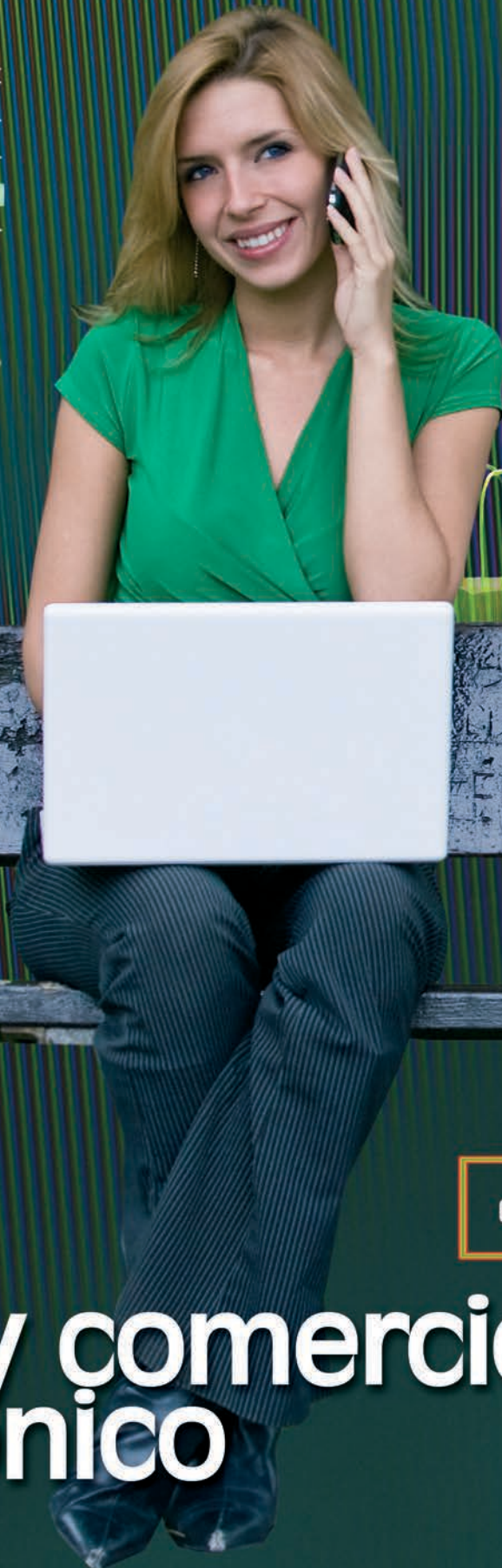


# mujeremprendedora



ON LINE



e commerce

## Mujer y comercio electrónico



# DEJE DE PENSAR EN LA BASE DE DATOS,



## Y DEJE QUE LA BASE DE DATOS PIENSE POR USTED.

En INFORMA D&B, contamos con las bases de datos más fiables que existen actualmente en el mercado, pero lo que realmente nos diferencia de nuestra competencia son nuestras **Soluciones de Marketing Inteligente**.

**GRS:** Podrá encontrar a su público objetivo entre más de 230 millones de empresas con acceso flexible desde un país hasta todo el mundo.

**SABI:** Le permite manejar la información general y cuentas anuales de más de 1,25 millones de empresas españolas y más de 500.000 portuguesas.

**MARKET INSIGHT:** Modeliza e identifica a sus mejores clientes para aumentar la respuesta y la rentabilidad de sus acciones de marketing.

**CONSULTORÍA, AMADEUS, ORBIS, MINT, ETC:** Todas las herramientas que le permitirán optimizar, actualizar, depurar y enriquecer sus bases de datos para conseguir los mejores resultados.

# INFORMA

La Empresa Líder en **SOLUCIONES DE MARKETING INTELIGENTE**



INFÓRMESE  
902 176 076

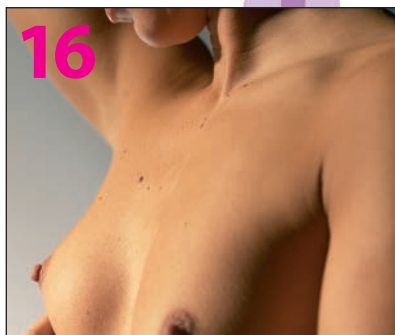




**10**  
**AITZIBER EXTEBARRIETA,**  
**EMPRESARIA NACIONAL**  
**DE VENTAS INDEPENDIENTE**  
**DE MARY KAY**



**12**  
**ANA PALENCIA,**  
**DIRECTORA DE COMUNICACIÓN**  
**CORPORATIVA Y RSC DELGRUPO**  
**UNILEVER EN ESPAÑA,**



**16**  
**CONSEJOS EN LA PREVENCIÓN**  
**DEL CÁNCER DE MAMA**

**5 ZONA OPINIÓN**

**5 Las raíces de Europa**  
Anna Conte

**7 ZONA HECHOS**

**7 En cuatro vistazos**  
**8 Tema de portada**  
Mujer y comercio electrónico

**10 Entrevista a**  
**Aitziber**  
**Extebarrieta**

**12 Entrevista**  
**Ana Palencia**

**14 Reportaje**  
La mujer gana protagonismo  
en la franquicia

**17 Como decir No sin**  
**que te duela**  
M<sup>o</sup> Ángeles Tejada

**18 ZONA MUJER**

**18 Protagonistas**  
**19 Qué nos deparará**  
**el futuro**  
M<sup>o</sup> Ángeles Tejada

**20 Emprendedora**

Isabel Haro

**22 Emprendedora**

María Carrasco

**25 Reportaje**

Consejos en la prevención  
del cáncer de mama

**26 ZONA EMPLEO**

**26 Sindicatos CC.OO.**

**24 ZONA OCIO**

**28 Música**

**29 Libros**

**30 Museo Picasso**

**Málaga**

**31 Viajes**

**33 Motor**

**34 ZONA OPINIÓN**

**34 Una casa común**  
**llamada Europa**  
Manuel Bellido

**staff**

**EDITA:** Grupo Informaria, empresa informativa fundada en 1996

**FUNDADOR:** Manuel Bellido

**REDACCIÓN Y COLABORADORES:**

Anna Conte, Isabel García, José Santos, M<sup>o</sup> Ángeles Tejada,

Ana Pagador, Lourdes Otero, Vanessa Calvo,

Ana María Herrero y Susana Muñoz

**DIAGRAMACIÓN:** Francisco Javier Collados

**FOTOGRAFÍA:** Archivo Mujerempredadora, Agencias

**Dirección, Administración,**

**Distribución y Publicidad:**

Recaredo, 20, 2<sup>o</sup>- 4, 5 y 6. 41003 Sevilla.

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

**ISSN 1575-9377**

**Depósito Legal:** SE-3043-99

www.mujerempredadora.net

**E-mail:** mujerempredadora@mujerempredadora.net

redaccion@mujerempredadora.net;

digital@mujerempredadora.net

annaconte@mujerempredadora.net

**Premio**  
**ALMUR**



**Premio**  
**ARCO**  
**IRIS**

# FIEBRE. PARÁLISIS. MUERTE.

**TÚ PUEDES EVITARLO**

**DONA AHORA**

**30€ = 66 NIÑOS VACUNADOS  
CONTRA EL SARAMPIÓN**

**[WWW.UNICEF.ES/TODOSVACUNADOS](http://WWW.UNICEF.ES/TODOSVACUNADOS)**

unicef 

**100% NIÑOS VACUNADOS**



*para empezar*  
**annaCONTE**

annaconte@mujerempresadora.net

Editora

## *Las raíces de Europa*

“Peor que vivir sin raíces es sobrevivir sin futuro”. Esta dura e inquietante afirmación pero llena de verdad se encuentra en el prefacio del libro "Sin raíces", escrito a cuatro manos por el ex presidente del Senado italiano, Marcello Pera y el entonces cardenal Ratzinger, el Papa Benedicto XVI. Una reflexión y un intercambio de opiniones entre un “laico” y un creyente, sobre Europa -pasado, presente y futuro- de extraordinaria relevancia y actualidad aunque su publicación es de hace diez años.

He vuelto a leer unas pocas páginas del libro los días precedentes a las elecciones europeas y hoy, pasadas estas, he querido reflexionar de nuevo sobre este “sin raíces-sin futuro” que tendría que estar presente en toda consideración que se haga sobre los resultados del 25 de mayo por parte de cualquier partido político y de cualquier estado de la Unión.

Los resultados de las elecciones, con el declive de los partidos "históricos" y la increíble explosión de populismo en varios colores, han puesto de manifiesto una seria y profunda falta de ideales, sin los cuales ni se proyectan ni se sostienen objetivos económicos, sociales y culturales.

Pregunta: ¿más allá de los porcentajes, los políticos se están dando cuenta de que la necesidad de renovación que ha surgido tras las elecciones es algo muy profundo? Vemos aquí, en España, por ejemplo, el Partido Socialista se ha hecho pedazos tras las elecciones, pero en estos días solo se habla de la elección de un nuevo secretario y de la modalidad en que esta elección tendría que producirse. Por otra parte, el Partido Popular -que aún siendo el partido ganador ha perdido muchos votantes en comparación con las anteriores elecciones - ha reconocido hasta ahora sólo un "error de comunicación" lo que le ha producido el distanciamiento con la gente.

Sinceramente, me parecen muy flojitas estas reflexiones de frente a los retos que tendrá que afrontar Europa: desempleo, inmigración masiva, disminución de la natalidad, envejecimiento de la población y sus consecuencias económicas. Es lógico que me pregunte si lo más urgente es realmente encontrar la modalidad de elegir al que ocupará el sillón de secretario general en un

partido con todas las negociaciones para conseguir apoyos que el hecho conlleva.

Un político, decía hace algunas noches en un programa de TV que en Europa faltan líderes, yo también lo creo, faltan personas con visiones amplias, que al mismo tiempo sepan tocar el corazón de los ciudadanos, no con eslóganes facilones, sino con Valores que ayuden a construir la convivencia de los pueblos, basada en la búsqueda del bien común, de la solidaridad, dentro y fuera de la Unión, con la apertura a los nuevos mundos emergentes.

Valores que tienen sus raíces en el cristianismo que, se quiera o no, ha permeado la historia y la cultura de los europeos. El momento no es fácil y exige a quien cree en estos valores –pertenzca al partido que pertenezca– baje a la calle con firmeza y sin mediocridad, porque mientras tanto, quien no quiere que Europa camine hacia una mayor unión, una mayor identidad de objetivos, está sembrando violencia por doquier. Aquí son muchos los que están expresando su preocupación por los extremismos, por la incursión de partidos que ensalzan la revolución bolivariana y la proponen para España.

**“¿Más allá de los porcentajes, los políticos se están dando cuenta de que la necesidad de renovación que ha surgido tras las elecciones es algo muy profundo?”**

Es justa la preocupación por estos fenómenos desintegradores, sin embargo, como decía Kapuscinski, “los procesos desintegradores de la sociedad llegan siempre hasta un cierto límite, sin conseguir avanzar hasta la destrucción total... memoria colectiva, instinto de conservación, cultura: son los factores que impiden la aniquilación total”.

