

mujeremprendedora

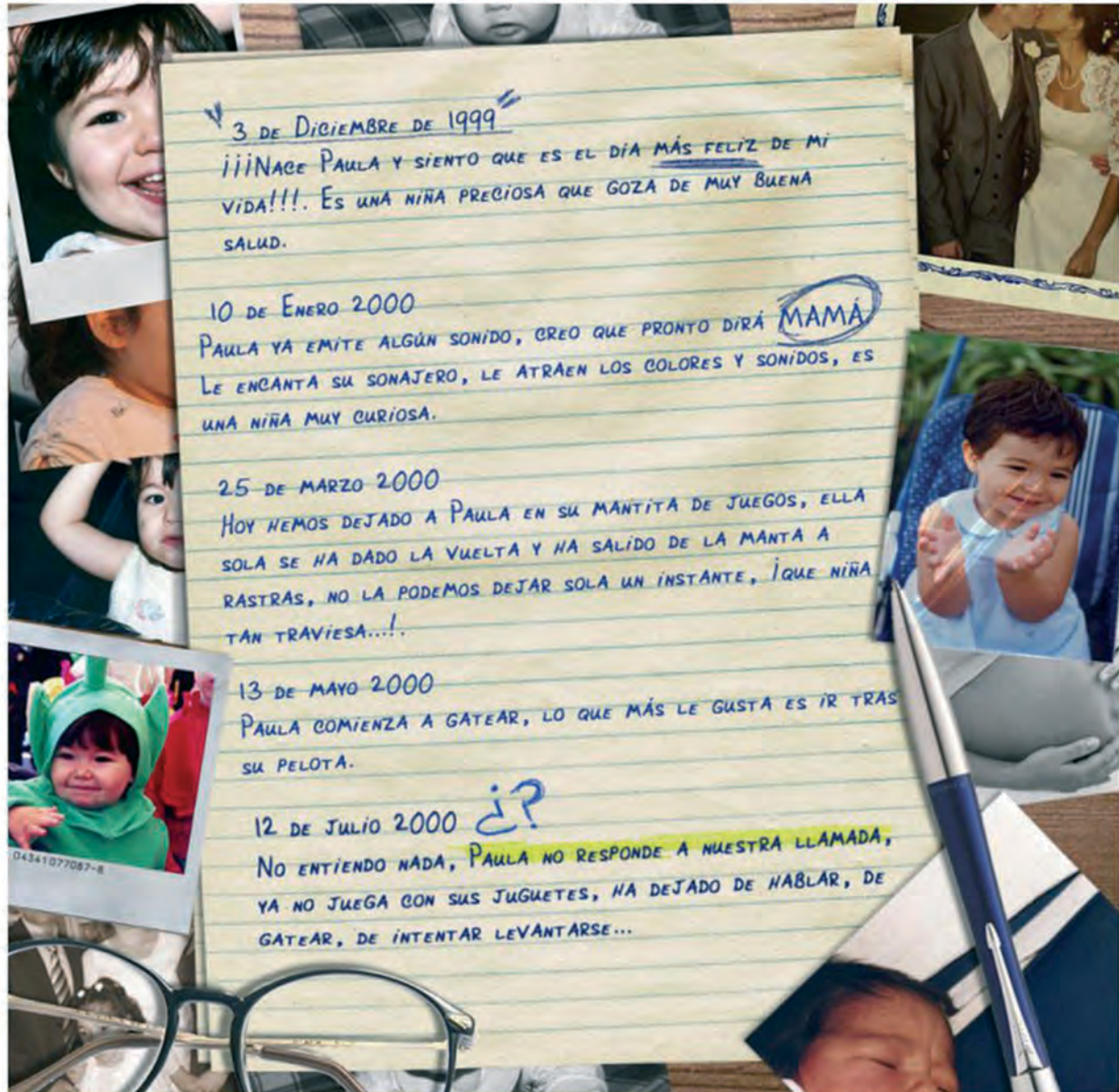
Entrevistas:

Izanami Martínez,
co-fundadora
y CEO de
Nonabox
Internacional

Adriana Di Ippolito,
responsable de
Trade Marketing KCP
para Iberia

El emprendimiento,
una salida a la crisis
para las mujeres

DIARIO DE UNA MADRE PRIMERIZA



3 DE DICIEMBRE DE 1999

!!!NACE PAULA Y SIENTO QUE ES EL DÍA MÁS FELIZ DE MI VIDA!!!. ES UNA NIÑA PRECIOSA QUE GOZA DE MUY BUENA SALUD.

10 DE ENERO 2000

PAULA YA EMITE ALGÚN SONIDO, CREO QUE PRONTO DIRÁ **MAMÁ**. LE ENCANTA SU SONAJERO, LE ATRAEN LOS COLORES Y SONIDOS, ES UNA NIÑA MUY CURIOSA.

25 DE MARZO 2000

HOY HEMOS DEJADO A PAULA EN SU MANTITA DE JUEGOS, ELLA SOLA SE HA DADO LA VUELTA Y HA SALIDO DE LA MANTA A RASTRAS, NO LA PODEMOS DEJAR SOLA UN INSTANTE, ¡QUE NIÑA TAN TRAVIESA...!

13 DE MAYO 2000

PAULA COMIENZA A GATEAR, LO QUE MÁS LE GUSTA ES IR TRAS SU PELOTA.

12 DE JULIO 2000 *¿?*

NO ENTIENDO NADA, PAULA NO RESPONDE A NUESTRA LLAMADA, YA NO JUEGA CON SUS JUGUETES, HA DEJADO DE HABLAR, DE GATEAR, DE INTENTAR LEVANTARSE...

Después de muchas horas de hospital y dos años de visitas médicas, los padres de Paula descubrieron que tiene síndrome de Rett, una **ENFERMEDAD RARA**, que limita su vida e impide alcanzar sus sueños.

Paula tiene **Síndrome de Rett**, pero existen más historias de otros niños como la de **Marta** con Aniridia, **Pedro** con Sanfilippo, **Lucas** con Osteogénesis imperfecta, **Alberto** con Síndrome de X Frágil y otros muchos ejemplos.

En el día mundial de las enfermedades raras hazte socio colaborador de FEDER y ayuda a las familias como la de Paula a que no se sientan solas



¿CÓMO IDENTIFICAR A LAS PERSONAS TÓXICAS



IZANAMI MARTÍNEZ JUNTO A SU SOCIO Y TAMBIÉN FUNDADOR RAMÓN SÁNCHEZ



SEGURIDAD EN INTERNET

5 ZONA OPINIÓN

5 **Kintsugi, "carpintería de oro"**
Anna Conte

7 ZONA HECHOS

7 **En cuatro vistazos**
8 **Tema de portada**

El emprendimiento, una salida a la crisis para las mujeres

12 **Reportaje**
¿Cómo identificar a las personas tóxicas?

14 **Entrevista**
Izanami Martínez, co-fundadora y CEO de Nonabox Internacional

17 **Perfiles para el cambio**

18 **Entrevista**

Entrevista a Adriana Di Ippolito, responsable de Trade Marketing KCP para Iberia

20 **Reportaje**
Seguridad en internet

21 **Todos los días deberían ser 8 de marzo**
Isabel García

22 ZONA MUJER

22 **Protagonistas**
24 **Emprendedora**
"Be Ubique, Coaching & Style"

26 ZONA EMPLEO

26 **Sindicatos CC.OO.**
24 **Reportaje**
Siete razones para incorporar mujeres a un equipo

28 ZONA OCIO

28 **Música**
29 **Libros**
30 **Viajes**
34 **Museo Picasso Málaga**
35 **Motor**

36 ZONA OPINIÓN

8 de marzo, un día para reconocer y festejar
Manuel Bellido

staff

EDITA: Grupo Informaria, empresa informativa fundada en 1996

FUNDADOR: Manuel Bellido

REDACCIÓN Y COLABORADORES:

Anna Conte, Isabel García, José Santos, M^a Ángeles Tejada,

Ana Pagador, Lourdes Otero, Vanessa Calvo,

Ana María Herrero y Susana Muñoz

DIAGRAMACIÓN: Francisco Javier Collados

FOTOGRAFÍA: Archivo Mujeremprendedora, Agencias

Dirección, Administración,

Distribución y Publicidad:

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

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

ISSN 1575-9377

Depósito Legal: SE-3043-99

www.mujeremprendedora.net

E-mail: mujeremprendedora@mujeremprendedora.net

redaccion@mujeremprendedora.net;

digital@mujeremprendedora.net

annaconte@mujeremprendedora.net

Premio ALMUR



Premio ARCO IRIS



Entre todos hemos conseguido convertir vuestra ayuda en medicinas, agua, alimentos, escuelas...
Hoy la historia de los niños en Filipinas se está volviendo a escribir.

Por ellos, desde Filipinas, te damos...

MILLONES DE GRACIAS

unicef 





para empezar
annaCONTE

annaconte@mujerempresadora.net

Editora

Kintsugi, "carpintería de oro"

En la segunda mitad de 1400 el shogun Ashikaga Yoshimasa gobernaba Japón, un día se le rompió el cuenco favorito donde bebía el té. No resistiéndose a perderlo, lo envió a China donde había sido fabricado para que intentaran repararlo. Después de una larga espera, le devolvieron el tazón, sin embargo... ¡qué decepción! Había sido reparado con grapas metálicas que no conseguían tener unidas a las piezas: por lo tanto, quedaba inservible para la ceremonia del té. Además la taza había perdido la gracia que la había convertido en un objeto tan apreciado por el soberano.

Yoshimasa no se rindió y ordenó a algunos artesanos japoneses que inventaran una forma de reparar la cerámica uniendo perfectamente las piezas rotas. El resultado fue sorprendente: los fragmentos fueron soldados a lo largo de las grietas con oro líquido y la taza recobró una inesperada belleza.

Probablemente sea solo una leyenda, pero la verdad es que el kintsugi –en japonés “carpintería de oro”– es desde hace seis siglos un arte original y aclamado de la restauración de la cerámica. La historia también dice que algunos coleccionistas japoneses rompieron deliberadamente cerámicas preciosas, para que fueran soldadas sus piezas rotas con el oro, tan sorprendente era el resultado y el éxito de kintsugi. El hecho es que objetos rotos y dañados pueden convertirse en verdaderas obras de arte, valoradas incluso más que cerámicas intactas, y que objetos de la vajilla destinados a la basura pueden tener una nueva vida.

El gran descubrimiento del kintsugi está en ese gesto: en lugar de ocultar el daño, se le da una nueva apariencia, no trata de arreglar un defecto, no prueba a repararlo con el fin de restituirle la perfección, sino que sencillamente transforma la pieza rota en algo diferente y completo al mismo tiempo. En la cultura del usar y tirar, aprender este arte de la restauración me produce el efecto

de tener frenar y parar, con calma y tomándome el tiempo necesario replantearme muchas cosas. Y no hablo sólo de cerámica, naturalmente.

Una fractura, una lesión deja una herida que puede parecer a veces imposible de cerrar, y este peso lo llevamos dentro como una integridad perdida, como algo que tendemos a ocultar. Sin embargo, el dolor es parte de la vida, forma parte, con más o menos fuerza, de la vida de todos, a cualquier edad, en cualquier cultura o condición social a la que pertenezcamos.



Nos recuerda que estamos vivos, nos enseña muchas cosas, y cuando se aleja nos deja cambiados y también mejores. Es este cambio que el oro produce en las ranuras y crea una nueva y valiosa pieza. La cerámica es aún más hermosa porque la restauración pone en luz la recompo-

sición que no entra en conflicto con la partición, la valoriza y le da sentido.

Ambas pertenecen al flujo de la vida, una ósmosis continua de los opuestos que juntos irradian auténtica belleza.

