, en septiembre de 2001, una larga pausa entre dos épocas que se podrían considerar muy diferente. Como sucedió en el pasado, grandes acontecimientos logran cambiar el rumbo de la historia. El mundo cambió después de 1989 con la muerte del comunismo y el inicio de la era de la globalización y volvió a cambiar con por los atentados terroristas cometidos ese 11 de septiembre en Estados Unidos por miembros de la red yihadista Al Qaeda, atentados que causaron más de 3.000 muertos y 6.000 heridos. Fue el suceso que dio inicio a las denominadas políticas de guerra contra el terrorismo. Años después, otro gran terremoto, esta vez económico, sacudía a la sociedad mundial y en particular a la europea. La crisis económica de 2008 a 2013, también denominada Gran Recesión y originada en Estados Unidos, sacudió Europa con una tremenda crisis crediticia, hipotecaria y de paro; una gran convulsión que ha producido mucho dolor y de la que nos está costando mucho esfuerzo salir. Una pequeña luz se ve al final de este túnel. Al menos por lo que respecta a la economía española se acerca poco a poco a un punto de inflexión y en 2014, probablemente, se volverá a crecimientos positivos del PIB. Esto significa que "estamos al principio del final de la crisis". No solo en España, también en otros países de la UE se están viendo lo mismos síntomas.

Es posible que a la salida de la crisis vislumbremos un nuevo ciclo y se abra una nueva etapa para occidente. La pregunta

que todos nos hacemos es en qué dirección se moverá Europa y en particular la UE. Quizás el primer paso necesario sea redescubrir la conciencia de pertenecer a un continente que tiene un bien común, una raíz común y una meta común. Una percepción y un estado de ánimo que no se puede alcanzar solo a través de la política. Europa necesita un compromiso renovado por parte de cada uno de sus ciudadanos, a nivel personal y de pequeñas o grandes comunidades, instituciones, asociaciones y movimientos. Un impulso que desde la sociedad civil nos encamine a perseguir los más nobles ideales humanos que ya inspiraron a Adenauer, Monnet, Schuman, De Gaspari y a muchos otros que le siguieron en la idea de una Europa, pacífica, unida y próspera.

**"El destino de la humanidad es el de ser cada vez más una sola familia. Europa también está en ese camino. Pasada la crisis, esa será es su tarea primordial"**

Hoy se empieza a hablar de la necesidad inminente de una unión bancaria y de una unión fiscal; dentro de dos años, como muy tarde, se comenzará a hablar explícitamente de iniciar el camino de la unión política.

"Unida en la diversidad", es el lema de la Unión Europea, referido a la manera en que los europeos se han unido, formando la UE, para trabajar a favor de la paz y la prosperidad, beneficiándose al mismo tiempo de la riqueza de sus culturas, tradiciones y lenguas. Ahora se tratará de transformar y aplicar ese lema, con realismo y capacidad de sacrificio, en una realidad más concreta, más institucional y funcional, llevando la unión actual a una realidad política común que nos haga más fuertes, más solidarios y más capaces de afrontar los retos que la humanidad tiene por delante, el primero de ellos la construcción de un orden social más justo, solidario y sostenible. El destino de la humanidad es el de ser cada vez más una sola familia. Europa también está en ese camino. Pasada la crisis, esa será es su tarea primordial. ●



Pablo Picasso, *Madre y niño*, París, otoño 1921. Colección particular. Cortesía Fundación Almine y Bernard Ruiz-Picasso para el Arte © Foto: Eric Baudouin/© Sucesión Pablo Picasso, VEGAP, Madrid, 2013.

# PABLO PICASSO. ÁLBUM DE FAMILIA

24 de junio - 6 de octubre de 2013

museo**PICASSO**málaga



10 ANI  
VERS  
ARIO

# Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos de Andalucía

# Asociate

Una organización de autónomos para autónomos

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

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

**Córdoba**  
Alhambra II, nº 20, bajo  
14008 Córdoba  
Teléfono: 957 236 652 - Fax: 957 236 495  
cordoba@upta-andalucia.org

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

**Huelva**  
C/ Mackay McDonald, Local  
21004 Huelva  
Teléfono / Fax: 959 254 401  
uptahuelva@upta-andalucia.org

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

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

**Sevilla**  
C. Virgen del Valle 51-53, Local  
41011 Sevilla.  
Teléfono: 954 540 006 - 902 404 104  
Fax: 954 542 031  
uptaemprende@upta-andalucia.org  
proyectos@upta-andalucia.org