Creo firmemente que si Europa, y sobre todo aquellos que están llamados a gobernar, saben responder a las demandas de la ciudadanía y nace una nueva explosión de idealismo y de inspiración genuina, comenzarán a resurgir sus raíces, los valores de su cultura y entonces sí, podrá dar un gran paso hacia adelante, hacia el futuro. ●



# ATLANTIC COPPER

*Una compañía del grupo Freeport-McMoRan*



## SOSTENIBILIDAD conectada al PROGRESO

Apostamos por la innovación.  
Respetamos nuestro entorno.  
Crecemos económicamente con nuestra tierra.  
Utilizamos las tecnologías más avanzadas.

# En cuatro vistazos

## FLASHES DE LA ACTUALIDAD

### >> GOBIERNO Y CEOE RENUEVAN SU COMPROMISO PARA IMPULSAR EL ACCESO DE LA MUJER A LA ALTA DIRECCIÓN

La Secretaria de Estado de Servicios Sociales e Igualdad, Susana Camarero y el secretario general de CEOE, José María Lacasa, firmaron recientemente en la sede de la Confederación un acuerdo para el desarrollo del proyecto PROMOCIONA 2014-2015. Este proyecto es una iniciativa del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, MSSSI en el que participa CEOE como promotor del mismo. Su objetivo es favorecer el ascenso de las mujeres a puestos de Alta Dirección y está cofinanciado por el Espacio Económico Europeo, el Reino de Noruega, el MSSSI y la CEOE. ●



### >> SÓLO EL 22% DE LOS LIBROS RESEÑADOS EN LOS SUPLEMENTOS CULTURALES SON OBRA DE ESCRITORAS

Varias asociaciones de mujeres del mundo de la cultura, que agrupan a unas 1.500 profesionales, han realizado un estudio sobre el apartado "Libros" de los suplementos culturales de los 4 principales diarios españoles (El País, La Vanguardia, ABC y El Mundo) a lo largo de un mes elegido al azar (diciembre de 2013). Del análisis se desprende que los suplementos reseñan muchas más obras de autores varones que de autoras: como media, solo el 22 por ciento de los libros reseñados son obra de mujeres, a pesar de que en las listas de libros más vendidos que publican los mismos suplementos, el 36% son de escritoras. ●

### >> EL SECTOR FRANQUICIA, UNA APUESTA QUE LAS MUJERES TIENEN CADA VEZ MÁS CLARA

Las mujeres se decantan por montar su propio negocio y apuestan por la franquicia como fórmula de su éxito, tanto en negocios que ya están creciendo, como nuevas empresas que comienzan a expandirse. La Consultora Tormo Franchise Consulting ha publicado un estudio en el que se confirma que el 43% de las personas interesadas en franquicia son mujeres, dato que se equilibra cada vez más con los emprendedores masculinos. "La franquicia te ofrece la posibilidad de ser propietario de un negocio acreditado, tener una zona de exclusividad, ser formado en la etapa inicial y una asistencia continuada", afirma Rocío Gay Pérez, franquiciada de la marca Nascia en Jaén, enseña especializada exclusivamente en tratamientos contra la ansiedad y el estrés. ●



### >> LOS AVANCES EN SALUD DE LA MUJER HACEN DE LA FORMACIÓN CONTINUADA EN GINECOLOGÍA REQUISITO INDISPENSABLE

Los avances en prevención, en técnicas diagnósticas y en tratamientos en el área de salud de la mujer obligan a los especialistas en Ginecología, especialmente, a cambiar sus protocolos de actuación. Así lo pone de manifiesto el Dr. Eduardo González-Bosquet, médico del servicio de Obstetricia y Ginecología del Hospital Sant Joan de Déu, que también es investigador de la Fundació Sant Joan de Déu y uno de los autores de la 9ª edición de Ginecología, obra de referencia en esta especialidad y que acaba de publicar el Elsevier. ●

# Mujer y comercio electrónico

Nace Women at eCommerce by LetsBonus, el primer observatorio de la mujer profesional en el sector del comercio electrónico que cuenta con el apoyo de LetsBonus, que estudiará entre otros aspectos, la evolución y el protagonismo de la mujer como profesional en el sector y consumidora en el mismo

El sector del comercio online que ha crecido un 20,6% en España respecto al mismo periodo en 2012, se encuentra en un momento de oportunidad y crecimiento en el que la mujer profesional está desempeñando un papel importante. De hecho, ya existe un 12% de mujeres CEO en este sector, frente al 5% de la media empresarial del país, según resultados del sondeo llevado a cabo por Womenalia.com entre su base de datos de más 257.000 usuarias. Un dato que refleja que la mujer alcanza puestos de dirección con mayor facilidad en este sector y que deja una puerta abierta para determinar cuáles son las razones por las que se produce en mayor medida que en otros sectores.

>> El sector eCommerce cuenta con un 12% de mujeres CEO frente al 5% de la media empresarial. Un dato que refleja que la mujer alcanza puestos de dirección con mayor facilidad en este sector y que deja una puerta abierta para determinar cuáles son las razones por las que se produce en mayor medida que en otros sectores.



Con el objetivo de poner el foco en el papel profesional que la mujer está jugando en este sector, se presentó el pasado mes de mayo en Madrid el primer observatorio de la mujer profesional en el sector eCommerce. Women at eCommerce by LetsBonus cuenta además con el apoyo de una de las empresas referentes en el sector de la venta online, LetsBonus, quien cuenta con un 67% de mujeres compradoras en su base de datos y conoce además, el potencial de la mujer como consumidora online.

El acto contó con la presencia de Gemma Sorigué, Directora General de ventas de LetsBonus y María Gómez del Pozuelo, CEO de Womenalia.com, así como Elena Gómez del Pozuelo, presidenta de Adigital. Así mismo, participaron en una mesa redonda sobre eCommerce junto a ellas, Marta Panera, International PR Director & Business Development Spain de Showroomprive y Elena Betés, CEO de Rastreator.com





- BBDO de LetsBonus: 60% Mujeres vs 40% Hombre  
 - El porcentaje de clics antes que finalizar el 44% de la base  
 - Compradoras: 57% del total de compradores son mujeres (datos promercedatos, 2016)  
 - Comportamiento de la consumidora:  
 - Compras: más probabilidades de usar target nacional  
 - Belleza: 1 de cada 3 compras  
 - Gastronomía: 1 de cada 5  
 - y Salud/Bienestar (cuidado personal), 1 de cada 8 compras

Todas ellas reflexionaron sobre las razones que les han llevado a ocupar puestos de responsabilidad en este sector. “Expertise en ecommerce y grandes dosis de trabajo y esfuerzo y sacrificio personal”, explicó Gemma Sorigué. Marta Panera señaló la importancia de mantenerse siempre en plena actividad: “No dejar de formarse nunca, ni de fijarse metas”. Elena Betés, por su parte, puso el foco en la importancia del equipo, la empatía y la resiliencia. Todas ellas coincidieron en que una de las razones por las que hay más mujeres en este sector que en otros es la flexibilidad productiva que lo caracteriza. Elena Gómez del Pozuelo ha explicado: “Gracias a los horarios más flexibles de las compañías eCommerce, las mujeres pueden conciliar más fácilmente”. Algo en lo que el resto de mujeres han estado de acuerdo.

**Women at, primer observatorio de la mujer profesional.** Women at es el primer observatorio por sectores, actividades económicas y regiones de la mujer profesional en España, que nace con el objetivo de analizar la evolución económica, el nivel de adopción tecnológica y la presencia de la mujer a nivel profesional en diversos segmentos económicos.

“Nace con vocación de convertirse en el primer observatorio de la mujer profesional de

nuestro país. Un indicador que muestre el grado de desarrollo y maduración de la mujer profesional en diversas áreas de actividad, sectores económicos y zonas geográficas, dibujando así un mapa de la situación real de la mujer en España y analizando qué puestos alcanzan, qué responsabilidades desempeñan y qué curva de crecimiento se dibuja en el horizonte inmediato”, explicó María Gómez del Pozuelo, durante la presentación.

>> La mujer profesional dedica aproximadamente un 58% más de tiempo en la compra online que los hombres

Como inicio de esta serie de observatorios, Women at eCommerce by LetsBonus se centra un sector pujante y de proyección, el del comercio online. Un sector que supone ya el 1,2% del PIB y que crecerá un 20% durante este año, tal y como explicó Elena Gómez del Pozuelo durante la presentación.

“Hemos apostado por Women at eCommerce by LetsBonus para poder ayudar y entender mejor a la mujer, nuestra principal consumidora, y poder aportar valor en cuestiones como la gestión del talento, la igualdad de oportuni-

dades, la ocupación de cargos directivos, la conciliación laboral y familiar...”, apuntó Gemma Sorigué, Directora General de ventas de LetsBonus. De hecho, las mujeres, a quien Gemma definió como compradoras más

emocionales, toman el 80% de las decisiones de compra y un 95,2% de las mujeres profesionales realizan búsquedas de ocio diarias. “Además, creemos en la mujer no solo como consumidora sino también como profesional, de hecho un 58% de la plantilla de LetsBonus es femenina”.

Annualmente, los resultados del trabajo de estos observatorios, se concretarán en un informe que Womenalia publicará con las principales conclusiones y estadísticas arrojadas por el observatorio, y que pondrán de manifiesto, o no, la relación entre mujer profesional, digitalización y evolución económica de las principales áreas sectoriales, geográficas o económicas de nuestro país. Los artículos, estudios, entrevistas y reportajes que se lleven a

cabo para obtener esta información, pueden consultarse desde hoy en la web [www.womenalia.com/es/womenat](http://www.womenalia.com/es/womenat) Women at eCommerce by LetsBonus constituye el primero de los observatorios a los que le seguirán otros como Recursos Humanos, Finanzas, Energía, etc. ●

# “La clave del éxito es sentir una gran pasión por lo que hago”

Entrevistamos a Aitziber Etxebarrieta, empresaria nacional de ventas independiente de Mary Kay, una de las empresas de venta directa más grande del mundo. Etxebarrieta es la empresaria número uno de Mary Kay en España y la número dos a nivel europeo. Su área está formada por casi 13.000 consultoras de belleza independientes de Mary Kay de toda España y ha llegado a lo más alto dentro de la enseña. Mary Kay pertenece a la Asociación de empresas de Venta Directa (AVD) que en su balance correspondiente al año 2013 afirmaba que este sector ocupa en España actualmente a más de 162.000 profesionales de los cuales el 79% son mujeres, porcentaje que en Europa desciende al 70%

## ¿Cuándo y cómo surge la oportunidad de empezar a formar parte de una empresa como Mary Kay Cosmetics?

Lo cierto es que no fue algo premeditado, ni siquiera la idea me sedujo desde el primer momento. Una amiga me habló en varias ocasiones de esta compañía y tardé en darme cuenta de lo que podía cambiarme la vida y, sobre todo, de la inmensa oportunidad que suponía para mí. Por aquel entonces yo trabajaba por cuenta ajena en otra empresa, con un buen sueldo y la vida más o menos resulta; sin embargo, al plantearme tener familia numerosa me di cuenta que eso suponía tener que elegir entre desarrollar mi carrera profesional, o bien, dedicarles a mis hijos el tiempo que merecían. Mary Kay me ofrecía poder tenerlo todo. Y es que gracias a Mary Kay, no sólo he crecido enormemente a nivel profesional, personal y económico, sino que puedo darles a mis hijos una calidad de vida increíble en todos los aspectos.