“El gran descubrimiento del kintsugi está en ese gesto: en lugar de ocultar el daño, se le da una nueva apariencia”

Sobre el kintsugi me ha hablado una amiga y me pareció ver reflejada su vida, su forma de ser, en una hermosa cerámica completamente surcada de oro. Era lógico reaccionar mirando dentro de mí para comprobar si había todavía grietas que recomponer. Me he puesto a la obra, rebuscándome en los bolsillos del corazón el oro necesario para repararlas. ●

queremos compartir contigo...

lo que te apasiona
lo que te emociona
lo que te une y anima



MÁS PASIÓN
primer Domingo
de cada mes

SEVILLA MAGAZINE
segundo Domingo
de cada mes

TAPAS Y VIAJES
tercer Domingo
de cada mes

QUÉ HACER EN SEVILLA
cuarto Domingo
de cada mes

Venta conjunta e inseparable por sólo

2,20€ con El Correo

En cuatro vistazos

FLASHES DE LA ACTUALIDAD

>> 'TARIFA PLANA'

La ministra de Empleo y Seguridad Social, Fátima Báñez, ha destacado recientemente la aplicación de la nueva tarifa plana a la contratación indefinida a los contratos fijos discontinuos, ante la Federación Hotelera Empresarial de Mallorca, en la clausura de las Jornadas sobre las relaciones laborales en el sector turístico. Fátima Báñez resaltó que debido a la importancia del sector turístico en nuestra economía, se han establecido mecanismos para tener en cuenta el impacto de las medidas que se adopten en el marco de las relaciones laborales en este sector. ●

**2**

>> LA PLATAFORMA PARA MUJERES 'ENRED' CUMPLE UN AÑO

EnRed, la red de contactos enfocada a mujeres de Deutsche Bank en España, cumple un año desde su creación en febrero de 2013. La entidad cuenta con más de 1.500 mujeres en España y 336 participan de forma activa en las diferentes actividades que lleva a cabo enRed. Es una Social Network que tiene como objetivo promover el talento, unir sinergias, romper silos y apoyar el crecimiento personal de las mujeres que forman parte del banco. ●

**3****1**

>> MARZO ES EL MES DE LA MUJER EN EL MUSEO DEL ROMANTICISMO

El 8 de marzo es el Día Internacional de la Mujer y el Museo del Romanticismo ha organizado distintas actividades conmemorativas a lo largo del mes de marzo. Entre otras, destaca el Club de lectura dedicado a la novela "El Despertar" de la autora estadounidense Kate Chopin, publicada en 1899. Considerada como la Madame Bovary criolla, su protagonista es una mujer burguesa que entra en crisis al poner en duda el papel del matrimonio y la maternidad, decidiendo romper con toda la seguridad que le otorga su privilegiado estatus social. ●

>> UPTA-A APOYA A LOS PROFESIONALES DEL SECTOR DE LAS PELUQUERÍAS

La Asociación de Peluquerías y Esteticistas de Jaén, ASPES, sectorial de UPTA Andalucía en la provincia ha denunciado el estado insostenible en el que se encuentran los profesionales de este sector, ya que, tras la subida de 13 puntos del IVA desde el pasado septiembre de 2012, les supone una subida del 8% al 21%. Con esta subida de IVA, los propios profesionales asumen dicho incremento o por el contrario la subida de precios, acarreado como consecuencia la disminución de clientela y en el peor de los casos el cierre del negocio. ●



El emprendimiento, una salida a la crisis para las mujeres



VIII Perfil Adecco de la Mujer Trabajadora

El próximo 8 de marzo se celebra el Día Internacional de la Mujer y Adecco ha querido analizar la situación laboral de este colectivo y presentar las conclusiones a través del VIII Perfil Adecco de la Mujer Trabajadora. En base a los datos publicados en la última Encuesta de Población Activa, que edita el Instituto Nacional de Estadística, Adecco –en colaboración con los investigadores de Barceló y asociados- ha detallado cuál es el papel de la mujer española en el mercado de trabajo. Éste corresponde al de una mujer de entre 35 y 44 años, con estudios superiores y que trabaja en el sector servicios.

Cada vez más emprendedoras

El colectivo de mujeres ocupadas ha agrupado en 2013 a 7,63 millones de personas en toda España. Una de cada ocho era emprendedora, grupo que ha sumado a 948.500 mujeres (12,4% del total). Tres cuartas partes de las mismas eran autónomas, en el sentido de que no tenían empleados contratados (686.175 mujeres). Las restantes 262.575 emprendedoras sí contaban con asalariados. Es decir que el 3,4% del total de mujeres ocupadas en España son emprendedoras con asalariados a cargo (1 de cada 30).

Lógicamente, el grupo más numeroso de mujeres ocupadas es el de asalariadas, que en 2013 suma 6,6 millones de personas (86,6% de todas las ocupadas). De éstas, tres de cada cuatro trabajan en el sector privado (5,075 millones) y el resto lo hace en el sector público (1,531 millones).

En síntesis y simplificando, puede decirse que, de cada 100 mujeres que trabajan en nuestro país, 12 son emprendedoras (3 con asalariados y 9 sin ellos) y 87 son asalariadas (67 en el sector privado y 20 en el público). La mujer restante corresponde a otras situaciones laborales,

tales como ser miembro de una cooperativa o trabajar en el negocio familiar.

El contexto laboral de 2013 ha sido difícil, lo que queda evidenciado en la pérdida de 215.500 empleos femeninos respecto al año anterior (-2,7%). No obstante, no han sido pocas las que encontraron en el emprendimiento una forma de sobrellevar la adversa situación. En efecto, el número de mujeres emprendedoras ha crecido el año pasado en 11.400 (+1,2%). Más específicamente, ha aumentado la cantidad de emprendedoras autónomas (+19.600; +2,9%), más que compensando el descenso de las emprendedoras con asalariadas (-8.200; -3%).

En cambio, el número de mujeres asalariadas se ha reducido en 218.300 (-3,2%). La mayor parte del descenso surge de la reducción de 130.300 asalariadas en el sector público (-7,8%). En el sector privado, la disminución ha sido más moderada (-88.000; -1,7%).

Análisis por edad

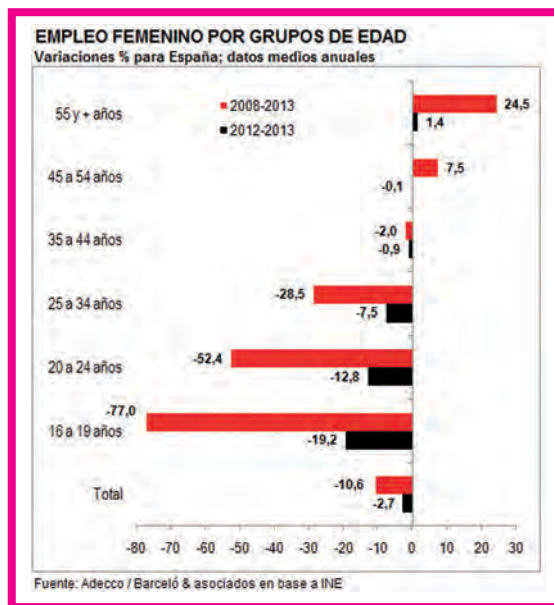
Siete de cada diez mujeres ocupadas tiene 35 o más años de edad. El grupo más numeroso, con el 31,2% del total resulta ser el de mujeres de entre 35 y 44 años de edad (2,8 millones de personas). Una de cada cuatro cuenta con entre 25 y 34 años (1,87 millones). Los grupos de edad más jóvenes tienen una participación en el empleo femenino más reducida: un 4,2% de las mujeres con empleo tiene entre 20 y 24 años (321.100 personas), al tiempo que aquellas con entre 16 y 19 años apenas dan cuenta del 0,38% del total (28.800 personas).

La evolución del empleo durante el año pasado varió directamente con la edad: a mayor edad, mejores resultados. Así, frente a una caída total en el empleo femenino del 2,7%, las mujeres de entre 16 y 19 años han tenido un recorte en la ocupación del 19,2% (pérdida de

6.900 plazas). En cambio, las mujeres de 55 y más años de edad han aumentado su ocupación un 1,4% (ganaron 14.400 empleos).

Esto resulta más marcado todavía cuando analizamos la variación acumulada a lo largo de los últimos cinco años. Entre 2008 y 2013 (años centrales de la crisis económica), el número de mujeres con empleo ha caído un

de las tareas de Servicios y Ventas (restauración, servicios personales, comerciales, dependientas, etc.), donde están ocupadas tres de cada diez mujeres que trabajan, sumando 2,29 millones. La segunda ocupación más importante es la de Técnicos y profesionales científicos e intelectuales (médicos, ingenieros, economistas, profesores, abogados, etc.), que reúne al 21% de las mujeres con empleo, con 1,6 millones.



En tercer lugar se sitúan las Ocupaciones elementales (limpieza, porteros, peones, vigilancia, etc.), con un 18% del total, equivalente a 1,37 millones.

Haciendo a un lado las Ocupaciones militares (dan cuenta apenas del 0,1%), las ocupaciones que emplean a un menor número de mujeres son las tareas Cualificadas agrícola-ganaderas (88.200 personas; 1,2% del total), los trabajos Cualificados de las manufacturas y la construcción (electricistas, soldadores, herreros, encofradores, etc.) (139.500 personas; 1,8%) y los Operadores de maquinaria (chóferes, ensambladores, operadores de maquinaria

específica, etc.) (163.200 trabajadoras; 2,1%). De acuerdo con el grado de capacitación exigido, una de cada tres mujeres trabaja en tareas que suponen una alta cualificación. Además de los Técnicos y profesionales científicos e intelectuales, es el caso de las mujeres que desempeñan tareas directivas (además de directores y gerentes, se incluyen los altos cargos de las Administraciones Públicas), que dan cuenta del 3,2% (241.800 personas), y de aquellas con trabajos Técnicos y profesionales de apoyo (inspectores, anestesistas, enfermeros, procuradores, etc.), que equivalen al 8,5% del total de mujeres con empleo (sumando 652.100 ocupadas).

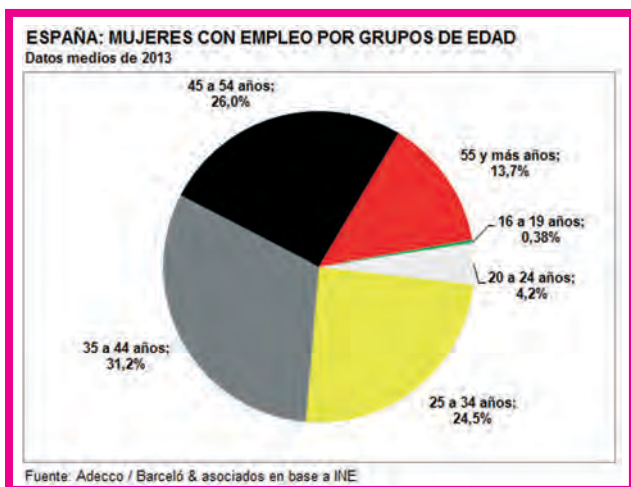
Nueve de los diez grandes grupos ocupacionales han visto reducir su número de mujeres ocupadas durante 2013. El único grupo que ha exhibido una expansión es el de Técnicos y profesionales de apoyo, que ha aumentado en 8.200 personas (+0,5%).

Lo anterior implica que los grupos de edad más jóvenes han sufrido fuertes caídas en la cantidad de ocupadas. Entre 2008 y 2013, el número de mujeres trabajando de entre 25 y 34 años ha bajado un 28,5%, siendo el que mayor cantidad de empleos perdió (-748.600 puestos). En términos porcentuales, el grupo más afectado ha sido el de mujeres de entre 16 y 19 años, cuyo número de ocupadas cedió un 77% (pérdida de 96.500 plazas).

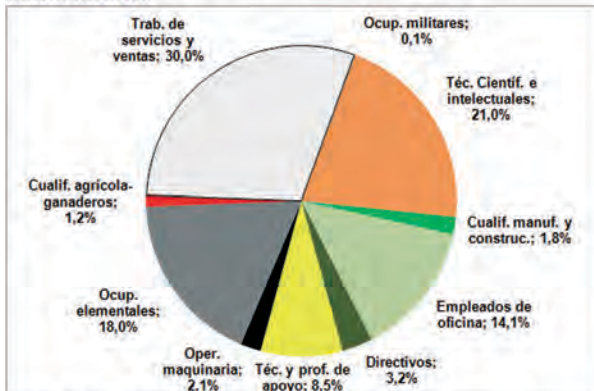
Análisis por ocupación

Teniendo en cuenta los diez grandes grupos de ocupaciones establecidos por la Organización Internacional del Trabajo puede señalarse que el más relevante es el

El mayor número de puestos de trabajo femeninos se ha perdido en los empleos de oficina (secretarías, cajeras, atención al cliente, etc.), con un descenso de 74.700 empleos (caída del 6,5% en comparación con 2012). No obstante, la caída porcentual más profunda corresponde



ESPAÑA: MUJERES CON EMPLEO SEGÚN OCUPACIÓN
Datos medios de 2013



Fuente: Adecco / Barceló & asociados en base a INE

a los trabajos cualificados agrícola-ganaderos, con un 16,1% (equivale a la pérdida de 17.000 puestos de trabajo).

La gravedad de la crisis económica no ha impedido que aumentara el empleo femenino en algunos grupos ocupacionales. Uno fue el caso de los Técnicos y profesionales científicos e intelectuales, que en el quinquenio 2008-2013 creció en 229.000 personas (+16,7%). El otro caso fue el de los Trabajadores de Servicios y Ventas, con una contratación neta de 186.900 mujeres (+8,9%).

Análisis por sector

Nueve de cada diez mujeres que trabajan lo hacen en el sector de los servicios. En efecto, tal ha sido el caso en 2013 de 6,8 millones de mujeres.

Las mujeres ocupadas en los restantes tres sectores suman 822.600 empleos. De ellos, el grueso corresponde a la Industria (manufacturas + energía), donde desempeñan su trabajo 560.400 personas de sexo femenino (7,3% del total).

En tanto que en la Agricultura desarrollan su actividad 177.900 mujeres (2,3% del total de ocupadas), en la Construcción lo hacen apenas 84.300 (1,1%). Los cuatro sectores han reducido el empleo femenino a lo largo de 2013. Donde mayor número de puestos de trabajo femeninos se han perdido es en los Servicios, con un descenso de 135.700 empleos (caída del 2%). Sin embargo, el recorte ha sido proporcionalmente mayor en los otros tres sectores, en especial en la Construcción, en donde la cantidad de mujeres ocupadas ha bajado un 12,1% (11.600 empleos destruidos).

Algo similar se observa al analizar las variaciones del empleo femenino durante la crisis.

En ese lustro, la ocupación de mujeres en los Servicios disminuyó en 551.300 personas, lo que equivalió a un descenso del 7,5%. El recorte fue proporcionalmente más grave en la Construcción, sector en el que perdió su empleo el 51% de las mujeres, con una pérdida de 87.900 puestos de trabajo.

Análisis según formación

El colectivo de mujeres ocupadas puede clasificarse en cuatro grupos según su nivel de formación: i) hasta educación primaria completa; ii) hasta primera etapa de educación secundaria; iii) hasta segunda etapa de educación secundaria y Formación Profesional, y iv) educación superior (universitaria, sea completa o no) y doctorado.

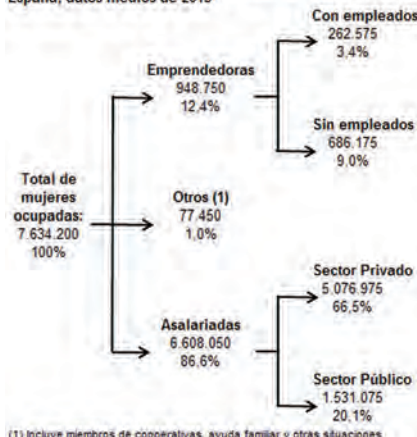
El grupo más numeroso, con 3,4 millones de mujeres, es el de aquellas que han alcanzado educación superior. Las mismas dieron cuenta en 2013 del 44,8% de mujeres ocupadas.

Las mujeres con empleo y educación no mayor que primaria equivalen a solo el 8,4% de las ocupadas, con 639.600 puestos de trabajo. Las mujeres con formación superior muestran una evolución en el empleo mejor que la de los restantes grupos formativos. Durante el año pasado, el número de ocupadas con educación superior creció en 4.500 personas (+0,1%), al mismo tiempo que el de aquellas con educación hasta primaria descendía en 81.000 (caída de 11,2%).

>> “El perfil de la mujer trabajadora en España es el de una profesional de entre 35 y 44 años, con estudios superiores y que trabaja en el sector servicios”

Los grupos con formación secundaria muestran resultados intermedios, con descensos en la ocupación del 3% en el caso de la primera etapa de la secundaria (pérdida de 53.200 plazas) y del 4,5% entre aquellas que alcanzaron FP y la segunda etapa de la educación secundaria (destrucción de 86.500 empleos).

MUJERES OCUPADAS SEGÚN SITUACIÓN PROFESIONAL
España; datos medios de 2013



(1) Incluye miembros de cooperativas, ayuda familiar y otras situaciones
Fuente: Adecco / Barceló & asociados en base a INE

La dispar evolución en el empleo entre las mujeres con educación superior y aquellas otras con menor formación es más patente cuando se analizan los cambios ocurridos entre 2008 y 2013. En ese período, las primeras ganaron 148.700 empleos (+4,5%) al tiempo que los restantes tres grupos formativos, tomados conjuntamente, sufrieron la pérdida de más de un millón de empleos.

Una vez más, el mayor golpe fue recibido por las mujeres con hasta educación primaria, que se vieron privadas de 412.800 plazas (-39,2%). Por su parte, el grupo con la primera etapa de la educación secundaria redujo su número de ocupadas en 297.200 mujeres (-14,7%) mientras que aquellas con segunda etapa de educación secundaria y FP perdieron 341.400 empleos (-15,6%).

Es decir, que las mujeres con formación superior pudieron ampliar su cantidad de ocupadas al mismo tiempo que lo perdían dos de cada cinco mujeres con educación primaria y, aproximadamente, una de cada siete con educación secundaria. ●



#BasketLover

actitudazul.com

Basket Lover

La Liga Endesa no sólo son canastas y partidos. Son las personas que comparten el esfuerzo, que se emocionan con una nueva jugada y que encuentran en el baloncesto la energía para continuar.

Y es que la Liga Endesa está llena de Basket Lovers.

Actitud Azul es hacer que las cosas sean posibles.



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

Endesa es patrocinador principal de la Liga Endesa, patrocinador de la Selección Española de Baloncesto y empresa colaboradora de la Copa del Mundo 2014.



luz · gas · personas



"La energía de la mente es la esencia de la vida" (Aristóteles)

Tal vez los vampiros no existan, pero sí es cierto que a nuestro alrededor habitan personas que nos "succionan" la energía, la alegría y el entusiasmo. No en vano suele llamarseles "vampiros energéticos".

Ya no se encuentran únicamente en el reino de las tinieblas, están en todas partes y tal vez convivas con alguno de ellos en tus círculos más próximos. Respóndete a esta pregunta ¿Hay alguien a quien evitas, personalmente o por teléfono? ¿Existe alguna persona con quien sola idea de hablar con ella ya te cansa? O después de una conversación, con determinada persona, por agradable que haya sido ¿Te sientes inevitablemente cansada?

La consecuencia más destacable cuando nos relacionamos con estos ladrones de energía es la sensación de cansancio. Suele tratarse de personas cuyo discurso gira entorno a sí mismas, llegando a ser repetitivas, otra característica es que con frecuencia caen en el victimismo. A menudo ignoran a sus interlocutores porque su mundo gira en torno a su ombligo, no ejercen ningún tipo de empatía hacia las circunstancias de su interlocutor. Son monotemáticos ("yo") y repetitivos. En este momento tan complejo desde el punto de vista económico se empieza a hablar de toxicidad social. Estamos sometidos a un bombardeo constante de informaciones y estímulos negativos que afectan nuestros estados emocionales,

esto termina alterando nuestra bioquímica corporal ya que hace que se genere más adrenalina y cortisol debido a la respuesta fisiológica del estrés, es decir, el miedo y la ansiedad generan una reacción bioquímica anómala que nos intoxica a nivel físico y emocional.

El psicólogo Bernardo Stamateas, en su libro Gente tóxica, plantea una relación con las diferentes tipologías que suelen adoptar estas personas. Es importante poder identificarlas con el fin de neutralizarlas. Estas son algunas de sus formas:

>>> "En este momento tan complejo desde el punto de vista económico se empieza a hablar de toxicidad social"

- **El cotilla:** Dicen por ahí que "no todos repiten los chismes que oyen, algunos los mejoran", sin duda, ese aforismo tiene que ver con este tipo de personas, que difunden rumores constantemente. Buscan la notoriedad y hacer aliados mientras menoscaban la imagen de los demás.

- **Culpabilizador:** Las culpa nos frustra y paraliza. Este tipo de persona nos envía

el mensaje “has sido tú”, “no lo haces bien”, “has hecho que me sintiera...”.

- **Envidioso:** Trata de boicotear tus proyectos buscando aliados para envenenarlos llegando incluso a la calumnia. Es la parte mas turbia de la admiración.
- **Descalificador:** Su objetivo es minar nuestra autoestima, hacernos sentir muy pequeños ante los demás para que él o ella puedan ser el centro de la atención y destacar.
- **Agresivo verbal:** Intenta hacer que te sientas débil con sus contestaciones agresivas y fuera de lugar, no tiene reparos en llegar al grito. En el fondo, intenta ser respetado generando miedo a su alrededor.

>> “Recuerda que eres dueñ@ de tu vida, convierte tu libertad en valor”

- **Utilizadores:** Muestran su cara mas amables mientras te utilizan como un fin para conseguir sus metas. Una vez alcanzadas, pierdes valor para ellos y te ignoran. Sienten un 0% de empatía hacia los demás.
- **La víctima:** Está anclado en el pasado y no deja de quejarse por todo. Da la impresión de que el universo ha diseñado un plan solo para fastidiarlo a él. Su mente es impermeable, es desconfiado y no tiene metas. Además de ser un ser tóxico para los demás, también lo es para si mismo.

¿El antídoto contra los vampiros energéticos?

Ahora que los hemos identificado, debemos reflexionar sobre cómo neutralizar y dejar de ser vulnerables frente a estas personas tóxicas. Lo haremos un el próximo artículo.

Recuerda que eres dueñ@ de tu vida, convierte tu libertad en valor. ●

IsabelGÓMEZ



Sobre la autora:

Isabel Gómez, es Consultora y Coach Profesional en Éxito en Femenino www.exitoenfemenino.com. Licenciada en Ciencias del Trabajo, Master en Marketing, MBA y Emprendedora vocacional. Isabel asesora a personas que desean desarrollar un nuevo proyecto profesional desde cero hasta su puesta en marcha con su programa REINVENTA TU CARRERA. <http://www.exitoenfemenino.com/reinventatucarrera/> ●

“Emprender no es cuestión de género si no de actitud, aptitud y esfuerzo”

Izanami Martínez es emprendedora desde los 18 años. Su primer negocio fue un centro de danza, yoga y pilates que mantuvo en Cádiz por 6 años. Es Antropóloga Social y Cultural de la UNED, cursó un Executive MBA de ISEM Fashion Business School Universidad de Navarra y tras graduarse Cum Laude del MBA fue seleccionada por Rocket Internet para lanzar GlossyBox en España. Pero hoy hablamos con ella como co-fundadora y CEO de Nonabox Internacional, la primera empresa de suscripción online ideada específicamente para embarazadas y bebés de hasta dos años de edad en Europa



Izanami Martínez junto a su socio y también fundador Ramón Sánchez



¿Cómo definiría Nonabox y cómo se le ocurre ponerlo en marcha?

En Nonabox enviamos cada mes a nuestras suscriptoras una exclusiva selección de productos, siempre sorpresa, siempre diferentes y siempre adaptados a sus necesidades y preferencias. Por solo 25€ al mes, descubren los mejores productos: ropita, juguetes, chupetes, biberones, cremas, libros... ahorrando tiempo y dinero. ¡El valor de cada Nonabox supera los 70€! La idea surgió a raíz del embarazo de mi hermana, en aquel momento estaba estudiando y trabajando y se sintió un poco sobrepasada por la enorme cantidad de productos disponibles en el mercado. Y así nació Nonabox, con el objetivo de ofrecer una solución a todas esas mamás con poco tiempo.

¿Por qué Nonabox? ¿Qué sugiere el nombre de marca?

Buscábamos un nombre para la marca que, estando relacionado con la maternidad, no fuese demasiado obvio. Nona, la menor de las tres Parcas romanas, hilaba los hilos de la vida y a ella se encomendaban las embarazadas romanas.

¿Cuál es el perfil de la mujer que se suscribe a Nonabox?

Nuestras suscriptoras son embarazadas y mamás que quieren descubrir los mejores productos para ellas y sus bebés ahorrando tiempo y dinero. Son muy activas en las redes sociales y en Nonabox encuen-

tran una comunidad en la que compartir sus experiencias, encontrar consejos e información y disfrutar aun más si cabe, de una de las etapas más especiales de su vida.

¿Con qué marcas trabajáis?

Colaboramos de forma exclusiva con más de 500 marcas en toda Europa. En España por ejemplo con Pasito a Pasito, Beginning by Maclaren, Bepanthol, Suavinex o Nuk.

➤➤ **“El objetivo de Nonabox es ofrecer una solución a todas esas mamás con poco tiempo”**

¿Cómo seleccionáis los productos de las cajas?

Cuidamos mucho la elección de los productos. Asesorados por expertos y mamás, buscamos y probamos productos que destaquen por su calidad, utilidad y diseño. Nonabox está hoy por hoy presente en cinco países (España, Alemania, Austria, Italia, Reino Unido).

¿A qué achacaría el éxito del producto?

Creo que el éxito de Nonabox se debe a que aporta mucho valor a embarazadas y mamás. La propuesta de descubrir cada mes los mejores productos ahorrando tiempo y dinero es muy atractiva, inde-

pendientemente del país. Además del producto, cuidamos mucho la atención al cliente. Son al fin y al cabo nuestras suscriptoras las que nos ayudan a mejorar cada día.

¿Con qué dificultades se ha encontrado a lo largo de su experiencia?

Más que dificultades, retos. En cada fase de desarrollo e internacionalización de Nonabox, hemos ido encontrándonos diversos retos que nos han ayudado a aprender y mejorar. Internacionalización, logística, recursos humanos... En todas y cada una de las áreas buscamos proactivamente retos que aceleren este proceso de aprendizaje y mejora constante.

¿Qué consejos daría a las mujeres que quieren emprender?

Exactamente los mismos que a los hombres. Emprender no es cuestión de género si no de actitud, aptitud y esfuerzo.

Antes de emprender, deberíamos saber...

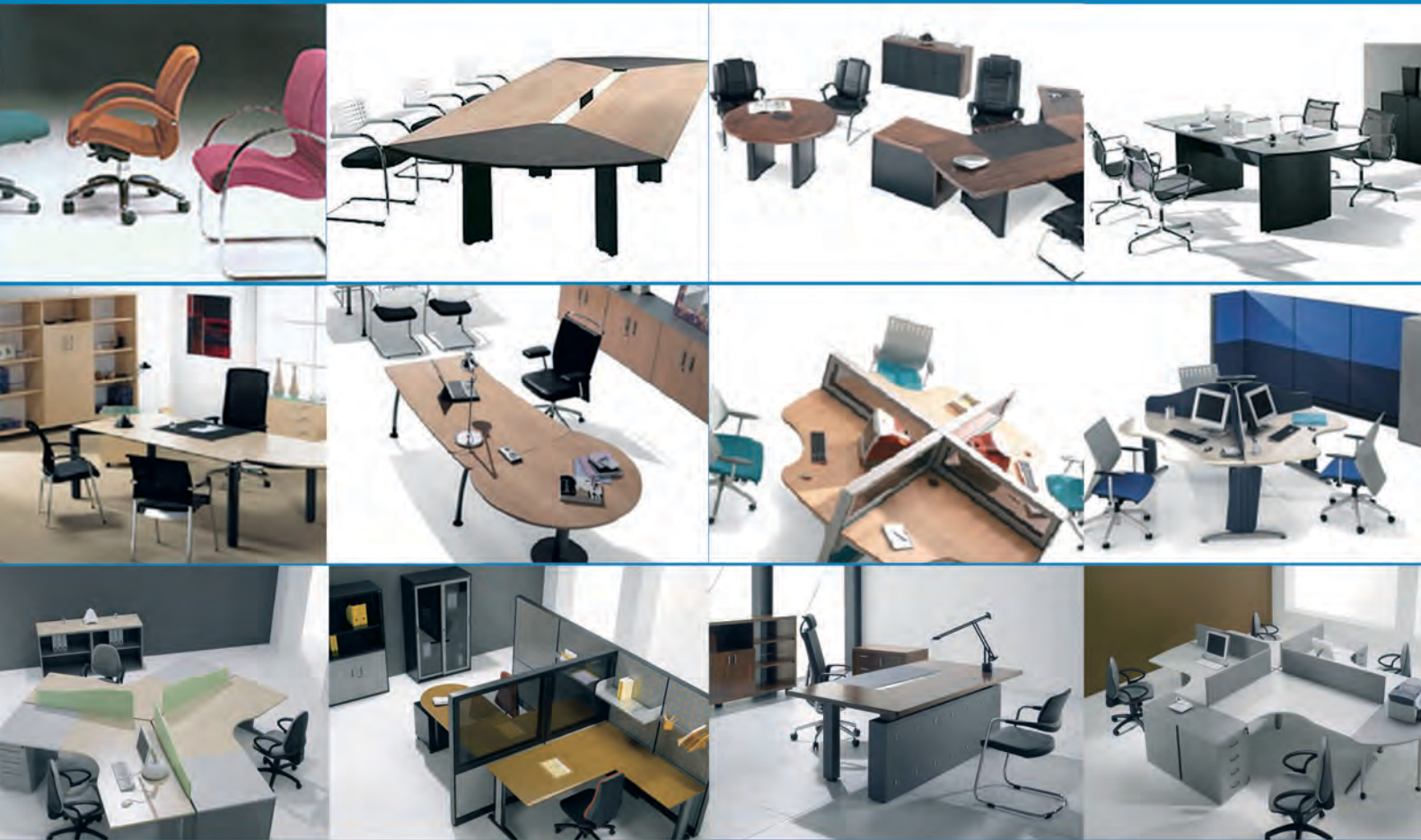
Que emprender supone pensar, hablar y sentir tu proyecto todas las horas que se está despierto. Por eso es muy importante elegir un producto o negocio que te apasione. Que sólo un buen equipo es capaz de llevar una idea hacia delante. Rodéate de un equipo con las aptitudes y motivaciones correctas e implícate. ●

IsabelGARCÍA



ORGANIZACION TECNOLOGICA Y SERVICIOS, S.L.