## ¿Cuál diría que es la clave del éxito de Mary Kay?

Básicamente, seguir las directrices que nos marca la compañía. Todo está perfectamente pensado y estudiado para conseguir nuestros objetivos de una manera eficaz. Yo seguí ese camino. Y, por supuesto, sentir una gran pasión por lo que hago.

## ¿Cuáles diría que son las claves para haber llegado a ser la empresaria número uno de Mary Kay en España y la número dos a nivel europeo?

Cuando quieres hacer llegar un mensaje a una persona, lo más importante es que esa persona vea que tú eres la primera en haberlo hecho, es decir, que eres ejemplo de lo que estás diciendo. De esta manera generas confianza. Cuando en las Clases de Belleza muestro un producto y hablo de sus cualidades, de cómo utilizarlo,... no es simplemente algo que yo haya leído o estudiado, es que yo he probado ese producto y conozco en primera persona sus beneficios. A la hora de liderar un Área sucede lo mismo, procuro servir de ejemplo a mi equipo para que ellas vean en mí un modelo a seguir. De lo contrario, pierdes credibilidad y si no creen en ti ¿cómo te van a seguir?

## Tiene un área formada por 16.000 consultoras de belleza... ¿asusta?

La cifra impacta, lo reconozco, pero lo cierto es que yo sigo trabajando de la misma manera que cuando tenía 30 Consultoras de Belleza. Sigo impartiendo mis Clases de Belleza, sigo formando y ayudando a crecer a mi equipo,... Cuando tienes un hábito de trabajo, bueno o malo, ese hábito te acompaña durante toda tu carrera. Yo soy una persona muy disciplinada y he hecho las cosas como me dijeron que había que hacerlas, así que realmente el mérito es de Mary Kay Ash, la fundadora de esta maravillosa compañía, porque lo único que he hecho es seguir el sistema de trabajo que ella creó, un sistema que te permite crecer sin límites.



### Con tres hijos, ¿cómo logra conciliar su vida personal y familiar?

Como te comentaba anteriormente, Mary Kay es la compañía perfecta para conciliar la vida personal y profesional. Es más, esta conciliación está escrita en la filosofía de nuestra compañía, una filosofía que no se queda en el papel sino que se lleva a la práctica día a día. Yo habi-

**>> Kay es la compañía perfecta para conciliar la vida personal y profesional. Es más, esta conciliación está escrita en la filosofía de nuestra compañía**

tualmente paso la tarde con mis hijos, les llevo a sus clases extraescolares, juego con ellos,..., en definitiva, comparto todos los días su vida. Mientras ellos están en el cole, yo me dedico a mi negocio Mary Kay y, por supuesto, también tengo tiempo para mí. Cuando un plan de trabajo está tan perfectamente organizado como éste, hay tiempo para todo.

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

No te voy a mentir, con muchas, pero siempre he pensado que lo importante no son las dificultades con las que te encuentres, sino cómo las superas. Yo he tratado de hacer mía la filosofía de Mary Kay, cuyo pilar más básico es la Regla de Oro (“Trata a los demás como te gustaría ser tratado”). Pues bien, en la mayoría de las ocasiones, aplico esta regla y ella me dicta cómo tengo que actuar, tanto en mi vida profesional como en mi vida personal.

### ¿Qué consejo le daría a una consultora o futura consultora de belleza de Mary Kay?

En ambos casos les diría que busquen qué cosas les apasionan de sus vidas porque eso les marcará el camino que deben seguir. La vida debe ser algo maravilloso y todos buscamos la felicidad ¿verdad? Ese será siempre el motor que nos impulse a conseguir lo que queremos. También les diría que sean siempre la mejor versión de sí mismas. Creo firmemente que todas las personas tenemos cosas extraordinarias dentro de nosotros y esas son las que debemos mostrar y hacer crecer.

Isabel García ●

**Isabel GARCÍA**



### ¿Qué oportunidades diría que ofrece el negocio de la venta directa para las mujeres?

Yo creo que está sobrevalorado aquello de la “nómina fija” a fin de mes porque, si tú das a elegir a la mayoría de las personas si prefieren un sueldo fijo de 1.000€ o una cifra ilimitada en función de su esfuerzo, la mayoría elegiría la segunda opción. Si les das a elegir un horario fijo o un horario adaptado a su vida, también escogerían la segunda opción. Si les das a elegir entre una carrera limitada o ilimitada, también escogerían la segunda opción. Por lo tanto, si tengo que resumir las oportunidades que ofrece un negocio de venta directa, sin duda diría la libertad de poder elegir. Claro está que el éxito que se tenga depende del nivel de implicación y dedicación, de la calidad profesional que se posea (lo cual se puede adquirir con formación y experiencia) y de lo que te apasione ese negocio. Históricamente en España la venta directa creo que no estaba valorada adecuadamente, sin embargo, las

cosas están cambiando porque la gente se está dando cuenta de que puede conseguir mucho más con menos tiempo por su cuenta que lo que consigue, por ejemplo, trabajando ocho horas en una oficina, con la ventaja de estar respaldado por grandes compañías.

**>> La vida debe ser algo maravilloso y todos buscamos la felicidad ¿verdad? Ese será siempre el motor que nos impulse a conseguir lo que queremos**

### ¿Cuál es el perfil de las consultoras de belleza de Mary Kay?

Hombres y mujeres que desean tomar las riendas de su vida, que quieren crecer a todos los niveles y que les apasiona lo que hacen.

# “El gran reto de la mujer del siglo XXI es desempeñar varios roles al mismo tiempo”

Hablamos con Ana Palencia, directora de Comunicación Corporativa y RSC del Grupo Unilever en España, un cargo que compagina con el de presidenta del Comité de Comunicación de FIAB (Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas) y con el de presidenta del Comité de Dieta, Actividad Física y Salud trabajando en la estrategia española contra la obesidad (estrategia NAOS)





### ¿Cómo una directora de Unilever compagina su vida profesional con su día a día?

Afortunadamente, la política de conciliación entre la vida personal y la laboral en Unilever me ayuda a conseguirlo. Esta política se asienta en diversas iniciativas en el lugar de trabajo (flexibilidad horaria, posibilidad de trabajar desde casa, etc...), tecnología (ordenador portátil, smart phone...) y buenas prácticas (peluquería en la compañía, servicio tintorería, farmacia, etc...). Todo ello en su conjunto me ayuda a diario a sacarle el máximo partido a mi vida; aunque tengo que ser sincera en que el mayor peso entre semana se lo lleva el ámbito laboral.

### ¿Cómo describiría a la mujer de hoy?

Es una mujer que se gusta y a la que le gusta cuidarse sin pensar en el 90-60-90 porque lo importante no son las medidas, ni tener un cuerpo diez, ni el contar las calorías sino el que sentirse bien consigo misma y con lo que hace. Además, las mujeres de hoy en día viven sometidas a una cierta presión: deben compaginar sus profesiones con sus familias, mantenerse en forma, estar guapas, a la última, y esto puede llegar a ser estresante y además tienen que tomar sus propias decisiones. Quizás están olvidando que lo más importante es que decidan lo que decidan estará bien, que sobre todo hay que reír, divertirse y disfrutar de la vida.

### ¿A qué retos se enfrenta la mujer actual del s.XXI?

El gran reto es que tiene que ser ama de casa, trabajadora, madre, compañera, amiga.. varios roles al mismo tiempo lo cual le puede suponer mucha presión a menos que aprenda a relajarse, ser menos exigente con ella misma y piense que decida lo que decida estará bien.

### ¿Qué aporta Ligeresa a esta mujer actual?

Justamente Ligeresa quiere apoyar a estas mujeres, decirles que la vida es disfrutar, reír, reírse de una misma, cuidarse pero sin obsesionarse por ello y comerse la vida en definitiva.

### Ligeresa se ha renovado y apuesta fuerte (lo vemos en la nueva campaña) ¿Qué objetivos tenéis?

Ligeresa se ha modernizado y toda la nueva comunicación de la marca, incluida la campaña de 'Monólogas', tiene el objetivo de llegar realmente a la mujer actual y hacer

que se sienta apoyada por nuestra marca, decirle que la entendemos y que queremos ayudarla a disfrutar de su vida.

### ¿Cómo o qué hace Unilever para apoyar a las mujeres de hoy en día? (Tema ONG's)

Gracias a una política de conciliación que les permita poder conciliar su vida personal con la laboral sin sentirse sometida a un estrés continuo. Por otra parte, a través de nuestras marcas. Marcas como Flora, Ligeresa, Knorr, Dove, TRESemme o Pond's que intentan satisfacer sus necesidades diarias en diferentes ámbitos de la vida. Y por último destacaría nuestra labor de colaboración con aquellas ONG's que ayudan a dignificar a aquellas mujeres que no lo han tenido fácil y que luchan por un futuro mejor, como es el caso de la Fundación Ana Bella.

### ¿Con qué dificultades se ha encontrado en su vida profesional como mujer y cómo las ha superado?

Sinceramente, y después de 20 años trabajando para esta compañía, tengo que decir que afortunadamente jamás me he sentido injustamente tratada o en una situación difícil por el hecho de ser mujer. Unilever promueve la diversidad en todas sus vertientes (género, cultura, nacionalidad, etc...) que ayuda a conseguir los mejores resultados en cada momento.

### ¿Qué consejos daría a las mujeres que quieren emprender o ser emprendedoras?

El fundamental es tener ganas de hacer algo, y que sea la pasión lo que las mueva a emprender un proyecto o sueño determinado. Es clave que haga un análisis en profundidad sobre los recursos que dispone y que, por otra parte, evalúe muy bien las posibilidades que tendrá de conciliar su vida empresarial con la personal. También es clave que tengan fe y confianza plena en ellas mismas para poder funcionar a pleno rendimiento en esta faceta laboral de la vida. Y por último, no olvidar que la vida es como una silla de cuatro patas, donde cada una de ellas es importante para mantenerte estable: la pata personal, la familiar, la social, y la laboral. Si no cuidamos y disfrutamos con cada una de ellas no seremos plenamente felices. La felicidad debería ser nuestro fin. ●

>> La mujer de hoy  
Es una mujer que se gusta y a la que le gusta cuidarse sin pensar en el 90-60-90 porque lo importante no son las medidas, ni tener un cuerpo diez, ni el contar las calorías sino sentirse bien consigo misma y con lo que hace

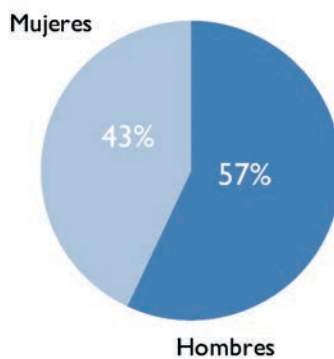
# La mujer gana protagonismo en la franquicia

El 43% de las personas interesadas en emprender a través del sistema de franquicia son mujeres

La consultora especializada en franquicia Tormo Franchise Consulting, analiza a través de los datos facilitados por el portal Franquiciashoy.es, la evolución de las mujeres interesadas en emprender a través de la franquicia, los principales sectores, su capacidad de inversión y el ámbito de procedencia.