MOBILIARIO DE OFICINA



**Innovadora empresa especializada
en mobiliario de oficina.
Sabemos combinar a la perfección elegancia,
funcionalidad y confort.**

Parsi 11- nave 12-13

41016 - SEVILLA

Tef.: 954 511 922 Fax.: 954 260 620

web: www.otssl.net

email: info@otssl.net / otssl@otssl.net



Montserrat LUQUERO

Directora General de Hudson España

Perfiles para el cambio

¿Tanto ha cambiado el mundo en los últimos 5 años que necesitamos buscar diferentes líderes? ¿Se pueden desarrollar nuevas competencias en nuestros líderes que nos permitan hacer frente a las nuevas necesidades? ¿Cuáles serían estas competencias? Es indudable que atravesamos una época de reestructuraciones organizativas, reducciones de costes, fusiones o integraciones de empresas, la era digital, etc. En definitiva nuevas situaciones que requieren cambios que nos proporcionen en algunos casos la supervivencia y en otros la búsqueda de nuevas formas de desarrollar el negocio. Y si, los perfiles de los líderes tienen que cambiar. Ya no sirve “siempre se ha hecho así y funcionaba”. Ahora el consumidor o los clientes han cambiado sus necesidades y hay que responderles. Por ello nuestros líderes del momento tienen que ser atrevidos, sin miedo a equivocarse, tienen que aprender a trabajar de otra forma, a dirigir de otra manera, además de todo esto con la fórmula que nos enseñaron nuestros mayores, espíritu de sacrificio y trabajo, trabajo y trabajo.

Cuando pensamos en los perfiles que nos van a permitir ejecutar este cambio y buscamos esos profesionales, debemos tener en cuenta tanto las competencias como los intereses y actitudes, así como la capacidad de aprendizaje y sin olvidarnos de los conocimientos técnicos cuando sean necesarios para la posición.

Para los jóvenes talentos tendremos en cuenta la iniciativa, energía, orientación a resultados, resolución de problemas y trabajo en equipo, autorreflexión, flexibilidad y organización, mientras que en el lado de los profesionales con más experiencia, gestión de la incertidumbre, relaciones interperso-

nales, impulsores del cambio, visión estratégica, gestión de personas, planificación, liderazgo y resiliencia son las aptitudes que más tienen en cuenta las compañías.

Nuestro modelo de Competencias está estructurado en cinco clusters más uno adicional que permite integrar las habilidades específicas de la compañía: gestión personal, gestión interpersonal, gestión de tareas, gestión de información, gestión de personas y competencias propias de la compañía, como bloque adicional.

El éxito en el entorno profesional empieza por la gestión de uno mismo de ahí que se considere la gestión personal, el cluster principal o central. Las competencias que hay que tener en cuenta dentro de su bloque son: iniciativa, energía, autorreflexión, resiliencia y gestión de la incertidumbre. Se toma la gestión personal como la principal ya que para relacionarse con otras personas o gestionar distintos recursos, lo primero es saber gestionarse a uno mismo.

Las aptitudes como el trabajo en equipo, liderazgo, influencia o networking se incluyen dentro de la gestión interpersonal ya que todas ellas se utilizan para las relaciones con otras personas, fuera de un contexto jerárquico directo.

Además de las características descritas en los anteriores bloques un profesional talentoso, como los demandados en la actualidad, debería tener gran capacidad de análisis, comprensión del negocio y capacidad para desarrollar una visión, como aptitudes para una buena gestión la información. Los futuros empleados con mayor potencial deben también caracterizarse por un buen trabajo a la hora de gestionar tanto a las personas dentro de un contexto jerárquico, como las tareas. Por ello es importante ver en los perfiles de los candidatos, que cuenten con capacidades como el desarrollo de personas, coaching, organización del trabajo, planificación y establecimiento de prioridades.

Por último, algo muy importante en los perfiles de talento que se buscan y seleccionan en estos tiempos hay que incluir el último cluster, o competencia de la compañía. Se valoran las competencias específicas de la compañía, así como habilidades técnicas requeridas para el puesto.

Estas características de nuestro modelo de Competencias son, a buen seguro, muchas de las que han de tener los futuros empleados de las compañías y los futuros ejecutivos que están por venir. ●

“El entorno de trabajo es uno de los grandes olvidados”

Más sano, más seguro, más productivo, más seguro, estas cualidades definen un lugar de trabajo excepcional. Cualidades que facilitan un mayor compromiso de los empleados, refuerzan su imagen en el mercado y mejoran los costes de la empresa a reducir el absentismo laboral. Adriana Di Ippolito, responsable de Trade Marketing KCP para Iberia, nos da las claves para crear “lugares de trabajo excepcionales”

¿Al parecer limpieza e higiene no siempre quieren decir lo mismo?

Efectivamente. Un lugar, un objeto, puede parecer limpio pero puede que no reúna la condiciones de higiene necesarias. Podríamos decir que la percepción de limpieza está en lo que se ve y que la higiene afecta también a lo que no se ve. Si se limpia una superficie con un trapo sucio, quitaremos la mancha pero a lo mejor añadimos bacterias y gérmenes. El concepto de limpieza está totalmente asumido en nuestro país. Es un requisito para cualquier empresa o lugar público. El paso siguiente es que sean lugares saludables, y esto se consigue eliminando todo tipo de fuentes de contaminación bacteriana. Un ejemplo: un estudio reciente demuestra que los secamanos de aire son lo más parecido a una ducha de bacterias. También se ha comprobado que puede haber más bacterias en un picaporte, que tocamos continuamente, que en la taza del váter.

¿Cómo se crea un lugar de trabajo excepcional?

El entorno de trabajo es uno de los grandes olvidados y, normalmente, la última de las prioridades a la hora de poner en marcha iniciativas que mejoren la productividad y competitividad de las empresas. La crisis económica nos ha enseñado a definir y mejorar procesos, reducir costes, optimizar equipos humanos y técnicos, incorporar herramientas más eficientes... pero son pocas las empresas que han puesto su foco en la mejora general del lugar de trabajo y de la manera como éste se realiza, aún cuando a todas le gustaría figurar en los rankings de “las mejores empresas para trabajar”. Un lugar de trabajo excepcional es aquel que reúne una serie de factores objetivos y subjetivos que tienen un efecto

positivo en el trabajo y en quienes lo realizan. Hasta ahora se había puesto el foco en las instalaciones, el equipamiento, los servicios asociados. La novedad está en conseguir que sea también un espacio sano y saludable.



Adriana Di Ippolito

¿Qué beneficios empresariales aporta?

La salud y bienestar del empleado debe ser un objetivo prioritario de negocio, ya que los costes en productividad de una plantilla desmotivada y las bajas por enfermedades virales no planeadas, fáciles de prevenir con nuestro programas, son mucho mayores que la inversión que supone mantener un espacio de trabajo

limpio y cómodo. Invertir en mantener un entorno de trabajo saludable influye en el compromiso y motivación de los empleados y ayuda a reducir el absentismo laboral, que en 2010 supuso en España costes a las empresas de más de 2.100 millones

de euros. La duración promedio de baja por gripe o resfriado es de entre 2 y 5 días y su coste indirecto –lo que se dejó de producir– fue en 2010 de 64.000 millones de euros, más de 2.800 euros por empleado.

¿Por dónde hay que empezar?

El primer paso es establecer unos protocolos de higiene básicos que eviten o limiten el contagio de “enfermedades de oficina” como gripes y resfriados, erradicando la contaminación de virus y gérmenes. La salud y bienestar del empleado debe ser un objetivo de negocio, ya que los costes en productividad de una plantilla desmotivada son mucho mayores que la inversión que supone mantener un espacio de trabajo limpio y cómodo.

¿Y qué dicen los trabajadores?

Sabemos hoy que la mejora de las condiciones de higiene en la empresa se percibe de manera mucho más positiva que otros incentivos por parte de los trabajadores. Unos protocolos de higiene adecuados en la empresa reducen los niveles de enfermedad y con ellos el absentismo, aumentan la productividad, el compromiso de los trabajadores y su percepción de bienestar. ●

IMPULSAMOS TU ESPÍRITU EMPRENDEDOR



Basam Capital

ÚNETE A BASAM CAPITAL FRANQUICIA:

- ▶ Servicios de asesoría fiscal y consultoría
- ▶ Servicios financieros alternativos a la banca tradicional
- ▶ Servicios jurídicos

www.basamcapital.es

SEVILLA

Gonzalo Bilbao, 25-1º
Tel: 954 53 67 02
Fax: 954 53 85 20
info@basamcapital.com

ALICANTE - Petrer

Cardenal Payá, 9 bajo
Tel: 966 18 74 74
marco.elda@basamcapital.es

ZARAGOZA - Fabara

Industria, 29
Tel: 976 63 91 75
fabara@basamcapital.com

Seguridad en Internet

Consejos para protegerse frente al robo de identidad online

En la actualidad no existe ningún otro tema tan discutido como la protección de datos. Ya sea en buscadores, redes sociales o incluso al hacer compras online, los usuarios de Internet dejan el rastro de sus datos personales expuestos en multitud de plataformas.

Coincidiendo con la celebración del Día Internacional de la seguridad en Internet celebrado el pasado 11 de febrero, Rafael Gómez-Lus, experto legal de Trusted Shops en España, ofrece cinco consejos para la navegación segura en Internet:

1. A veces menos es más.

Se haga la transacción que se haga, en internet los consumidores deben facilitar sus datos personales cuidadosamente. Nunca se debe aportar más información de la absolutamente necesaria. Solo de esta forma los consumidores podrán evitar que sus datos acaben en manos indebidas. Esto también es aplicable a la dirección de correo electrónico (que suele ser exigida en las compras online para enviar la confirmación del pedido) y sobretodo en foros y sorteos.

2. Reconocer las tiendas online dudosas.

Para evitar la estafa online, los consumidores deben comprobar que las tiendas cuenten necesariamente con una identificación del vendedor. Cuando se trata con propietarios de tiendas dudosas, la Política de Privacidad y Condiciones Generales suelen contener errores o son difíciles de encontrar. Además, si el consumidor busca protegerse de forma adicional, es importante que busque un sistema de valoración o compruebe si la tienda está certificada con un sello de calidad, de esta forma los datos sensibles no acabarán en manos equivocadas.

3. No transmitir datos sin cifrar.

Al efectuar compras online es común el método de pago mediante tarjeta de crédito o débito. Si se utiliza este modo, ante el riesgo de facilitar los datos bancarios, los consumidores nunca deben transmitirlos sin cifrar. Lo que muchos consumidores no saben es que al enviar datos sin cifrar, pueden infringir los términos y condiciones de su banco. Para asegurarse de estar haciendo una transacción segura es aconsejable que antes de enviar la información de pago los consumidores comprueben si en la ventana del navegador aparece el símbolo de un candado o en la dirección URL aparece el código

por eso las contraseñas utilizadas siempre deben consistir en una combinación de caracteres especiales, letras y números. Lo mejor es utilizar diferentes contraseñas para diferentes aplicaciones y cambiarlas periódicamente junto a las preguntas de seguridad.

5. **Leer primero los condiciones generales de contratación y luego aceptar.**

En las redes sociales y servicios de Internet los usuarios a menudo necesitan

registrarse. A pesar de que no es una lectura emocionante, se recomienda necesariamente al usuario que lea durante el proceso de registro las Condiciones Generales y la Política de Privacidad. Solo de esta forma los usuarios pueden saber lo que está pasando con sus datos.



“https”. Estas dos señales garantizan la transferencia de datos cifrada.

4. Nunca guardar las contraseñas en ordenadores públicos.

Las contraseñas guardadas facilitan la navegación por Internet y eliminan el molesto proceso de iniciar sesión. Sin embargo, es importante que los usuarios de Internet prescindan de esta opción cuando estén utilizando un ordenador público, puesto que las contraseñas se guardan a través de cookies, que se almacenan en el equipo, y que harán que el próximo usuario inicie sesión automáticamente en esa cuenta. Además, algunos virus informáticos leen las listas de cookies sin el consentimiento del usuario,

“El cibercrimen y las estafas en Internet están a la orden del día, por eso, aprovechando la celebración del Día Internacional de la seguridad en Internet, queremos concienciar a los usuarios para que tomen todas las medidas posibles en sus transacciones y sean cuidadosos con sus datos. Solo así el sector podrá seguir avanzando para mejorar el servicio”, declara Rafael Gómez-Lus. ●



Isabel GARCÍA

redaccion@mujeremprendedora.net

Todos los días deberían ser 8 de marzo

Marzo. Mes de la mujer. Mes en el que se celebra el Día Internacional de la Mujer. Y mes de las notas de prensa, muchas, en las que igualdad y mujeres son las protagonistas. Notas de prensa que no llegan ni en abril, ni en junio, ni en diciembre... sólo en marzo. Y que sí, que está muy bien que haya un día en el año, un mes, en el que el mundo brinde por los logros históricos conseguidos por las mujeres y en el que recuerde cuáles son aún los retos a los que se enfrentan. Pero conseguir que el 8 de marzo deje de tener que celebrarse porque la igualdad real no sea un objetivo sino un hecho no es cosa de un día ni de un mes.

Porque mandar una nota de prensa en marzo es muy fácil, lo difícil es el día a día. Un día a día que en nuestro país se traduce en cifras como las aportadas por un estudio realizado por Informa D&B (Grupo CESCE) que afirma que sólo el 26% de las empresas españolas cumple la Ley de Igualdad, es decir, cuenta con más de un 40% de representación femenina en sus Consejos de Administración; que las compañías con al menos una mujer en su Consejo suponen el 32% y que solo en el 16% de las ocasiones el cargo de presidente tiene género femenino; que el 68% de las sociedades españolas no cuenta con mujeres directivas.

Pero hay más. Mucho más. Las mujeres apenas representan una media del 20% del total de escaños en Parlamentos y Senados; un 33% de las mujeres han sufrido violencia física o sexual; la brecha salarial entre hombres y mujeres sigue sin disminuir del 16,4% en toda

Europa; o las mujeres dedican el doble de tiempo o más que los hombres a las labores domésticas y a la prestación de cuidados en el hogar. Son sólo algunas de las muchas cifras que conviene recordar pero no sólo en marzo.

Por eso hoy, desde esta humilde ventana, quiero felicitar a todas esas mujeres que se levantan cada día con el firme propósito de cambiar estas cifras. A todas esas mujeres que desde asociaciones y federaciones de ámbito nacional de mujeres directivas, empresarias y profesionales, luchan por visibilizar

“Feliz 8 de marzo a todas esas emprendedoras que se ponen el mundo por montera cada día (...) para hacer realidad un sueño personal creando empleo y riqueza”

el trabajo de las mujeres; a todas esas mujeres del medio rural que desde sus pequeñas grandes asociaciones trabajan por cambiar la realidad más cercana, su realidad; a todas esas organizaciones formadas por hombres y mujeres y que granito a granito, construyen la montaña de la igualdad los 365 días del año. A todas esas empresas que sí cumplen con la Ley de Igualdad y que lo hacen por convicción hacia la valía del liderazgo femenino. Cómo no, también feliz 8 de marzo a todas esas emprendedoras que se ponen el mundo por montera cada día, veces porque ha sido la única opción en un mercado laboral muy limitado en ofertas de trabajo, para hacer realidad un sueño personal creando empleo y riqueza mientras se reinventan a diario. Y por último, feliz 8 de marzo a todos aquellos y aquellas que un año más volverán a preguntar por qué un Día Internacional de la Mujer, para que nunca su entorno y su realidad sea el que le dé la respuesta. ●

Protagonistas

NOMBRAMIENTOS Y RECONOCIMIENTOS CON NOMBRE DE MUJER

Yolanda Rodríguez, global channel director de Panda Security

>> Panda Security, The Cloud Security Company, ha nombrado a Yolanda Rodríguez como nueva Global Channel Director de Panda Security. Desde su nuevo puesto, Yolanda Rodríguez se encargará de potenciar en la multinacional un modelo de distribución a través del canal en base a dos grandes objetivos: asegurar el crecimiento de la compañía a través de un diseño escalable y global.



Dolores Urueña, al frente de la sectorial de la mujer de ASAJA Palencia

>> Dolores Urueña y Mª Luz Calvo, socias de AMFAR (Federación de Mujeres y Familias del Ámbito Rural), han sido designadas como presidenta y secretaria de la sectorial de la mujer de ASAJA Palencia, tras la reciente renovación de cargos celebrada en el seno de esta organización agraria.

Cristina Henríquez de Luna, presidenta y consejera delegada de GSK Farma España

>> Cristina Henríquez de Luna ha sido nombrada Presidenta y Consejera Delegada de GSK Farma España, así como responsable de Portugal e Israel, sucediendo en el cargo a Rodrigo Becker que ha estado al frente de la compañía durante más de diez años.



Mónica Martínez, Premio a la Innovación EY

>> La Presidente de GMV, Mónica Martínez, ha sido galardonada con el premio a la Innovación en la XVIII edición del Premio Emprendedor, que otorga EY (Ernst & Young) con el patrocinio de BNP Paribas y la colaboración de IESE. El Casino de Madrid fue el sitio elegido para la entrega de premios, la cual estuvo presidida por el ministro de Industria, José Manuel Soria.



#BasketLover

actitudazul.com

Basket Lover

La Liga Endesa no sólo son canastas y partidos. Son las personas que comparten el esfuerzo, que se emocionan con una nueva jugada y que encuentran en el baloncesto la energía para continuar.

Y es que la Liga Endesa está llena de Basket Lovers.

Actitud Azul es hacer que las cosas sean posibles.



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

Endesa es patrocinador principal de la Liga Endesa,
patrocinador de la Selección Española de Baloncesto
y empresa colaboradora de la Copa del Mundo 2014.



luz · gas · personas

“Be Ubique, Coaching & Style”: coaching para mujeres maltratadas

Ana y Marta, Coach y Personal Shopper respectivamente, se juntaron no hace mucho tiempo para crear “Be Ubique, Coaching & Style”. Una nueva forma de ayudar a las mujeres que sufren o han sufrido violencia de género. A ambas las mueve una filosofía que se puede resumir en una frase: “acompañarte durante el camino de descubrir que eres irreplicable, especial y genuina... Y que puedes vivir tu vida como tú elijas vivirla” aunque este no es el único perfil que buscan a la hora de ayudar a las mujeres, su principal clientela, ya que los hombres son reacios a pedir ayuda. El motivo por el que estas profesionales se decantan por querer ayudar a este segmento de la población femenina es por que Marta también ha sufrido violencia de género y por eso se siente tan cercana a este tipo de mujeres. “Empalizo muy bien con ellas y sus problemas”, afirma Marta

“Lo primero que hacemos con una mujer que solicita nuestra ayuda es asaltarla con muchas preguntas, tales como: ¿Sabes gestionar tu tiempo?, ¿Quieres mejorar tu imagen?, ¿Cuánto te gusta tu armario?, ¿te cuesta elegir qué ponerte?, por que de esta forma sabremos que necesidades tiene y así la podremos ayudar”, explica Ana.

Ana es la que se encarga de ayudar a tomar conciencia de cómo es la vida en la actualidad y de que forma mejorarla está en sus manos. “Nosotros queremos que este proceso sea mágico y especial, en el que las personas se embarcan para ir más allá de sus límites y conseguir lo que se proponen. Gracias a esto la mujeres tomarán conciencia de lo que realmente quieren, de lo que les frena y de lo que van a hacer para conseguirlo”, afirma Ana.

No todas las mujeres son iguales. “Cada persona es única, tiene unas inquietudes, unos valores, unos talentos... que la hacen extraordinaria. Descubrir esto y aplicarlo en la vida conlleva un crecimiento personal a todos los niveles”, matiza Ana. Se define a si misma como una mujer inquieta y entusiasta, que cree



firmemente en el cambio, en la capacidad de superación y en las personas. Su trayectoria profesional se ha desarrollado en el campo de la enseñanza. Pero a raíz de descubrir la educación emocional y el crecimiento personal su vida cambió y decidió aplicar estos conocimientos para enseñar a su alumnado cómo sentirse mejor y ser más felices. Ahora quiere dedicarse con especial interés y atención a las personas adultas, y sobre todo a las mujeres que han sufrido algún tipo de maltrato.

Marta también ofrece algunos consejos para mejorar el look desde el primer día en que la mujer se pone en las manos de estas profesionales y propone un nuevo concepto de asesoría de imagen o personal shopper: “Coaching de Imagen”. Para ello Marta empieza siendo

el espejo de la persona que tiene delante para que se pueda reflejar, se pueda ver, aceptar y desarrollar su potencial físico, partiendo de la toma de conciencia de su propia personalidad y adquiriendo responsabilidad sobre el estilo que le haga sentir especial.

Para ello hay tres pasos que esta profesional aconseja para conseguir mejorar la imagen son: el Coaching de imagen en el que como profesional la impulsará y la motivará para poner en práctica los trucos de belleza acordes con sus rasgos morfológicos, y armonía de colores, para que pueda brillar con luz propia.

El segundo paso es la reorganización del armario, en el que ayudan a analizar el guardarropa de la temporada, de una forma práctica, creando nuevas combinaciones y conjuntos con los que se pueda sentir especial. Pero además le dejan el armario organizado para facilitar su día a día. Para acabar, estas profesionales de la autoestima, recomiendan para cerrar los tres pasos, la ruta de tiendas personalizadas a las que la acompañan a elegir las prendas de tendencia que mejor realcen las cualidades físicas y potencien la personalidad de la mujer a la que están prestando su servicio. Y lo

hacen con un original recorrido diseñado exclusivamente para la cliente. Y para rematar la faena proponen disfrutar de una sesión de fotos profesional con los looks que le hagan sentir “única”, y un peinado y maquillaje especial para la ocasión.

Marta se define a si misma como “Una mujer activa, organizada y trabajadora, gracias a mis dotes innatas como motivadora emocional, sinterización de conocimiento y empatía” Afirma que “ya he conseguido que muchas personas de mi alrededor brillen con luz propia, pues contagio la pasión y el amor que pongo en todo lo que hago.” Mientras que Ana afirma ser “una mujer inquieta y entusiasta, que cree firmemente en el cambio, en la capacidad de superación y en las personas”. ●



heliconweb

www.heliconweb.es



El portal de los profesionales y autónomos
de la cultura de Andalucía



Las trabajadoras cobran en Andalucía un 34.5% menos que los hombres

La secretaría de la Mujer de CCOO Andalucía publica el informe "Discriminación Salarial en Andalucía: la brecha de género"



Con motivo del Día por la Igualdad Salarial entre Mujeres y Hombres, el pasado 22 de febrero, la secretaría de la Mujer de CCOO de Andalucía ha publicado un informe en el que se pone de manifiesto la persistencia de las discriminaciones salariales que sufren las mujeres en nuestra comunidad, en nuestro país y en toda Europa. Entre los datos que se reflejan en el informe destaca que las trabajadoras en Andalucía cobraron, en 2012, según fuentes tributarias, un 34.5% menos que los trabajadores. Esta brecha salarial, además, es superior en Andalucía que en la media del país, y de las mayores de las diferentes comunidades autónomas.

El 22 de Febrero, Día por la Igualdad Salarial entre Mujeres y Hombres fue aprobado por el Parlamento Andaluz en 2009 y por el Congreso Español en 2010 tras comprobarse que, para igualar el sueldo que perciben los hombres en

Europa a lo largo de un año, las mujeres tendríamos que trabajar hasta el 22 de Febrero del año siguiente, es decir, 54 días más.

Son muchos los factores que influyen para generar esta discriminación salarial: los sectores en los que las mujeres encuentran trabajo, las categorías profesionales y niveles inferiores –lo que conocemos como segregación ocupacional, tanto horizontal como vertical-, los contratos precarios, temporales o a tiempo parcial...

A todo esto hay que añadir que la crisis, y la reforma laboral, han contribuido a agravar esto y a destruir un gran porcentaje de empleo femenino, convirtiendo a las mujeres en protagonistas de las estadísticas de pobreza.

La suma de todo esto provocó en 2012 una brecha salarial del 34.5%, es decir, el salario medio anual de las mujeres anda-

luzas fue de 12391, mientras que los hombres percibieron 16670€ más, una diferencia de 4279€ al año.

Una discriminación que se extiende a lo largo de toda la vida de las mujeres, más allá incluso de la vida laboral, al afectar también a las pensiones y a la prestación por desempleo: en Andalucía, de media, las mujeres perciben una prestación por desempleo un 22.3% inferior a la que perciben los hombres, y un 35.4% menos en las pensiones.

Por esta razón, el pasado 22 de febrero, como cenismo haciendo en los últimos años, CCOO de Andalucía denuncia esta situación, por discriminatoria e inconstitucional, y exige la aplicación de medidas serias para la eliminación de este problema, que afecta a la vida de las mujeres, y las priva de su independencia económica. No podemos hablar de igualdad real si no hay independencia económica. ●

Siete razones para incorporar mujeres a un equipo

Motivos por los que es conveniente para las empresas contratar profesionalmente a mujeres



Con motivo del Día Internacional de la Mujer que se celebra el próximo 8 de marzo, TISOC Coaching, la escuela europea de coaching en español, ha dado a conocer una serie de razones por las que es conveniente para las empresas contratar profesionalmente a mujeres.