El estudio refleja que el 43% de la muestra analizada, correspondiente a los últimos 12 meses (período Abril 2013- Abril 2014), son mujeres, frente al 57% de los hombres, un dato que no sólo se equilibra cada vez más, sino que demuestra que progresivamente va despertando el interés emprendedor de las mujeres.

## La mujer en la franquicia



## Sectores más demandados

Los sectores que más interesan a las mujeres, según los datos analizados, son principalmente Retail y Servicios, siendo en este orden las preferencias de sus demandas: Alimentación (13,6%), Moda Femenina (10,8%), Joyería y Bisutería (8,9%), Panaderías y Pastelerías (7,9%) y Moda Infantil (7,5%).

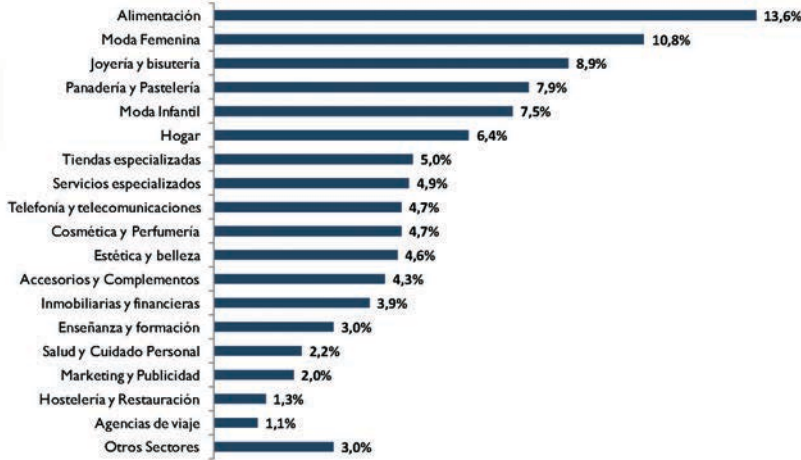
Las franquicias menos demandadas por mujeres son los negocios dedicados al Automóvil, Reciclaje y Consumibles y Tintorerías y Arreglos, todas ellas agrupadas en Otros Sectores, debido a su escasa representatividad. Esto demuestra el poco interés acerca de dichos sectores por parte de las mujeres emprendedoras en franquicia.



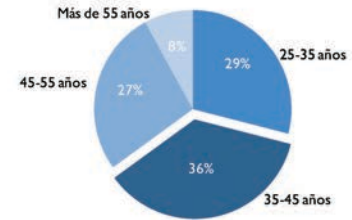
>> **Madrid, Cataluña y Andalucía** representan cerca del 47% de las mujeres interesadas en emprender



### Sectores más demandados



### El interés por la franquicia según la edad

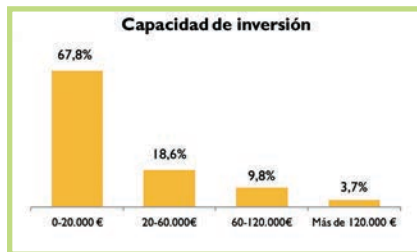


Se trata de datos positivos en el tejido empresarial, en el que la mujer ocupa una posición fundamental. En 2013, más del 70% de las mujeres ocupadas eran trabajadoras por cuenta propia, porcentaje en el que se incluyen las mujeres emprendedoras en franquicia, según los datos publicados por el Instituto de la Mujer.

### Capacidad de inversión

En el rango de inversión es de destacar que un 86% de las mujeres interesadas se sitúan en franquicias con inversiones menores a 60.000 €, de las que un 67,8% no superan los 20.000 € de inversión. Este dato confirma el Informe ya publicado en Noviembre de 2013 por Tormo Franchise Consulting, en el que se mostraba una clara tendencia a la creación de modelos de negocio de bajo coste bajo la fórmula de franquicia.

Uno de los aspectos que se distingue en este Informe es la fuerte demanda de franquicias por parte de las mujeres, pero al mismo tiempo destaca una limitada capacidad de inversión, mientras que los hombres interesados en franquicia se sitúan en enseñanzas preferentemente de mayor inversión, entre ellas Hostelería y Restauración y el sector de la Alimentación, y cuentan con una capacidad de inversión, en muchas ocasiones, superior a los 60.000€.

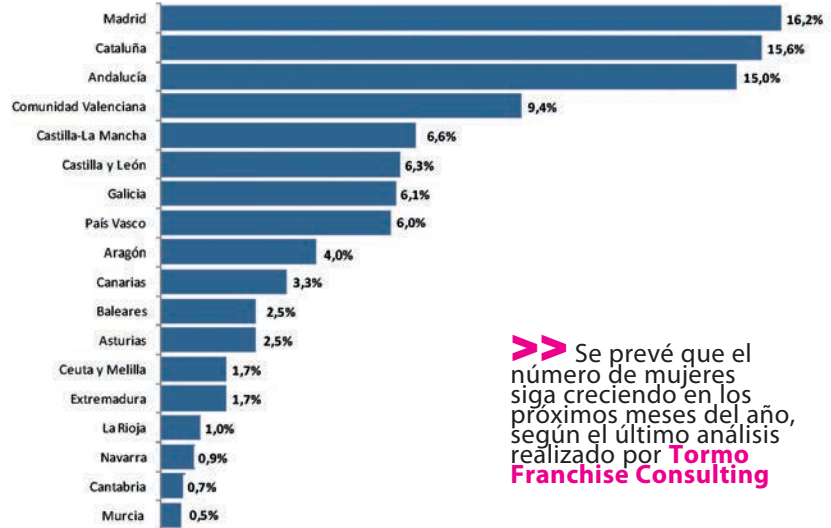


### Presencia por Comunidades Autónomas

En cuanto a la situación geográfica, las mujeres más interesadas en la apertura de establecimientos franquiciados se concentran en Madrid (16,2%), Cataluña (15,6%) y Andalucía (15%) frente a Murcia, Cantabria y Navarra, como las Comunidades Autónomas con menor número de emprendedoras sin lle-

gar 2,5% en su conjunto. Madrid, seguida de Cataluña, continúan siendo las Comunidades Autónomas más activas en franquicia y siguen liderando el sector desde el pasado año, tanto en hombres como en mujeres, como ya se apuntaba en el Informe sobre la Franquicia 2014 presentado por Tormo Franchise Consulting.

### Presencia por Comunidades Autónomas



Se prevé que el número de mujeres siga creciendo en los próximos meses del año, según el último análisis realizado por Tormo Franchise Consulting

### Interés por la franquicia según la edad

En cuanto a la edad de las mujeres interesadas en emprender, el 36% se encuentra entre los 35 y 45 años, seguida del intervalo de 25 a 35 años con un 29%. Por detrás, las mujeres entre 45 y 55 años ocupan un 27%. Por último, el rango de edad con menor número de mujeres emprendedoras en franquicia son las mayores de 55 años con un 8%.

Se prevé que el número de mujeres emprendedoras en franquicia seguirá aumentando en los próximos meses de 2014, tratándose de un sector que se equilibra entre la mujer y el hombre en función de su demanda, mientras que al mismo tiempo mantienen diferenciados sus rangos de inversión. ●

Isabel GARCÍA

LO RECONOCEMOS:  
SOMOS  
UN HOTEL  
DIFERENTE

**OFERTA**  
PISCINA CENTRO DE MADRID  
PARA 1 o 2 PERSONAS  
DESDE

**81€**

- Derecho a uso de piscina
- Check-out a las 14 horas



Desde finales de mayo hasta finales de septiembre la terraza del hotel Santo Domingo se convierte en un oasis en pleno centro de Madrid, para disfrutar del sol, darte un baño en la piscina, probar los pinchos más deliciosos o despedir el día con las más maravillosas puestas de sol, una suave música y los deliciosos cócteles de nuestros "barmaen" Nacho y Jorge.

El jardín colgante mayor del mundo, 200 habitaciones con distintas decoraciones, unas auténticas cuevas del siglo XVI transformadas en un original bar de copas... y otras muchas cosas que descubrirás que te harán vivir Madrid a tope.

¿Somos o no un hotel diferente?

En verano en pleno centro de Madrid... el Santo Domingo: El hotel de los mil y un deseos concedidos... y de las mil y una sorpresas increíbles.

Mercure

**HOTEL**★★★★  
**SANTO  
DOMINGO**



Búscanos,  
estamos en el centro

**El hotel del centro de Madrid**

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

/hotelsantodomingomadrid

hotelSDmadrid

HSantoDomingoMadrid





## Isabel Gómez López

Coach Profesional

[www.exitoenfemenino.com](http://www.exitoenfemenino.com)

@\_Isabel\_Gomez

# Cómo decir NO sin que te duela

“No es suficiente saber lo que hay que decir, también hay que saber cómo decirlo” (Aristóteles)

¿Alguna vez te ha pasado que alguien te pide algo, tal vez abusando un poco de la amistad y tu, para evitar cualquier tipo de conflicto, accedes de mala gana?

¿Cómo te sientes en ese momento? ¿Enfadada con esa persona y contigo misma por no haber dicho “no”?

Sigue leyendo, porte te presentaremos claves para que no vuelvas a sentirte así.

### ¿Para qué decir no? La Importancia

Decir No es, en primer lugar, una necesidad de orden práctico porque difícilmente podremos organizar nuestro día a día si accedemos a cualquier petición que se nos presente.

Por otro lado, el decir “no” es una forma de reafirmar nuestra personalidad y respetar las necesidades propias.

Cuando una persona alcanza sus objetivos, muchas veces habrá dicho “no” a propuestas que no encajaban con sus deseos, ideales o valores.

El decir “no” es compatible con ser querido y agradar a otros.

Cuando nos resistimos a dar una negativa, estamos anteponiendo los deseos de otras personas a los nuestros. Esto puede provocar en nosotros frustración y llevarnos hacia la infravaloración ¿O esta actitud proviene de allí? ¿Causa o efecto?

Está bien, todos queremos agradar y a la vez, tener en cuenta nuestras necesidades personales. ¿Cómo actuar entonces?

### CLAVES

- Tómate el tiempo que necesites para reflexionar sobre qué es lo que tú realmente quieres.
- Define tus prioridades. ¿A qué tendrías que renunciar para atender esa petición?

- Valora qué emociones te incitan a decir “sí” (miedo a... herir a alguien, crear un conflicto, decepcionar, enfrentarte a alguien, parecer egoísta...).
- Recuerda que si te cuesta decir “no” cualquier persona podrá manejar tu voluntad apelando a tus miedos.
- Ponte en valor. Si siempre dices “sí” a los demás te estás diciendo “no” a ti misma.
- Piensa en una forma correcta de decir “no”. Tu forma correcta.

### ¿Cómo hacerlo?

Mi recomendación es que reflexiones sobre el modo de decir NO que mejor se adapte a ti. Ahí van algunas ideas:

- 1.- Ten presente la regla de oro: evita dar una negativa seca (“no”), procura decir algo más. Un “no” rotundo y solitario puede generar malestar, distancia, resentimiento....
- 2.- Haz una clara diferenciación entre la persona y la petición. El que rechaces una petición puntual no significa que rechaces a quien te lo solicita. Déjase claro.
- 3.- Da alternativas: el decir “no, pero te propongo...” y proponer otras posibilidades suaviza la negativa y hace que el receptor se sienta comprendido.
- 4.- Utiliza la empatía dando una explicación que te acerque al otro “Agradezco que hayas pensado en mi, el proyecto me parece muy interesante, sin embargo, me gusta dedicar las tardes a mi familia porque....”
- 5.- Presta atención al tono. Evita utilizar un tono hostil o duro. Se amable y da la negativa en tono firme pero relajado.
- 6.- Equilibrio. La clave para unas relaciones en armonía (con nosotros mismos y con los demás) es el equilibrio.