Frente al tradicional modelo patriarcal de liderazgo autoritario y jerárquico, algunos analistas vaticinan que la próxima revolución económica vendrá de la mano del papel que la mujer juegue en la empresa y los mercados. Se habla de un nuevo liderazgo en el que la creatividad y la sensibilidad y la comunicación son aspectos primordiales, en el marco de organizaciones menos jerarquizadas, más horizontales, donde la multilateralidad y las distintas perspectivas, pensamientos y sentimientos merecen total respeto.

Alfredo Diez, Coach ejecutivo experto en liderazgo femenino de TISOC Corporate y autor de este listado, señala que “La dinámica empresarial se ve muy enriquecida con la incorporación del colectivo femenino ya que la intuición, empatía, disposición para el trabajo en equipo y el buen trato son capacidades presentes en las mujeres. Así, estas competencias femeninas naturales, son una ventaja competitiva de género por las que deberían valorarse a las mujeres para cargos directivos”.

SIETE RAZONES PARA INCORPORAR A MUJERES A MI EQUIPO

1) Mayor peso de la vida afectiva: es habitual que las mujeres den mayor peso a su vida afectiva y que, por ello, posean la capacidad de relacionarse desde la empatía y la valoración del otro. Suelen estar más orientadas a la persona y a sus necesidades por lo que contribuyen a mejorar el clima laboral en una empresa. Distinto es el caso de los hombres, que suelen valorar que más el logro de objetivos y los resultados organizacionales.

2) Multifoco: las mujeres tienen en muchos casos la capacidad de realizar diversas tareas dentro de la organización con una gran versatilidad, la llamada habilidad “multitarea”. Muchos hombres son, por el contrario, monofocales, en la medida en la que se centran en una labor hasta que la dominan o concluyen con éxito, dejando la periferia sin atención.

3) Comunicación ilimitada: las mujeres poseen a menudo la capacidad de resolver los conflictos hablando, algo fundamental en una organización como modelo de comunicación veraz. El hombre es más proclive a resolver los conflictos desde el silencio, lo que deviene en que el problema se enquistó y crezca.

4) Competencias emocionales: desde el Consorcio para la Inteligencia Emocional de Daniel Goleman se han definido cinco competencias en las que las mujeres superan a los hombres en las empresas: escucha, empatía,

trabajo en equipo, resolución de conflictos y feedback. Esto las posiciona en un excelente punto de partida dentro de cualquier organización.

5) Diversidad: cada vez hay más evidencias de que la coexistencia de hombres y mujeres en el mismo entorno hace que los equipos sean más creativos y haya un mejor ambiente de trabajo. La diversidad es una cualidad clave para las organizaciones del futuro. Es por ello que se debe valorar la diversidad en hombres y mujeres fomentando ambientes de trabajo mixtos.

6) Cohesión: las mujeres tienen más frecuentemente la habilidad para reunir a personas y aglutinar opiniones y propuestas. Es esta una competencia que favorece la creación de equipos al mismo tiempo que fomenta la participación, ya que las personas se sienten involucradas en los proyectos. Mientras que las mujeres suelen reunir y juntar, los hombres manifiestan una mayor tendencia a separar y ordenar.

7) Trabajo en equipo: la lucha por el poder y el cargo son prioridades mucho menos acusadas, en general, en las mujeres que en los hombres. Sus habilidades están más orientadas hacia el trabajo en equipo y son tendientes a compartir el espacio y las tareas. Son excelentes creando entornos de trabajo participativos, mientras que los hombres suelen estar más orientados al logro y al trabajo individual. ●

REAL ORQUESTA SINFÓNICA DE SEVILLA:

7º de abono Dirección: Carlos Miguel Prieto In memoriam Claudio Abbado

Bajo el sugerente título de "Música revolucionaria", el director mexicano Carlos Miguel Prieto -que hacía también de recitador- ofreció un programa con obras de Beethoven (Obertura Leonora nº 1 y música incidental para Egmont) y Schönberg, éste con su Concierto para cuarteto de cuerdas y orquesta en Si bemol mayor, página densa, de sólida estructura, inspirada en temas del Concerto grosso Op.6 nº 7 de Händel, en la que tuvieron claro protagonismo los estupendos solistas de nuestra Sinfónica Éric Crambes, Vladimir Dmitrienco, Jacek Policinsky y Dirk Vanhuysse, todos ellos aplaudidos con rendido entusiasmo. En cuanto a la Música incidental para "Egmont" de Goethe op,84, nos



hallamos ante un Beethoven apasionadamente revolucionario que describe con trazo firme y enérgico el destino fatal del héroe, que representa la glorificación de la nobleza del alma y de la humanidad generosa opuestas a la astucia cruel y a quien el genio de Bonn (y, por supuesto, Goethe) admiran sin reservas. La magnífica soprano andaluza Ruth Rosique plasmó este espíritu en los bellísimos lieder que, junto a la obertura, constituyen la esencia de este homenaje beethoveniano. Fuera de programa, la ROSS recordó al gran maestro Claudio Abbado, recientemente fallecido, interpretando los bellísimos Crisantemi de Puccini para cuerdas. Grata velada, en verdad.

Miguel FERNÁNDEZ de los Ronderos

TEATRO DE LA MAESTRANZA: Avance de la programación de la temporada 2014-2015

El teatro sevillano ha presentado sus cuatro títulos para el curso próximo: Don Giovanni (con la reaparición de Carlos Álvarez), Norma y Tosca, además del estreno en nuestro país de Doctor Atomic, del compositor norteamericano John Adams, con libreto de Peter Sellers, una ópera que se ha representado sólo en siete teatros del mundo y en la que se recrea la preparación de la primera bomba atómica a través de una partitura que, en palabras del director

artístico Pedro Halffter, "va del minimalismo a lo wagneriano; el plato fuerte de la temporada, pues es la primera vez que el Maestranza va a hacer una ópera del siglo XXI, todo un reto en el que se plantea la relación entre el ser humano y la tecnología", algo que está de plena actualidad.

El hecho de haber adelantado los títulos operísticos de la próxima temporada es debido a que tanto el Maestranza como la

ROSS han sido promocionados recientemente en la Feria Internacional del Turismo, a lo que se añaden nuevas estrategias, como la venta de paquetes de entradas a última hora en algunos espectáculos, dado el éxito de esta fórmula en Manon Lescaut. A todo ello, recordemos que la presente temporada se clausurará, nada más y nada menos, que con El ocaso de los dioses, la última de las óperas que componen el ciclo El anillo del nibelungo wagneriano. MFR

Avance de la programación de la temporada 2014-2015

La prestigiosa Orquesta West-Eastern Divan, formada por un centenar de jóvenes músicos israelíes, árabes y españoles bajo la batuta de Daniel Barenboim, interpretó magistralmente, en versión de concierto, el segundo acto de "Tristán e Isolda" de Richard Wagner, un compositor que sigue vetado oficialmente en

Israel. Por fortuna, para esta ocasión, tan fuera de lo común, se contó con la colaboración excepcional de auténticos cantores wagnerianos: Peter Seiffert, Irène Theorin, Lioba Braun, Falk Struckmann y Graham Clark. La West-Eastern Divan, que ya había abordado La Valquiria o Fidelio, pasa de dominar un

amplio repertorio sinfónico al género operístico, un logro inalcanzable de no estar auspiciado por la presencia de uno de los grandes genios de la interpretación, el maestro Barenboim, a quien sólo los envidiosos y cerriles parecen regatearle el elogio.

MFR



LA EMPATÍA ENTENDERLA PARA ENTENDER A LOS DEMÁS

Luis Moya Albiol
Plataforma actual
143 páginas

La empatía es una capacidad fundamental para desenvolvernó de forma adecuada en sociedad. Nos permite entender mejor a los otros y nos ayuda a alcanzar tanto el éxito personal en las relaciones con la familia y los amigos, como el profesional, favoreciendo que seamos más sensibles a las necesidades y deseos de aquellos con los que trabajamos. Las personas más empáticas son con mayor probabilidad más felices.

CURIOSIDADES DEL MARKETING QUÉ NOS REVELAN LAS INVESTIGACIONES DE MERCADO MÁS RECIENTES

J.Miguel Pina Pérez - Pirámide
164 páginas



¿Le interesa el marketing? ¿Quiere conocer los estudios que pueden cambiar y sugerir nuevas vías para el éxito comercial? Si ha respondido afirmativamente a las dos preguntas anteriores este libro puede ser de su interés. Con un lenguaje ameno, Curiosidades del marketing muestra los resultados de prestigiosas investigaciones en marketing que se han publicado en los últimos años.

EL ARCHIVO DE INDIAS GESTIÓN INNOVADORA EN UN MUNDO ATLÁNTICO

Manuel Romero Tallafigo
C+t=an - 224 páginas



En un mundo globalizado como el actual, son habituales las multinacionales perfectamente coordinadas y gestionadas desde la distancia gracias a las nuevas tecnologías. Sin embargo, si retrocedemos a los siglos XV, XVI y XVII, costaría pensar en una gran empresa internacional controlada a miles de kilómetros de distancia sin que sus principales directivos visitaran jamás los territorios de expansión. Esa empresa existió y fue el Imperio Español.



EL DIAGNÓSTICO LOGÍSTICO UNA METODOLOGÍA PARA PROMOVER MEJORAS COMPETITIVAS

Julio Juan Anaya Tejero
ESIC - 222 páginas

Un libro que permite conocer una metodología práctica a seguir para el análisis y diagnóstico de los procesos logísticos que deben ser objeto de mejora para conseguir ventajas competitivas en la empresa y/o reducción de costes. El libro pretende ser algo más que un manual de consulta, por lo cual está dotado de una serie de ejemplos y formularios para petición de datos.

MANUAL PRÁCTICO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA GESTIÓN, DIAGNÓSTICO E IMPACTO EN LA EMPRESA.

Julio García del Junco, Beatriz Palacios Florencio, Francisco Espasandín Bustelo
Pirámide - 267 páginas



En esta obra se resalta la importancia de los valores personales en la vida de la empresa y se combina la teoría y la práctica de la gestión y del diagnóstico e impacto de la responsabilidad social en la empresa, prestando especial atención a las pymes..



ELLAS DECIDEN ESTRATEGIAS PARA CONVENCER A QUIEN REALMENTE DECIDE EN LAS COMPRAS; LA MUJER

Gemma Cernuda
Empresa activa
158 páginas

Primer libro sobre marketing y comunicación en femenino. Este ágil y entretenido libro busca concienciar a todo aquel que tenga algo para vender, que aprenda a comunicar en femenino, es decir a ofrecer las cosas con un lenguaje que apele a las emociones y la forma de ser de las mujeres.

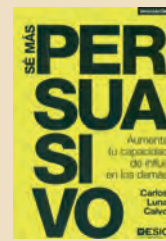
EL PRIMER CAFÉ DE LA MAÑANA

Diego Galdino
Espasa
299 páginas



Massimo tiene poco más de treinta años y es el dueño de una pequeña cafetería en el Trastevere, en el corazón de Roma. Cada día, al salir el sol, cruza las calles todavía dormidas de la ciudad y abre su bar. Sus clientes, las nuevas recetas de café que siempre anda probando; esta es su vida y no necesita más, se dice a sí mismo. Sin embargo, el día en que una turista con aire de andar perdida, ojos verdes y pecas en las mejillas entra en su bar, la vida de Massimo se altera para siempre.

RECOMENDADOS



SÉ MÁS PERSUASIVO AUMENTA TU CAPACIDAD DE INFLUIR EN LOS DEMÁS

Carlos Luna Calvo
ESIC - 232 páginas

Por primera vez un creativo publicitario nos desvela los trucos de la persuasión publicitaria y cómo usarlos en nuestras vidas. ¿Ha tenido la sensación alguna vez de que otros se venden -y venden- mejor que usted? ¿Tuvo alguna vez la impresión de que podía haber negociado mejor algún aspecto de su vida? ¿Cree que podrían despertar más interés sus charlas, reuniones, emails, etc.? ¿Le gustaría tener tanta influencia en sus relaciones como la que consigue un comercial vendiendo cuchillos? ¿Averigüe cómo convertir un simple clip en un objeto de deseo para una ama de casa, un notario, o un ejecutivo!

POSTFUTBOLISTA DE FUTBOLISTA DE SEGUNDA DIVISIÓN... A EJECUTIVO DE PRIMERA.

RECICLARSE PARA NO CADUCAR PROFESIONALMENTE.
Albert Serrano Pons
Empresa activa
222 páginas



Esta es la historia de un futbolista de segunda división que actualmente, como ejecutivo, juega en primera.

Viaje sin fronteras entre Rumania y Hungría



Imagen de la plaza Széchenyi tér

GUIA PRÁCTICA

CÓMO LLEGAR

El aeropuerto más cercano a esta zona es el de Timisoara. Tal como indica el avanzado buscador Jetcost (www.jetcost.es), la mejor combinación es llegar en vuelo directo de la compañía de bajo coste Wizz Air (www.wizzair.com) desde Madrid, Barcelona y Valencia, con precios que oscilan entre 80 y 120 euros, ida y vuelta, aunque según el día elegido pueden ser aún más baratos. También puede llegarse a esta región volando con la misma compañía a las capitales de los dos países: Budapest o Bucarest por unos 43 o 122 euros, respectivamente. Wizz Air es la mayor compañía de bajo coste en Europa Central y Oriental, vuela en España desde Madrid, Barcelona, Girona, Zaragoza, Málaga, Alicante, Valencia y Palma de Mallorca a distintas ciudades de Hungría, Bulgaria, Rumania, Polonia, Ucrania, República Checa y Lituania.