¿Te gustaría implementar estas ideas en tu vida? ¿Cómo lo harías?

Eres dueña de tu vida, convierte tu libertad en valor. ●

Si quieres recibir claves prácticas para ganar autoconfianza y avanzar hacia tus objetivos, descárgate totalmente GRATIS el ebook PONTE EN VALOR a través de este enlace: <http://www.exitoenfemenino.com/ponte-en-valor/>.

# Protagonistas

**NOMBRAMIENTOS Y RECONOCIMIENTOS CON NOMBRE DE MUJER**

## Rastreator.com nombra a Itzal Arbide como directora de Marketing

>> Rastreator.com, el comparador online pionero en España y líder del mercado, ha nombrado recientemente a Itzal Arbide como nueva Directora de Marketing de la compañía. Desde su cargo, Itzal liderará la nueva estrategia de marketing del comparador centrada en apoyar la apertura de nuevos servicios de comparación. Se encargará del reposicionamiento de la marca dentro del contexto de diversificación y de la coordinación de las campañas de publicidad, medios y comunicación.



## Almudena Román, nueva presidenta de Autocontrol

>> Autocontrol (Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial) ha celebrado recientemente su 19ª Asamblea General. En el marco del evento la Asociación ha nombrado a Almudena Román Domínguez nueva Presidenta de Autocontrol. Almudena Román sustituye en el cargo a Fernando Valdés, que deja la presidencia por finalización del periodo de mandato, tras cuatro años al frente de la Asociación.

## Laura Delgado se incorpora al comité de dirección de Lowendalmasaï

>> Laura Delgado, Directora General Adjunta de Lowendalmasaï en España y Portugal, ha sido nombrada recientemente miembro del recién constituido Comité de Dirección de la compañía. Liderado por Giovanni Grillo, Director General de Lowendalmasaï para el Sur de Europa, el comité está formado por directivos de distintas unidades de negocio con el fin de integrar a personal estratégico de la empresa en sus órganos de decisión.



## Almudena Ledo Linares-Rivas, nueva directora general de Cosmopolitan TV

>> Almudena Ledo Linares-Rivas es desde el pasado 1 de junio la nueva directora general de Cosmopolitan Televisión en sustitución de Juan Mayne. Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Pontificia de Comillas (ICADE E-2) y experta en auditoría y consultoría, era hasta ahora directora Financiera de la cadena de pago propiedad de Hearst Entertainment & Syndication.



*recursos humanos*

**ma<sup>a</sup>ngeles TEJADA**

Directora General de Randstad Public Affaire  
y Presidenta de FIDEM

## *Qué nos deparará el futuro*

**H**ace unos días y organizado por la ACUP, organización representativa de la universidades públicas y el CTI, nos reunimos durante un fin de semana en el entorno envidiable del Monasterio de Poblet, un grupo de rectores Universitarios, representantes de la principales patronales y de empresas representativas del sector de industria y servicios, para hablar del tema del capital humano y el mercado de trabajo.

Entre las conclusiones a las que llegamos destacaría cambios estructurales en los sectores de actividad, intervención proactiva de la administración, mayor racionalización de la educación (especialmente, la superior, también FP), e intentar preparar a los alumnos en las competencias necesarias del mundo laboral para acercar oferta y demanda y destacar el rol de la mujer en el mundo laboral y de la empresa.

Por una parte se evidenciaba, una vez más, la dificultad que representa una integración real de la mujer en los roles de dirección, atendiendo las necesidades familiares por una parte y una cierta tendencia a disfrutar mucho más de la maternidad, en detrimento, al menos de forma transitoria, de su propia carrera profesional. Son datos a tener en cuenta cuando invocamos la necesidad de que las empresas focalicen el problema de asimilación de puestos directivos en el mundo femenino, en donde la conciliación que casi siempre asume la mujer puede hacerle más difícil su promoción.

En mi ponencia puse de manifiesto un informe exhaustivo y muy pragmático realizado por Randstad, sobre la perspectiva real del mercado de trabajo a medio plazo, así como una clarificación de los perfiles profesionales que se requerirán y también los sectores de actividad a los que deberán dirigirse los futuros candidatos, con el fin de que puedan dirigir su formación en este sentido.

De hecho, estamos recogiendo los “frutos” de una actuación a nivel educativo, más que deficiente en los últimos años, propiciada, en parte, por la deserción de la cadena de valores, como el esfuerzo, la meritocracia, el método, la resiliencia y la actitud, que por desgracia

el avance tecnológico no ha contribuido para nada en mantenerlos. Y también la proliferación de grados universitarios, alejados de la realidad del mundo laboral, empezando por el dominio de idiomas, ya que no debemos perder de vista que menos del 15% de nuestros universitarios domina una segunda lengua.

Como conclusiones sobre las que vale la pena reflexionar en este informe, destacaría que los sectores de hostelería, turismo, logística, biomedicina, salud, ingenierías, IT, Tic's, y FP's en general son los que se presumen como grandes empleadores. En cuanto a profesiones hay una demanda importante, para lo que denominaría “Venta” y ello incluye desde los comerciales (hay 47.000 ofertas que no se cubren en este momento), todas las profesiones orientadas a la atención cliente, el cuidado de personas de la tercera edad, salud, ocio, entretenimiento y especialmente puestos para el sector turístico cada vez más notorio en nuestro país.

**“El mundo nunca sale igual de las crisis y debemos perder es el valor por las cosas bien hechas y de eso las mujeres sabemos un rato”**

En cuanto a actitud, competencia esencial para adaptarse a un entorno cada vez más competitivo, la flexibilidad, formación, movilidad, y si es posible cierta experiencia, serán factores clave en las empresas para elegir a sus candidatos y de esa forma mantener su propia competitividad. Se requieren gente comprometida con el proyecto, a fin de poder avanzar juntos en un mercado cada vez más complejo y global.

Por último, hay un dato muy importante en este informe preparado por Randstad y tiene que ver con el talento, pues probablemente en estos tiempos de crisis las empresas se han desprendido de profesionales que aportaban importante valor añadido y en un futuro próximo, en cuanto se tranquilice el mercado, se competirá por talento. Esta es una gran oportunidad, especialmente para las mujeres, que hemos demostrado durante décadas, un talento y una ejecutoria profesional, cercana, humana, con visión global, diálogo y buena administración, ante el acoso de la simple competencia y especialmente el gusto por la cualidad, o la “cualificencia”. Porque el mundo nunca sale igual de las crisis y debemos perder es el valor por las cosas bien hechas y de eso las mujeres sabemos un rato. ●

# Silvia Haro crea iWarda, el primer Dress Storage del mundo



>> A través de unos sencillos pasos el sistema iWarda ofrece al cliente un procedimiento especializado de **logística de recogida, conservación y digitalización de sus prendas**

La filosofía de iWarda es ayudar al cliente a organizar y conservar sus prendas como nuevas ahorrándole tiempo y dinero

iWarda ([www.iwarda.com](http://www.iwarda.com)), nació de la necesidad de su fundadora Silvia Haro, que cada cambio de temporada sufría el estrés por la falta de tiempo y espacio en sus armarios. El primer Dress Storage del mundo se convirtió así en la solución definitiva al problema del espacio y la gestión de los armarios de forma inteligente, algo hasta ahora inexistente en el mercado y al que todos podemos acceder. A través de unos sencillos pasos el sistema iWarda ofrece al cliente un procedimiento especializado de logística de recogida, conservación y digitalización de sus prendas. Es el

propio usuario quien decide qué quiere guardar y a través de qué pack iWarda, según sus necesidades, requiere.

Los packs pueden utilizarse durante el cambio de temporada o estación o simplemente por el mero hecho de ganar espacio y organización en sus armarios a lo largo de todo el año. iWarda cuenta también con packs personalizados para mamás, colectivos o necesidades especiales.

Una vez contratado el pack, el servicio desplaza una asistente iWarda al domicilio del cliente para embalar todas tus prendas que posteriormente se digitalizan para su visualización y gestión en 48 horas a través de nuestra plataforma. El cliente tendrá a partir de entonces, un acceso a su área privada con potentes herramientas para la gestión de tu armario: compartir con quien tú quieras, solicitar el rescate de prendas, facilitar la selección de prendas que queremos o no recuperar de cara a la próxima estación, qué nos falta en nuestro

armario, solicitar asesoramiento por una de nuestras estilistas, organizar las combinaciones por eventos en el calendario...

La filosofía de iWarda es ayudar al cliente a organizar y conservar sus prendas como nuevas ahorrándole tiempo y dinero. Las instalaciones de iWarda contemplan todos los elementos necesarios para mantener almacenadas las prendas de nuestros clientes en las condiciones óptimas del primer al último día. De esta modo afirma: "Creemos que la ropa es una inversión que debe cuidarse todos los días por eso las prendas del cliente se almacenan en perfectas condiciones de conservación (temperatura media máxima de 22°C, humedad inferior al 30%, preservado de la luz solar directa, tratamiento antiparásitos y de cuidado extra con bolas de cedro para preservarlas de la humedad y otros agentes externos que puedan deteriorarlas) con altas medidas de seguridad en nuestras instalaciones certificadas con el ISO 9001:2008, certificado por ENAC". ●



**GRUPO JOLY**  
PRIMER GRUPO EDITORIAL ANDALUZ



[diariodecadiz.es](http://diariodecadiz.es)



[diariodejerez.es](http://diariodejerez.es)



[europasur.es](http://europasur.es)



[diariodesevilla.es](http://diariodesevilla.es)



[eldiadecordoba.es](http://eldiadecordoba.es)



[huelvainformacion.es](http://huelvainformacion.es)



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



[malagahoy.es](http://malagahoy.es)



[elalmeria.es](http://elalmeria.es)

# María Carrasco, de joven promesa flamenca a emprendedora

Saca a la luz su último trabajo musical, 'Misterios de mi alma', el primero donde además de cantar, compone y se ha encargado de producir y editar desde su propio sello editorial: La Niña de Torrecera S.L.

Con más de 500 conciertos a sus espaldas, 5 álbumes y 1 Disco de Oro, sus vídeos superan en redes los 8 millones de visitas, lo que le reporta acuerdos con grandes marcas. María Carrasco, reconocida por ser una joven promesa del mundo flamenco hasta hace sólo unos años, acaba de sacar a la luz su último trabajo musical, 'Misterios de mi alma', y el primero donde además de cantar, compone y se ha encargado de producir y editar desde su propio sello editorial: La Niña de Torrecera S.L., con el asesoramiento de la más veterana Canciones en busca de Artistas S.L., en una especie de aventura musical común.

A sus 18 años, María tiene ya más de 500 conciertos en su haber, 5 discos publicados, más de 8.000.000 de visitas en Youtube y 1 Disco de Oro, que consiguió con sólo 11 años, en 2006, por su primer álbum Hablando con la luna. Nacida en Torrecera, un hermoso pueblo de Jerez de la Frontera, comenzó a grabar su último disco el pasado julio de 2013, en los estudios de Domi Serralbo, con la coproducción del pianista Alejandro Romero, único músico español que forma parte de la compañía canadiense Cirque du Soleil (Circo del Sol).

Este quinto álbum, con diez temas entre los que se incluyen sus singles 'No te vayas de mí' y 'Cositas de la vida', ha supuesto un giro hacia un proyecto más internacional, con el uso de nuevas vías de distribución y venta. La creación de su propia empresa le ha permitido gestionar personalmente todas las facetas de su carrera, encargarse de la venta de su nuevo álbum, a través de su

web y de las redes sociales, donde acumula ya más de 8 millones de visitas y decenas de miles de seguidores de España, Francia y multitud de países del entorno latinoamericano. Entre los logros de esta joven empresaria figura la negociación de nuevos modelos de contratos de distribución más beneficiosos para el artista o técnicas propias de marketing como el 'music branding', consistente en unir los valores de una marca a los de la artista, a través de su música, lo que supone una nueva vía de patrocinio. Así, esta joven emprendedora cuenta con el apoyo de entidades de prestigio como Panama Jack, Northweek, CHM o Bosphorus, y negocia un hermoso proyecto con una importante bodega jerezana, que le permitirá aunar los valores del vino y del flamenco como parte de su propia naturaleza.

A sus 18 años, María ha dejado de ser una niña y observa la transformación del panorama de la industria musical. Su inquietud creativa y afán por adaptarse al momento, le hace ponerse al frente de una editorial musical propia y empezar a tomar decisiones. A pesar de su éxito se cansó "de ser mera espectadora" en su propia carrera, "haciendo y deshaciendo lo que otros mandaban". "Hoy en día los artistas también podemos emprender más allá del contenido musical de un disco, pues conocemos como nadie a nuestro público y podemos encontrar nuevas formas de acercarnos a él. Los más jóvenes debemos ser los primeros en reciclarnos y en servir de ejemplo para que esta industria cambie", sentencia.

Misterios de mi alma muestra a una María con una voz más dulce y madura, hecho constatable en temas que oscilan entre un solo de guitarra como introducción de un hermoso bolero, hasta canciones arropadas por una potente instrumentación de guitarras eléctricas, que muestran a una artista propia de su edad, más rebelde y cargada de energía. En este disco, la voz de María defiende un repertorio moderno y alejado de los tópicos del flamenco. Para ello, cuenta con composiciones de autores de la talla de Raúl Cabrera, Miguel Ángel Márquez (del grupo Antílopez) y también de su propia mano, pues supone su debut también como creadora.

## Tour 2014

Durante este año, la joven artista presentará su nuevo trabajo en el "Tour Misterios de mi alma" a lo largo de toda la geografía española. Iniciada en Espiel (Córdoba), en



un concierto que congregó a más de 1.200 personas, pasará por San Feliu de Llobregat, Cádiz, Málaga, Córdoba, Badajoz, Valencia o Barcelona, entre otras plazas. La enorme repercusión de su trabajo en redes ha hecho surgir las primeras propuestas para actuar al otro lado del Atlántico y sus nuevos temas ya suenan en las radios más importantes.

A modo de breve perfil, conviene destacar que la artista triunfó a los 9 años en el concurso para jóvenes talentos Premios Veo-Veo, donde alcanzó el primer premio. A los 11, vio la luz su primer disco, *Hablando con la luna*, que fue Disco de Oro por su enorme éxito de ventas. Ello no pasó desapercibido y, como ya le ocurriera a los niños prodigio del flamenco Marisol o Joselito, fue reclutada para una incursión en el mundo del cine, por el director y guionista David Serrano, para intervenir en la película *Días de cine*, junto a Nathalie Poza y Alberto San Juan.

Durante su carrera ha conocido a artistas de la talla de Pablo Alborán, Diana Navarro, Manuel Carrasco, la ganadora de la Voz Kids María Parrado o al ídolo adolescente Abraham Mateo con los que ha compartido

escenario, promociones, actuaciones en televisión y gran amistad. “Soy feliz sabiendo que somos una nueva generación de artistas jóvenes la que nos toca dar la cara y sacar adelante la música en este país”, comenta.

#### **Valentía e implicación social**

Su implicación en causas sociales le hace estar siempre vinculada a numerosas asociaciones dedicadas a la salud infantil o la defensa de los animales. “Es muy importante que los artistas aportemos algo más que nuestra música. Necesitamos crear un bien social y encontrar la forma de participar activamente en mejorar la sociedad en que vivimos. También es nuestra responsabilidad”, apunta María.

Sin duda, atrás quedó aquella niña que sólo soñaba con cantar y que se dormía en brazos de su padre tras cada concierto. Rompiendo con todo lo hecho hasta ahora, María Carrasco ha dado un paso arriesgado en su carrera, y gracias a su faceta de emprendedora y a sus primeros pasos en la composición, demuestra ser una mujer única, valiente, de infinito talento y capaz de reinventarse con cada reto. ●

# Consejos en la prevención del cáncer de mama

Debido a la incidencia del cáncer de mama en la población española, se considera vital en muchos casos localizarlo a tiempo mediante una adecuada autoexploración

Existen más de 50 tipos de tumores de mama distintos y la autoexploración mamaria no implica garantías de diagnóstico precoz, no obstante es una buena herramienta para que las pacientes puedan detectar nódulos de reciente aparición. Debido a ello, la Agrupación Ginecológica Española (Clínica AGE) pretende concienciar a la población española.

En muchos casos de cáncer de mama no se localiza a tiempo debido a un inadecuado control ginecológico y una poca o errónea exploración por parte de la paciente, por ello es de vital importancia saber realizar una autoexploración.

Para saber reconocer bien posibles anomalías el doctor Marcos Cantarero, máximo responsable de la Clínica AGE, establece unas pautas a seguir:

- Se debe palpar el seno con la mano contralateral a la mama explorada y levantando el brazo para que, de esta manera la mama se aplane y sea más fácil la detección de nódulos.
- De este modo, se deben hacer círculos de fuera a dentro con la palma de la mano extendida.
- Al finalizar la exploración se debe comprimir ligeramente el pezón para comprobar que no haya secreciones.

- Se debe también realizar la autoexploración centrándonos en el hueco axilar para la localización de ganglios que puedan encontrarse ligeramente aumentados de tamaño.
- Después de esto se deberá proceder con la misma maniobra en la mama contraria.

Según la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC) la incidencia del cáncer de mama aumenta lentamente en España y en el mundo (con un incremento del 2% anual).

Las medidas de prevención que puede tomar una mujer al respecto es únicamente a través de los factores de riesgo que predisponen al cáncer de mama, como son evitar el tabaco, el alcohol y las bebidas excitantes y comidas grasas.

Además, si las pacientes tienen antecedentes familiares de cáncer de mama con fuerte asociación familiar, deben hacerse controles más periódicos e iniciar sus controles 10 años antes de la edad a la que tuviera su pariente más cercano ( madre o hermana) su enfermedad.

El doctor Marcos Cantarero recomienda realizar la autoexploración de senos cada mes, 6 días después de la menstruación. En ese momento la mama es cuando está menos densa y es más fácil identificar patología en caso de que exista.

En la Agrupación Ginecológica Española (Clínica AGE) se siguen todos los protocolos científicos avalados por las sociedades para el diagnóstico y el tratamiento del cáncer de mama

Al margen de la tecnología más avanzada, los facultativos están en permanente formación para estar al día de los últimos avances en cáncer de mama. Cantarero señala que se realizan reuniones anuales de los grupos especializados en mama con el fin de exponer los últimos avances y dar la máxima calidad en la asistencia a las pacientes.●





# Basket Lover

El baloncesto es más que canastas y partidos.  
Son las personas que comparten el esfuerzo,  
que se emocionan con una nueva jugada  
y que encuentran en este deporte la energía para continuar.

**Y ES QUE EL MUNDO ESTÁ LLENO DE BASKET LOVERS.**



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



#BasketLover BasketLover.es

ENERGÍA PARA LA VIDA

# Apoyo, información y asesoramiento a las trabajadoras

La secretaria de la Mujer de CCOO de Andalucía ofrece un servicio para atender a mujeres que sufren discriminación por razón de sexo en sus puestos de trabajo. Para dar a conocer este servicio gratuito, celebró recién-

temente un encuentro con delegadas y delegados de CCOO en Almería, quienes representan el recurso más cercano para las trabajadoras que son discriminadas en sus empresas por el hecho de ser mujeres.

Este encuentro se enmarcó dentro de una campaña de difusión que está llevando a cabo el sindicato, y cuyo primer acto tuvo lugar en la provincia de Almería. En el mismo, ante 40 delegados y delegadas almerienses, se explicó en qué consiste este servicio, totalmente gratuito, que ofrece CCOO de Andalucía en colaboración con el Instituto Andaluz de la Mujer y co-financiado por el Fondo Social Europeo, cuales son las vías para acceder a él y qué tipo de casos suelen atenderse más habitualmente desde este servicio.

Así, la secretaria de la Mujer de CCOO de Almería y la abogada y coordinadora del Servicio de Defensa Legal explicaron que, en nuestra comunidad, y a pesar de todo lo establecido en nuestra legislación, las discriminaciones hacia las mujeres en el mercado laboral son muy habituales. El despido de trabajadoras por quedarse embarazadas o por solicitar una reducción de jornada, no conceder a las trabajadoras los permisos por lactancia o el acoso sexual siguen siendo, por desgracia, muy frecuentes. Pero lo que más preocupa a la organización sindical es el conocimiento de que muchos de los casos que se siguen produciendo no son denunciados. Por esta razón se ha puesto en marcha esta campaña, para concienciar a delegados y delegadas de esta realidad y animarles a estar vigilantes para identificar estos casos en sus empresas, y, sobre todo, para darles a conocer la existencia del servicio y el procedimiento a seguir para derivar al mismo a las trabajadoras víctimas de discriminación en el trabajo.

Las representantes sindicales insistieron en este acto en la necesidad de ofrecer apoyo, información y asesoramiento a las trabajadoras, que muchas veces no saben a dónde acudir o que tienen miedo de actuar ante la posibilidad de perder sus empleos. También explicaron a las delegadas y delegados asistentes cómo actuar cuando una trabajadora sufra discriminación y acuda a solicitar ayuda, en qué casos pueden derivarla al Servicio de Defensa Legal, y cómo deben hacerlo. ●





# Andalucía en primavera

Multitud de propuestas para vivir experiencias únicas

Andalucía  
TE QUIERE

# Teatro Maestranza

## Recital de Christian Zacharias

Asiduo y entrañable invitado del Maestranza, Christian Zacharias es uno de esos raros ejemplos de 'músico total', poderoso, superdotado, que no sólo ha dedicado su vida al piano –del que es un consumado maestro- sino que su desbordante talento y vocación le han permitido abordar la dirección de orquesta, con un amplio repertorio operístico, el mundo sinfónico, el más recóndito de la música de cámara o, incluso, el intimista del lied,

siendo numerosos los premios y galardones internacionales que le acreditan como uno de los grandes de nuestro tiempo.