DÓNDE ALOJARSE

Tanto Timisoara como Szeged cuentan con buenos hoteles de tipo internacional con precios razonables. En la ciudad rumana una buena opción es el Hotel Timisoara**** (Str Marasesti nr 1-3, 300086 Timisoara, tel.: 0040 256 498 852 y <<<http://hoteltimisoara.ro>>>) el mayor de la ciudad con 191 habitaciones y 18 apartamentos. Está situado en el centro,

junto a la plaza de la Libertad. Tiene una oferta especial para fines de semana que incluye el alojamiento y desayuno por dos noches, trasladados desde/a aeropuerto y una cena por 80 euros por persona.

En Szeged una de las mejores opciones es el Hunguest Hotel Forrás****, Szent-Györgyi A.u.16-24, tel.: 0036 62 566-466 y www.hunguesthotels.hu) recientemente renovado, con 162 amplias habitaciones. Una de sus peculiaridades es que cuenta con un gigantesco spa y parque acuático con capacidad hasta para 3.000 personas que es de uso gratuito para los clientes del hotel. Su oferta de relax para fin de semana que incluye alojamiento de dos noches, media pensión y entrada al spa y centro de piscinas durante los dos días cuesta 154 euros por persona en habitación doble.

GASTRONOMÍA

La cocina rumana es muy variada y rica a base de productos naturales y mano artesana que todavía sigue dedicando mucho tiempo a su elaboración. Los platos de carne (“el mejor pescado es el cerdo”) predominan sobre los platos de pescado. Las verduras de temporada son ingredientes básicos en casi todas las comidas. Algunos de sus platos típicos son la tochitura moldoveneasca, un guiso de carne acompa-

Descubrir ciudades señoriales, pequeños monasterios y paisajes intactos

Cuando cada Comunidad, cada región, cada pueblito se muestra celoso de sí mismo y no quiere compartir sus encantos con nadie más, cuando políticos ridículos exaltan lo que les diferencia de los otros en lugar de valorar lo que les une, cuando, en fin, en los viajes organizados resulta imposible visitar un pueblo, a pocos kilómetros de otro, solo porque está en otra región y “no toca”, se agradecen iniciativas como la que han puesto en marcha la zona oeste de Rumania y el este de Hungría, a las que ocasionalmente se une la región autónoma de Vojvodina en Serbia, que no se han llevado muy bien precisamente a lo largo de la historia, pero que ahora están poniendo en marcha proyectos comunes, entre ellos la promoción turística de toda la región sin importar las fronteras.

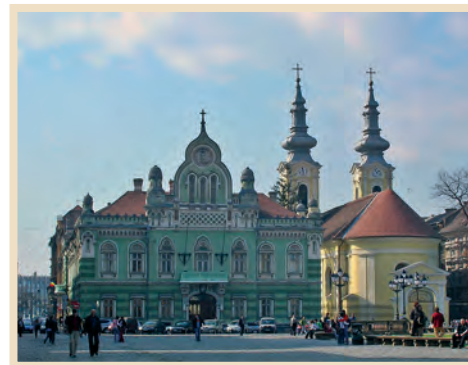
El proyecto, que recibe el nombre de los cuatro ríos que atraviesan la región, Danube-Kris-Mure?-Tisza, es tan bueno que cuenta con el patrocinio de la Unión Europea.

En realidad aunque la idea parece nueva, hay más de 75 eumorregiones similares, alguna desde 1972 y también alguna que afecta hasta a seis países. España participa con Francia en la llamada Eumorregion Pirineos Mediterráneo desde 2004, en la Eumorregion Galicia Norte, entre Galicia y el norte de Portugal, creada en 2008 y en la Eumorregion Espacio Atlántico, junto con Francia, Reino Unido, Irlanda y Portugal desde 1999.

El viaje por la zona sin fronteras entre Rumania y Hungría llevará a ciudades señoriales como Timisoara, Arad o Szeged, a pequeños y grandes monasterios ortodoxos, a recogidas bodegas que hacen deliciosos vinos o a lugares que unen tradición, naturaleza, artesanía y deportes, como el espectacular Ópusztaszer National Heritage Park.

La “Barcelona rumana”

Un buen lugar para comenzar el recorrido, sobre todo porque tiene aeropuerto internacional con vuelos directos desde España, es Timisoara, que algunos llaman la “Barcelona rumana” aunque poco de su fisonomía recuerda a la Ciudad Condal. Se trata, más bien, de su vocación industrial, de su permanente pugna con la capital Bucarest y también



Timisoara, ciudad de Rumania

ñado con mamaliga (polenta), el sarmale, plato típico de carne picada y envuelta en hojas de col y el kashkaval o cascaval pane, queso de oveja empanado. Como postre, nada como el clatit, crepes servidos con chocolate caliente, mermelada y flambeados con vodka. Los vinos rumanos son excelentes, en esta región tiene fama especial los de Cramele Wine Princess en Paulis, cerca de Arad, otra de las ciudades destacables en la zona.

Respecto a la gastronomía húngara sin duda lo que más fama le ha dado es uno de sus ingredientes que aparece en casi todos los platos: la paprika, una especie de pimentón fuerte, un condimento en polvo de color rojo y sabor característico obtenido a partir del secado y molido de determinadas variedades de pimientos rojos. El plato más popular en todo el país es el es el gulash que reúne los sabores típicos de esta cocina. En el terreno de los embutidos está el famoso salami que se elabora en Hungría desde el año 1883 y es originario precisamente de Szeged. Posee unas cualidades únicas que lo diferencian bastante del originario italiano. También el foie de oca es excepcional, hasta el punto de que se exporta en grandes cantidades a Francia que, a su vez, lo vende como propio. En esta región también es popular la sopa de pescado procedente del lago Tisza.

También Hungría tiene buenos vinos, donde destaca el Tokaj que se produce en el nordeste del país y cuya región ha sido declarada Patrimonio de la Humanidad. Se dice que el rey Luis XIV de Francia lo llamó "Vinum Regum, Rex Vinorum" ("Vino de reyes, rey de los vinos").

GUÍA

Una recomendación muy particular es la utilización de una guía personal en Timisoara y también en otros lugares de la zona por parte de una joven rumana con larga estancia en España y que domina el idioma castellano y el catalán a la perfección. Puede organizar la visita al gusto del cliente recorriendo los lugares de más interés según el interés particular. Sus datos son: Alexandra Irimia, tel.: 0040 742 112 174, E-mail: alexandra.irimia@yahoo.co.uk, www.alexandririmia.com

DIRECCIONES

Danube-Kris-Mures-Tisza: www.dkmt.net
 Hungary-Romania Cross-Border: www.huro-cbc.eu
 Oficina de Turismo de Rumania: www.rumaniatour.com
 Oficina de Turismo de Hungría: www.hungriaturismo.com ●



Ópusztaszer National Heritage Park

de ciertos lazos históricos con un grupo de catalanes que se estableció aquí a comienzos del siglo XX dando un gran impulso a la ciudad.

Lo que sí tiene en común con Barcelona es su carácter cosmopolita. Su situación a pocos kilómetros de la frontera húngara y todavía más próxima de la vecina Serbia la han convertido en un hermoso ejemplo de convivencia entre distintas poblaciones. En su grandiosa plaza de la Victoria, rodeada de grandes y monumentales edificios de estilo Secesión y con un amplio espacio verde en el centro, destaca el Teatro Nacional que en realidad son tres: uno alemán, otro húngaro y, por supuesto, el rumano.

Justo enfrente se encuentra la Catedral Metropolitana, un alto edificio en ladrillo decorado con cúpulas y agujas con motivos geométricos que en su interior acoge el Museo de arte religioso con una bella colección de iconos de madera y cristal. Las escaleras que llevan al pórti-

co recuerdan cada día, con una pintura roja que se renueva con frecuencia, la masacre que cometieron las tropas de Ceaușescu contra la multitud tras el alzamiento que se inició aquí en diciembre de 1989 que provocó la caída del dictador. En la fachada de la iglesia están inscritos nombres y retratos de algunos mártires “desaparecidos” durante el movimiento popular.

En el centro de la plaza, entre las terrazas animadas hasta la madrugada y parterres de flores, se alza una columna que sustenta una reproducción de la Loba Capitolina, con Rómulo y Remo, regalo de la ciudad de Roma y recuerdo del nombre que lleva el país.

Otro lugar imprescindible en la ciudad es la Plaza de la Unión, una de las más hermosas de toda Rumania, una amplia superficie ajardinada y peatonal rodeada de edificios barrocos con fachadas en vivos colores y muy decorados. Como en muchas plazas de Europa, preside la

zona central una columna de la Trinidad, monumento erigido en 1740 en agradecimiento por haberse salvado de la peste. Otros edificios recuerdan también aquí la vocación multicultural de Timisoara; apenas unos metros separan la vicaría y la catedral serbio-ortodoxa de la catedral romano-católica y no muy lejos, en una calle próxima, está la sinagoga.

Camino a Hungría

De camino hacia la zona húngara vale la pena hacer dos paradas, una en la pequeña ciudad de Lipova, a poco más de 30 kilómetros de Timisoara y otra en la aún más pequeña Jimbolia. En la primera sorprende la arquitectura del bazar de tiempos de la dominación otomana (siglo XVII) con grandes arcadas sustentadas por ocho poderosas pilastras cilíndricas y decorada con platos de cerámica esmaltada. El tiempo parece haberse detenido en las pequeñas tiendas que ahora ocupan el viejo bazar. Y los precios también, por poco más de medio euro venden las “litronas” de buena cer-

veza rumana, que, por cierto, aquí son de dos litros y medio.

El edificio más singular de la ciudad es, naturalmente, religioso. Se trata de la biserica catolică, imponente iglesia de estilo barroco, con un bello altar de mármol de Carrara. Próximo a ella se encuentra un monasterio ortodoxo dedicado a la Dormición de la Virgen y construido en varias etapas desde 1338. Como en todas las iglesias ortodoxas son impresionantes sus numerosos iconos de todos los tamaños y motivos.

La visita a Jimbolia, a solo 5 kilómetros de la frontera con Serbia y núcleo de una zona colonizada por alemanes de Alsacia y el Palatinado, se centra en el museo en la casa natal del poeta Nikolaus Lenau, no muy conocido en Rumania, pero adorado en Alemania y, sobre todo, Austria, donde es considerado su principal representante lírico. Una de sus obras más conocidas es el Don Juan (1851), en el que se inspiró el poema sinfónico Don Juan (1888), del compositor alemán Richard Strauss. El museo no es gran cosa y es un poco triste, como probablemente fue en vida el autor —una enciclopedia define su obra como “belleza romántica sumida en la melancolía y la desesperación”—, aunque posee una curiosa colección etnográfica con grandes muñecos vestidos con trajes regionales.

Liberal e ilustrada Szeged

A apenas 20 kilómetros del vértice de las fronteras de Hungría, Rumania y Serbia, a orillas del río Tisza, ya en territorio húngaro, se encuentra Szeged, cuarta ciudad en importancia del país magiar, célebre por su espíritu ilustrado y su universidad liberal que se situó a la vanguardia del efímero Levantamiento de 1956 que fue aplastado por las tropas rusas de Nikita Jrushchov. La ciudad fue destruida en un 95% debido a graves inundaciones en 1879 —la altura a que llegaron las aguas se muestra en distintos lugares— y un nuevo plan urbanístico la dotó de amplias avenidas, muchas plazas y bellos edificios de diversos estilos. Todavía hoy la gente se refiere a las fechas de antes o después de la gran riada y los nombres de los benefactores internacionales que ayudaron a su reconstrucción están en el gran anillo que une la dos orillas del Tisza.

La plaza más representativa es Széchenyi tér con estatuas dedicadas a diversos personajes destacados y una gran fuente alegórica al Tisza que trajo a la ciudad tanto el progreso como la destrucción. Aquí se encuentra el Ayuntamiento con dos cuerpos unidos por un puente, al estilo del de los Suspiros de Venecia. Otra plaza destacada es Dom tér, la mayor de la ciudad, donde está la torre de Demetrio que data del siglo XII y es el edificio más antiguo de la ciudad y la catedral de estilo neorromántico.

La abundancia de mármol blanco, las estatuas de los ángeles, sus dorados y el grandioso altar dan a su interior una gran magnificencia. Un detalle típicamente húngaro es la estatua de la virgen de Szeged que preside el techo del coro, envuelta en una capa de estilo campesino y calzada con unas zapatillas bordadas al estilo de la ciudad. El órgano de la catedral, con cinco teclados y 11.000 tubos solo es superado en tamaño por el del Duomo de Milán.

No muy lejos está la iglesia ortodoxa serbia, un edificio de estilo barroco que cuenta con una preciosa colección de iconos y, también próxima, la iglesia Alsóvárosi, la más hermosa de la ciudad. La preside la “virgen negra”, una reproducción de la estatua de Santa María de Tschenschow, de mediados del siglo XVIII, que es centro de diversas peregrinaciones y patrona del célebre festival de Alsóváros.

Szeged puede ser considerada la puerta de entrada hacia la Gran Llanura húngara, uno de los paisajes más singulares de Europa. Considerada como el alma del país —Budapest sería el corazón— y llamada “puszta” por los húngaros, que significa tierra desnuda, desierto o vacío que era a lo que parecía condenada a mediados del siglo XIX, después de que las invasiones turcas la dejaran asolada y diezmada. Un cierto espíritu nacionalista ha logrado recuperarla definitivamente. Los diques a lo largo del Tisza que regulan las devastadoras crecidas, han permitido desarrollar los regadíos. Arrozales, acacias y chopos logran retener la arena y cultivos de cereales, frutas y verduras la han dado nueva vida. Esta es hoy la gran despensa de Hungría, en la que crecen la mayoría de los cereales y hortali-

zas, además de la deliciosa fruta húngara, que debe sus cualidades de aroma a una tierra fértil y arenosa y a las numerosas horas de sol de que goza la región. También de aquí proceden algunas de las especialidades gastronómicas más conocidas de Hungría: la paprika, el gulash, la col rellena...