Tras varias sonatas de Scarlatti –un napolitano que pinta la vida española con una autenticidad sorprendente, sin que por ello deje de ser música italiana, y que requiere algo más que articulación y destreza- Zacharias ofreció la Sonata en Fa mayor K.533 de Mozart, compuesta en una época

particularmente convulsa, para clausurar su interesante recital con la estremecedora Sonata D960 de Schubert, «sonoridad doliente que hace las veces de banda sonora del último aliento del compositor», (Ismael G.Cabral), de su deterioro físico y mental, una especie de testamento que, en las manos de Zacharias, evoca el triunfo del arte contra la adversidad.

Miguel FERNÁNDEZ de los Ronderos

## Real Orquesta Sinfónica de Sevilla

**13º de abono – Dirección: Pedro Halffter**  
**Flauta: Emmanuel Pahud**

Bajo el sugerente título de “Los nuevos caminos”, la ROSS nos introducía en esa ilustre desconocida que es la música norteamericana: Gershwin –uno de los imprescindibles- con el poema sinfónico Obertura cubana, impregnado de melodías caribeñas; el neoyorkino Elliott Carter, continuador de Charles Ives –otro nombre ilustre-, hasta el gran descubrimiento de la velada: Harmonielhere para orquesta, de John Adams, miembro destacado de la llamada ‘escuela minimalista’, que nos subyugó literalmente con una explosión multicolor, plena de contrastes y referencias postrománticas sorprendentes. Lástima que la negativa de

Pahud nos privase de la presencia del anunciado Carter, del que se había programado su Concierto para flauta y orquesta, lo que no obsta para rendirse ante el virtuosismo y brillantez del flautista franco-suizo, puestos de manifiesto en la Fantasía para flauta y orquesta (sobre temas de «La flauta mágica»), del compositor belga Robert Janssens y el Andante para flauta y orquesta en Do mayor, K.315 del genio salzburgués. Pedro Halffter volvió a cautivarnos por su dominio tímbrico, rítmico y armónico de una música singular que bien merece los honores de su difusión en las grandes salas de conciertos.

**14º de abono Dirección: Okko Kamu**  
**Piano: Joaquín Achúcarro**

Los que hemos tenido la fortuna de seguir la sólida y prestigiosa carrera internacional, jalonada de mil y un reconocimientos, de Achúcarro, uno de nuestros grandes intérpretes de todos los tiempos, no podemos sino maravillarnos ante la singular personalidad, vitalidad y hondura interpretativa que han distinguido desde siempre al gran pianista bilbaíno, para quien la técnica –deslumbrante si es menester- es el medio de alcanzar la plenitud. Es por ello que en sus Noches en los jardines de España - que no es un concierto de piano,

aunque éste tenga un carácter principal- brotan, naturales y espontáneos, los pregones callejeros, los cantos primarios, las danzas lejanas, nostálgicas, excitantes, todo ello de la mano sabia del maestro Kamu, que abría el programa con Cuatro cuadros de Murillo, para orquesta de cuerda, del sevillano Manuel Castillo, y lo clausuraba con Cuadros de una exposición, en donde la magia de la orquestación raveliana va más allá de la mera espectacularidad.

MFR



**VALORACIÓN DE EMPRESAS Y ANÁLISIS BURSÁTIL**  
Antonio de la Torre Gallego  
Félix Jiménez Naharro  
PIRÁMIDE  
237 páginas

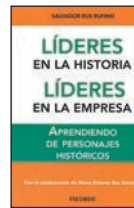
La valoración y el análisis bursátil es uno de los retos más importantes que debe superar un buen analista financiero. Es creciente la demanda de métodos adecuados por los profesionales que tienen que negociar la compra-venta de una empresa, sus acciones o en la obtención de financiación ajena; elaborar análisis e informes sobre precios, o para los procesos de quiebra de la empresa, por sólo citar algunos ejemplos.

**INTRODUCCIÓN A LAS MATEMÁTICAS FINANCIERAS**  
3ª edición  
(Guía del alumno incluido)  
Salvador Cruz Rambaud  
María del Carmen Valls Martínez  
PIRÁMIDE  
415 PÁGINAS



En cada capítulo los conceptos teóricos se complementan con ejemplos prácticos que ilustran los conceptos estudiados. Las cuestiones prácticas de esta obra se pueden complementar con las actividades incluidas en el manual Introducción a las matemáticas financieras. Problemas resueltos, de los mismos autores y publicado por la misma editorial, en el que se profundiza en la aplicación de los contenidos teóricos con ejercicios y cuestiones prácticas aplicables al mundo real.

**LÍDERES EN LA HISTORIA**  
**LÍDERES EN LA EMPRESA**  
Aprendiendo de personajes históricos  
Salvador Rus Rufino  
Con la colaboración de María Dolores Rus Sánchez  
PIRÁMIDE - 348 páginas



En la obra se recogen treinta biografías de personajes históricos, de los cuales se exponen las enseñanzas que pueden aportar como líderes en su campo de actuación. La mayoría de ellos fueron reyes, emperadores, presidentes, políticos o militares y personajes del ámbito científico, artístico y empresarial.



**CÓMO FRACASAR EN CASI TODO Y AUN ASÍ TRIUNFAR**  
Algo así como la historia de mi vida  
Del creador de DILBERT  
Scott Adams  
EMPRESA ACTIVA  
319 páginas

Una autobiografía del creador de DILBERT • Un libro con todo el humor del dibujante de la famosa tira cómica • Con toda la seriedad de alguien que, a pesar de todo, ha conseguido triunfar. Este no es un libro de consejos. Si aceptas consejos de un humorista es probable que no termines bien. Primero porque nunca sabes cuando está bromeando y cuando habla en serio.

**CAFÉ**  
30 sabrosas recetas  
Dulces y saladas  
Stéphanie Bulteau  
OCÉANO  
59 páginas



Aunque el uso del café en la repostería sea común, su presencia en los platos salados ha dejado de ser anecdótica. Como lo haría una especia, su aroma es capaz de acariciar las papilas, potenciar el carácter de una carne y despertar el sabor de un pescado, espesar una salsa y perfumar sutilmente una crema. ¿Te atreves a poner un granito de locura en tu cocina?

## RECOMENDADOS



**FÚTBOL CON V DE VIDA FORMANDO DEPORTISTAS, EDUCANDO PERSONAS**

Adolfo Sánchez  
y David Revelles  
DILOA SPORT  
197 páginas

El libro, tiene mucho de fútbol y más de vida. Una novela juvenil a la par que experimentada, situada en el contexto del fútbol humilde, aquel que juegan los sencillos, en cualquier barrio del mundo en cualquier rectángulo de la tierra, pero que además abastece de sensaciones a las personas más cultas, con más sabiduría, pero sobre todo a aquellos que se definen toda su vida como aprendices.



**LOS PRESIDENTES ESPAÑOLES PERSONALIDAD Y OPORTUNIDAD, las claves del liderazgo político**  
José Luis Álvarez  
LID EDITORIAL  
220 páginas

Con una gran dosis de objetividad, José Luis Álvarez explica el auge y la caída de los gobiernos de Adolfo Suárez, Leopoldo Calvo-Sotelo, Felipe González, José María Aznar, José Luis Rodríguez Zapatero y Mariano Rajoy y otras cuestiones que hoy se revelan vitales por el impacto que han tenido en la ciudadanía, por ejemplo, ¿tienen sentido de urgencia en sus reformas? ¿Son nuestros políticos visionarios o gestores? ¿Cuál es su estilo de toma de decisiones? ¿De qué colaboradores se rodean? ¿Quieren y pueden transformar el país?

**EL MAPA FIJAR Y MANTENER EL RUMBO**

Joaquín Miquel Piqué  
Abadal  
PIRÁMIDE  
120 páginas



El lector no encontrará grandes teorías, sino consejos sencillos y prácticos, aunque de gran profundidad, en un estilo ágil y de fácil lectura, que tiene como objetivo ser de utilidad a pequeños empresarios, y también a directivos de grandes empresas.

# El Museo Picasso Málaga aborda la influencia de la televisión en el artista y la obra de El Lissitzky

La pinacoteca malagueña ofrecerá este verano las exposiciones 'Picasso TV' y 'El Lissitzky. La experiencia de la totalidad'

El Museo Picasso Málaga abordará en sus dos próximas exposiciones temporales que arrancan este mes de junio la influencia que la televisión pudo tener en la última época de la obra de Pablo Picasso, así como el trabajo multidisciplinar de El Lissitzky, uno de los artistas más innovadores y renombrados de principios del siglo XX.

**'Picasso TV'.** La primera de las exposiciones, 'Picasso TV', se podrá visitar desde el 16 de junio hasta el 16 de noviembre y muestra 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 sobre el repertorio iconográfico de la obra del artista en la última etapa de su larga trayectoria. La exposición trata de desvelar 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 de películas y series, contextualizados en una época en la que la televisión -en blanco y negro- popularizó espectáculos, deportes e informativos.

Comisariada por la conservadora jefe de Musées d'art et d'histoire de Genève, Laurence Madeline, 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).



El Lissitzky (1890-1941)  
El constructor  
(Autorretrato) 1924  
Gelatina de plata, 11,6 x 12,1 cm  
The Getty Research Institute, Los Angeles



Roberto Otero (1931-2004)  
Pablo Picasso y William Hartmann,  
observados por Jacqueline.  
[08-1966], Notre-Dame-de-Vie,  
Mougins, Francia.  
Gelatina con suspensión de plata  
Museo Picasso Málaga

**'El Lissitzky. La experiencia de la totalidad'.** Por otro lado, la exposición 'El Lissitzky. La experiencia de la totalidad' que se podrá visitar desde el 23 junio y hasta el

próximo 24 septiembre 2014, abordará la trayectoria creativa de este artista a través de 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.

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.

Destacar además que con motivo de la exposición se ha editado un exhaustivo catálogo en dos versiones, español e inglés. En sus 200 páginas incluye reproducciones de las obras que conforman la muestra, ensayos tanto de la comisaria, Oliva María Rubio, como de expertos internacionales en la obra del artista como Valery Dymshits, Victor Margolin e Isabel Tejada Martín, así como parte de la correspondencia que El Lissitzky cruzó con Theo van Doesburg o Le Corbusier, entre otros célebres creadores.

Miguel FERNÁNDEZ de los Ronderos

Más información en:  
<http://museopicassomalaga.org/>



# La Alhambra, el mejor tesoro de Granada

Lugar de encuentro cultural y destino elegido por millones de personas de todo el mundo, en 1984 la Unesco inscribió a la Alhambra y el Generalife en la Lista de Patrimonio Mundial

La Alhambra es una ciudad palatina islámica que incluye una fortaleza y un rico complejo palaciego donde residía el sultán y la corte del Reino Nazarí de Granada. Junto con los jardines del Generalife fue inscrita en la Lista de Patrimonio Mundial en 1984 por representar una realización artística única de la humanidad y constituir un extraordinario ejemplo arquitectónico que ilustra la etapa de presencia islámica en España.

En el año 1994 la inscripción se amplió al barrio del Albaicín, ejemplo del urbanismo medieval que ejemplifica la fusión de las antiguas residencias islámicas y moriscas, junto con las tradicionales actuales derivadas de modelos formalizados en el siglo XIX.