Toda Hungría en un parque

Cuentan las crónicas que cuando los tribus de magiares llegaron a la Gran Llanura Húngara, sus jefes proclamaron una reunión, durante la cual dividieron el país entre ellos, construyeron el primer código de leyes vigentes en su patria y proclamaron a Árpád como líder de todos ellos. El hecho sucedió en el año 896 en Ópusztaszer. Mil años después, en 1896, los húngaros lo conmemoraron construyendo en esta pequeña aldea un monumento gigantesco, alrededor del cual posteriormente creció el gran Ópusztaszer National Heritage Park.

A la izquierda del monumento se encuentra un pabellón redondo, dentro del cual hay quioscos, restaurantes, tiendas y puntos de información turística, pero el atractivo principal es un gigantesco cuadro panorámico de forma circular de 120 metros de largo con elementos en relieve, realizado por Árpád Feszty y una veintena de artistas. La pintura presenta al jefe de los magiares, Árpád, que lleva su pueblo a las tierras de la Gran Llanura.

Entre las distintas construcciones y elementos del parque de 55 hectáreas, la más interesante es la reconstrucción total de una aldea típica de los siglos XVIII y XIX. Los visitantes pueden conocer por dentro las casas rurales de los artesanos: alfareros, panaderos, canasteros, herbarios, etc. y presenciar su trabajo. En las tiendas se venden productos elaborados de forma artesanal con métodos históricos y en el caso de las comidas, las recetas que tienen 200 o 300 años de edad.

También se pueden presenciar demostraciones de hombres vestidos con las ropas tradicionales de los magiares del siglo IX que muestran sus habilidades de montar los caballos, métodos de lucha y tiro con arco mientras siguen galopeando en el caballo. ●

EnriqueSANCHO

Plan de actividades del Museo Picasso Málaga 2014

El Museo Picasso Málaga aborda 2014 con un estudio de la colección permanente, dos exposiciones temporales y actividades culturales y formativas destinadas a fomentar la participación de la ciudadanía

El Museo Picasso Málaga continúa su actividad cultural iniciando en el 2014 un nuevo programa de estudio e investigación a medio plazo de los fondos de la colección permanente del museo. Para ello, se ha ampliado el espacio dedicado a los fondos de la pinacoteca mediante la muestra en la planta baja de Dibujos y grabados de la Colección que reúne, hasta el 28 de mayo, treinta y dos obras realizadas en su mayoría entre los años 1906 y 1923. Temas tradicionales como el desnudo, el paisaje o la naturaleza muerta fueron revisados por Pablo Picasso mediante composiciones cada vez más fragmentadas, retándonos a comprender ese objeto que ha sido secuenciado en sus componentes geométricos y representado desde diferentes ángulos en una misma dimensión.

Dos exposiciones temporales. El próximo verano el Museo Picasso Málaga acogerá dos exposiciones temporales. La primera de ellas, Picasso TV (16 junio-16 noviembre 2014) señala el interés del artista por ciertas series y programas de la televisión francesa en los años 60 y cómo esta curiosidad que experimentaba pudo influir en el repertorio iconográfico de la obra del artista en la última etapa de su larga trayectoria artística. Se trata de mostrar vínculos insospechados entre algunas de las obras que Picasso realizó entre los años 1966 y 1970 y los programas que emitía la televisión francesa en aquel tiempo. Así, se mostrarán en el Museo Picasso Málaga grabados de la Suite 347, óleos, litografías, fotogramas y fragmentos cinematográficos, contextualizados en una época en la que la televisión -en blanco y negro- popularizó espectáculos, deportes e informativos. Comisariada por Laurence

Madeline, de Musées d'art et d'histoire de Genève, la muestra llegará al Museo Picasso Málaga tras visitar Francia (Le Consortium Centre d'art contemporain de Dijon), Suiza (Musées d'art et d'histoire de Genève) y Alemania (Kunstmuseum Pablo Picasso Münster).

La exposición El Lissitzky. La experiencia de la totalidad (23 junio-24 septiembre 2014) abordará la trayectoria creativa de este artista a través pinturas, fotografías, fotomontajes, diseño e ilustración de libros, revistas y diseños arquitectónicos. Se trata de uno de los artistas más influyentes, experimentales y controvertidos de las primeras décadas del siglo XX. Arquitecto, pintor, diseñador gráfico, diseñador de exposiciones y fotógrafo, contribuyó al desarrollo del Suprematismo junto a su amigo y mentor Kazimir Malévich y del Constructivismo posteriormente. Lissitzky inventó su propia forma de arte abstracto (a la que denominó Proun) y su obra tuvo una gran repercusión fuera de Rusia a través del grupo De Stijl en Holanda y de las enseñanzas de la Bauhaus en Alemania. Comisariada por Olivia María Rubio, la exposición está coproducida por el Museo Picasso Málaga, junto con el MART. Museo d'arte moderna e contemporánea di Trento e Rovereto, Fundació Catalunya-La Pedrera, Barcelona y La Fábrica, Madrid. Durante los próximos meses, el Museo Picasso Málaga continuará trabajando en un proyecto sobre Picasso y la cultura alemana que se pospone hasta un futuro próximo.

Fomentar la participación. Durante el año 2014 se incrementará, con respecto

al año anterior, el número de actividades culturales y formativas con otras instituciones locales y nacionales. Así, la música de cámara, la poesía, el flamenco y el jazz son algunas de las disciplinas artísti-



Foto: Equipo Gasull
© Sucesión Pablo Picasso, VEGAP, Madrid, 2014.

Pablo Picasso (1881-1973)
Cabeza de mujer
Otoño-invierno 1909-1910
Lápiz sobre papel
31,7 x 23,9 cm
Adquisición 2010. Museo Picasso Málaga

cas que seguirán protagonizando el calendario cultural de la ciudad de Málaga. También el Museo Picasso Málaga continúa reflexionando acerca del papel de los museos en una sociedad del siglo XXI, reflexiones que se llevarán a cabo en diversos programas formativos que van desde diversos seminarios vinculados a las exposiciones, hasta programas de inclusión y participación y foros de reflexión. ●



Sentido práctico con **look urbano**

En Europa, en 2013, la gama 500L de Fiat ha remontado las clasificaciones de ventas, alcanzando en pocos meses el primer puesto en su segmento con el 17,2% de cuota

Fiat presenta la nueva serie especial 500L Beats Edition™ y la nueva gama 2014 del Fiat 500L, que racionaliza la oferta con nuevos colores, nuevas tapicerías, nuevos opcionales y dos nuevos motores; el 1.6 Multijet II de 120 CV, que comenzó a comercializarse a finales de 2013, y el 1.4 Turbo GLP de 120 CV, que comenzará a producirse en el modelo 500L a mediados de marzo 2014. Novedades importantes que seguramente consolidarán el éxito de la gama 500L - modelos 500L, 500L Trekking y 500L Living - que en 2013, en Europa, ha remontado las clasificaciones de ventas, alcanzando en pocos meses el primer puesto en su segmento con una cuota del 17,2%. También en Italia es líder de su segmento con una cuota del 40,9%, además de ser el coche más vendido tanto

entre los vehículos de tamaño medio como entre los diésel. Y en España, durante su primer año completo de comercialización, es líder de su segmento con una cuota del 25,2%.

Fiat 500L Beats Edition™. Si las series especiales del emblemático 500 son sinónimo de 'moda', las del 500L parten del mundo de la tecnología que, en opinión de la marca Fiat, siempre tiene que ser sofisticada en los contenidos, pero fácil de usar, para que el día a día resulte más sencillo y agradable. El Fiat 500L Beats Edition™ está dotado de un equipo de sonido que revolucionará la manera de vivir la música dentro del coche. El célebre artista y productor musical Dr. Dre, junto con el presidente de Interscope Geffen A&M Records y productor discográfico Jimmy Iovine, han

colaborado con los ingenieros del Grupo Fiat, para desarrollar y calibrar el equipo de sonido implantado por primera vez el año pasado en el 500L. El resultado es un equipo capaz de brindar una experiencia sonora que se caracteriza por un sonido excelente que solo dos expertos en música como Dr. Dre y Iovine podían lograr alcanzar. Por fuera, el Fiat 500L Beats Edition™ se caracteriza por la sofisticada carrocería bicolor gris/negro - pintura mate

>>> En España, durante su primer año completo, es líder de su segmento con una cuota del 25,2%

o brillo - adornada con elementos rojos y de cromo-satinados para un aspecto urbano y moderno. El mismo sello distintivo se hace evidente en el interior, donde destacan el entorno totalmente negro y las nuevas tapicerías en tejido y ecopiel de color negro con costuras rojas.●



con permiso

manuelBELLIDO

bellido@mujeremprendedora.net

<http://manuelbellido.com>

8 de marzo, un día para reconocer y festejar

Cada vez hay más mujeres en puestos de mucha responsabilidad en el ámbito político. En estos momentos, por citar algunos ejemplos, encontramos mujeres en lugares destacados: algunas por razones hereditarias como Isabel II de Inglaterra o Margarita II de Holanda; otras porque han sido elegidas democráticamente para dirigir sus países, como Helle Thorning-Schmidt en Dinamarca, Alenka Bratusek en Eslovenia o Erna Solberg en Noruega. El caso de Angela Merkel es además muy significativo ya que además de dirigir su país domina la escena europea. Antes que ella, en los últimos 50 años solo Margaret Thatcher había conseguido hacer algo similar.

Hoy Angela Dorothea Kasner (nombre de soltera) de sesenta años, llegada del Este de Alemania, ha hecho del estilo sobrio y no solo en economía un estilo de gobierno. A menudo la prensa alemana la retrata en el supermercado haciendo la compra, o en su casa preparando el desayuno en la cocina, o en un buen restaurante pero nunca de lujo, cenando con amigos. La revista Forbes la ha señalado como la mujer más poderosa del mundo por séptima vez consecutiva. Angela Merkel es hija de un pastor luterano que decidió durante su juventud trasladarse voluntariamente a Alemania del este. De ese periodo no se conoce mucho, tan solo que fue una brillante estudiante de Física. Su nombre comienza a sonar en 1989 cuando el gran padre de la reunificación alemana, Helmut Kohl, la tiene como una de las más cercanas colaboradoras. En los años posteriores ella misma declarará que pudo hacer esa carrera política “por ser mujer y porque en aquel momento servía una mujer”. El apellido Merkel es el de su primer marido, que ella mantiene incluso después de la separación e incluso en su segundo matrimonio. En 1998 abandona al

“padre” Kohl invitándolo a desaparecer de la escena tras un escándalo político. Lo ha hecho hasta ahora y sigue demostrando un gran compromiso y coherencia política.

Otra mujer que también me llama poderosamente la atención es Aung San Suu Kyi, la llamada Gandhi birmana. Candidata a las próximas elecciones presidenciales de su país, premio Nobel por la Paz en 1991, ha dedicado toda su vida a servir a su país. Pequeña de estatura pero muy tenaz, sigue luchando por la democracia y el respeto a los derechos humanos en Birmania. Tras veinte años de reclusión en su país (estuvo arrestada en su domicilio desde 1989 hasta 2010), le fue concedido el premio Sakharov en 1990 y el premio Nobel por la Paz en el 91 y pudo dejar su casa-cárcel en Birmania. Muchos otros

“ La sociedad tenemos esta asignatura pendiente, asumir una actitud más positiva, criticar menos y reconocer más.”

reconocimientos le han llegado desde muchas organizaciones internacionales por el valor demostrado contra un régimen que había encarcelado también la democracia. Gracias a que su madre fue Embajadora le permitió estudiar en escuelas de la India y realizar las carreras de Filosofía, Política y Economía en Oxford. Estas experiencias también contribuyeron a dar una dimensión internacional a su formación, poniéndola en contacto con otras tradiciones y culturas políticas no violentas. En España tampoco faltan grandes figuras en los vértices actuales de responsabilidad. Creo que el 8 de marzo, podría ser una ocasión no solo para conmemorar la lucha de la mujer por su participación en pie de igualdad con el hombre, sino también para reconocer el valor de muchas y muchas mujeres que de un modo u otro han marcado y están marcando la historia.

“Nadie, cuando enciende una lámpara, la pone en un sótano ni debajo de un almud, sino sobre el candelero, para que los que entren vean la luz”. La sociedad tenemos esta asignatura pendiente, asumir una actitud más positiva, criticar menos y reconocer más. ●

Aunque no quiera escuchar...



seguirán hablando de usted.

Presentamos el nuevo **I.R.O.: Informe de Reputación Online** de **INFORMA D&B**. Una herramienta con la que podrá saber qué se dice en Internet y en las redes sociales acerca de su empresa o de sus marcas, gracias al rastreo de **130 millones de páginas web** utilizando tecnología **Big Data**.

- **Valoración de su presencia** en Internet y RRSS.
- Opiniones de los **usuarios influyentes**.
- **Análisis técnico** de su página web.
- Comparativa con otras empresas y marcas.
- **Información SEO**, posición y enlaces externos.
- **I.R.O.** investigado **por menos de 50€**.

Nuevo I.R.O. de INFORMA D&B.

Hablen bien o hablen mal, hay que saberlo.

www.**INFORMA**.es

Líderes en Información Comercial, Financiera y de Marketing.

El jardín de tu casa



La cocina



Los baños



La terraza



Tu casa es tan grande que seguro que todavía te quedan infinitos espacios por descubrir.

Andalucía es tu casa ¿Conoces todos sus rincones?

Andalucía
TE QUIERE