El interés del conjunto no sólo radica en la excepcional decoración de los interiores, sino en su localización y adaptación, generando un paisaje nuevo totalmente integrado con la naturaleza preexistente. Situados en dos colinas adyacentes, separadas por el río Darro, la Alhambra y el Albaicín forman el núcleo medieval de Granada sobre la ciudad moderna. Al este del recinto amurallado, se encuentra el Generalife, palacio de recreo y almunia perteneciente a la dinastía que gobernó esta parte de España en los siglos XIII, XIV y XV.

El conjunto palatino de la Alhambra es un perfecto ejemplo de los conceptos que caracterizan la arquitectura civil islámica e hispanomusulmana, tanto desde el punto de vista material como simbólico. Está formado por diferentes áreas funcionales: la Alcazaba (su parte más antigua), los Palacios Nazaríes, los jardines del Partal, la Medina (ciudad cortésana dependiente de los palacios), el Palacio de Carlos V (huella renacentista de la conquista cristiana. Alberga el Museo de la Alhambra y el Museo de Bellas Artes) y otros edificios que demuestran el interés simbólico de la Alhambra a partir de 1492.

El conjunto albergaba varios espacios palatinos, de los cuales han permanecido íntegros el Palacio de Comares y el Palacio del Riyad, conocido como Palacio de los Leones. El primero se conforma en torno al Patio de los Arrayanes y su núcleo lo constituye el Salón de Embajadores, mientras que el segundo alberga el patio de crucero donde se encuentra uno de los elementos más emblemáticos de la Alhambra, la fuente de los Leones, que da acceso a salas de gran belleza, como las de Mocárabes o la de las Dos Hermanas.

La Alhambra es en la actualidad la única ciudad palatina conservada del Islam medieval, gracias a su uso continuado en el tiempo. Sus

valores representan el mejor ejemplo existente del arte nazarí, tanto en su arquitectura como en sus cualidades decorativas, por lo que constituye un testimonio excepcional de la España musulmana en la Edad Media, aportando datos fundamentales tanto de la civilización, ya desaparecida, como del tipo de construcción característico de un período significativo de la historia humana.

El Generalife, construido entre los siglos XIII y XIV, fue el sitio utilizado por los sultanes nazaríes como lugar de reposo. Era una hacienda ideal para la explotación agrícola y el descanso, con un núcleo de edificación residencial y una vasta extensión de terreno de cultivo y pasto, compartimentada en paratas o bancales mediante cuatro grandes huertas, aprovechando sus perfiles orográficos. Fue concebido como villa rural, donde se integran patios, huertos, edificaciones y jardines ornamentales contemporáneos.

El barrio del Albaicín conserva tanto la fisonomía urbana original como diversas construcciones medievales armoniosamente fusionadas con la arquitectura tradicional mediterránea. Se mantienen restos de la muralla medieval así como de los diferentes accesos como la puerta Elvira o algún palacete almohade. El Albaicín fue corte de la dinastía Zirí en el siglo XI y se considera el último reducto musulmán antes de su expulsión de Granada. Se trata de un ejemplo inestimable de las residencias reales islámicas de la época medieval que testimonia la aglomeración medieval morisca y mantiene sus principales características respecto a la forma, materiales y color de la arquitectura propia de esa civilización.

Más información en:  
<http://www.alhambra-patronato.es/>

# Lider en la provincia



*12 periodicos 104 pueblos*

## En todos los soportes



[www.elperiodicodelaljarafe.com](http://www.elperiodicodelaljarafe.com)  
[www.carmonainformacion.com](http://www.carmonainformacion.com)  
[www.coriainformacion.com](http://www.coriainformacion.com)  
[www.ecijainformacion.com](http://www.ecijainformacion.com)  
[www.elvisoinformacion.com](http://www.elvisoinformacion.com)  
[www.laprovinciainformacion.com](http://www.laprovinciainformacion.com)  
[www.lavegainformacion.com](http://www.lavegainformacion.com)  
[www.lospalaciosinformacion.com](http://www.lospalaciosinformacion.com)  
[www.marchenainformacion.com](http://www.marchenainformacion.com)  
[www.osunainformacion.com](http://www.osunainformacion.com)  
[www.sierranorteinformacion.com](http://www.sierranorteinformacion.com)  
[www.sierrasurinformacion.com](http://www.sierrasurinformacion.com)

Tif. 95 456 03 86

publicidad@sevillamediatica.com



# m

# Un lobo con piel de berlinas

■ 600 CV en un BMW M5 para celebrar sus 30 años

Para celebrar las tres décadas que en 2014 cumple la Serie 5 en el mercado, BMW ha creado una edición limitada de esta mítica berlina. Serán solo 300 las unidades que se pondrán a la venta de un modelo apellidado "30 Jahre M5" (30 años en alemán), según señalan desde Tallerator.es.

El resultado es el coche más potente de la historia de la marca. La mejor forma de celebrar la treintena con un motor y una estética apabullantes. Eso sí, partiendo de un precio base de 159.000 euros.

A la vista salta el color exclusivo utilizado: "Individual Frozen Dark Silver metallic". Es una pintura de color mate, que se completa con el cromo negro como acabado en los

escapes y el anagrama "30 Jahre M5" en las molduras de entrada.

Este lobo con piel de berlina monta un motor V8 de 4.4 litros de cilindrada, alcanzando los 600 CV. Gracias a esta supermotorización, especialmente potenciada y afinada, este M5 es capaz de alcanzar los 100 km por hora en 3,9 segundos.

Si te gusta conducir, como dice el famoso lema de BMW, los ingenieros lo han preparado todo al milímetro. Esta versión incorpora "de serie" lo que en la gama M5 es opcional: el Paquete de Competición compuesto por: llantas de 20 pulgadas (265/35 ZR20 delante y 295/30 ZR20 detrás) y chasis revisado con una preparación más deportiva y rebajado 10

milímetros en la altura. Unido a estas mejoras, el Diferencial Activo M y un Servotronic con ajuste específico M, así como el M Dynamic Mode en el DSC (Control dinámico de estabilidad), hacen del BMW M5 "30 Jahre M5" un pura sangre con emisiones en ciclo combinado de 231 g/km de CO2.

Domar sus 600 CV es un placer gracias al volante envuelto en alcántara y a la tapicería, que combina cuero merino negro y alcántara, incorporando una costura especial de la edición en todos los asientos, que además son de tipo M multifuncionales de regulación eléctrica. Las molduras interiores son de aluminio negro con acentuación cromada en ese mismo color. Esta edición se completa con un sistema de sonido Bang & Olufsen de 16 altavoces y 1.200W de potencia, acceso confort y Driving Assistant. ●



*con permiso***manuelBELLIDO**

bellido@mujeremprendedora.net

http://manuelbellido.com

## *Una casa común llamada Europa*

A veces se nos olvida que Europa no es solo un concepto geográfico, cultural o económico, Europa es también un concepto decididamente político. Este aspecto nace de un conjunto de países pequeños, medianos y grandes que viven bajo el paraguas de la UE y buscan desde hace tiempo establecer y encauzar juntos su destino. Europa no es una tercera vía entre el Este y el Oeste, no es absolutamente una "vía". Europa será siempre un mosaico de lenguas y culturas del vivir cotidiano, de la política y de la economía. Europa es una casa común. Por eso, para los países que finalmente se han ido desenganchando del socialismo de "nomenklatura" (номенклатура), el regreso a esta casa llamada Europa ha significado y sigue significando entre otras cosas la posibilidad de ser ellos mismos y de no conformarse a un modelo hegemónico impuesto. Europa ha avanzado siempre cada vez que ha puesto de relieve cuestiones que unen en la libertad y no que dividen y enfrentan. Una de estas cuestiones es la una paz duradera. Otra cuestión es la del desarrollo y por, la experiencia, sabemos que el desarrollo no puede significar solo mejoría económica, sino que tiene que ver también con el reconocimiento de los derechos humanos y la posibilidad de participación y de protagonismo de los ciudadanos. En este camino también el medio ambiente ha tenido que incorporarse a las agendas de los gobiernos y de las organizaciones. Con esta nueva conciencia Europa ha pasado a la acción después de años de negligencia. Este en concreto es un problema que requiere un equilibrio crítico entre una decidida acción de conjunto y el compromiso de preservar las libertades elementales. Las dictaduras de "ultra ecologistas" no serían mejor que otro tipo de dictaduras. En la casa común europea se busca este equilibrio.

El euroescepticismo, este movimiento político y social que se basa en el rechazo en mayor o menor medida de la Unión Europea, hace mucho

daño a la seductora perspectiva de vivir en una casa solida. Hemos escuchado durante la reciente campaña electoral europea a dirigentes de algún partido considerar a la institución europea como un ente no democrático, burocrático y opresor con sus estados miembros. Está claro que se distorsiona la realidad. La UE se basa en el reconocimiento del Estado de Derecho y todas sus actividades están fundamentadas en los tratados, acordados voluntaria y democráticamente por todos los países miembros. La realidad de la crisis ha contaminado mucho la percepción que sus ciudadanos deberían tener de esta asociación económica y política singular de 28 países, sin embargo, la UE ha hecho posible medio siglo de paz, estabilidad y prosperidad y, lo quieran o no el puñado de políticos agoreros y demagógicos que intentan tumbarla, ha contribuido a elevar el nivel de vida y ha creado una moneda única capaz de competir con el resto de las economías

**"A veces se nos olvida que Europa no es solo un concepto geográfico, cultural o económico, Europa es también un concepto decididamente político"**

as mundiales. Una aldea bien ordenada y segura de sus defensas proporciona a sus habitantes sentido de seguridad y posibilidad de progresar personal y colectivamente. Esta aldea, que forma parte de un paisaje muy amplio donde avanzan, luchan y viven otros asentamientos humanos, quedando debilitada, es susceptible de retroceder y frenar en su progreso. Lo que acontece en otras partes del Planeta ya influye en cualquier otro rincón. Quien trabaja en una casa con sólidos cimientos y estructura segura influirá seguramente más sobre los demás. No olvidemos que esta casa común es también un mercado único en el que personas, bienes, servicios y capital circulan ya entre Estados miembros con la misma libertad que si lo hicieran dentro de un mismo país. Es algo que no podemos dejar de valorar.

Los ciudadanos europeos cuentan cada vez con más canales para participar en el proceso político de esta casa y es necesario que seamos todos más activos en su construcción. No vale quejarse cuando ni siquiera se toma la molestia de ir a votar. Los retos de esta UE del siglo XXI son demasiado grandes para ignorar su importancia. ●



**CréditoHoy**



**[Tú] eres la Estrella**

**Hoy con tu nómina, hasta 40.000 euros para tus proyectos**

Hoy es un día muy especial, tan especial que hasta el sonido del despertador te resultará agradable. Un gran día para poner en marcha un nuevo proyecto, estrenar coche o empezar unas reformas. Porque con el nuevo **CréditoHoy** podrás disponer de un préstamo de hasta 40.000 €.

**Nómina multiEstrella**

Información válida del 21-4-2014 al 31-7-2014 para préstamos contratados por personas físicas con la finalidad de financiar la adquisición de bienes y servicios de consumo. Concesión sujeta a los criterios de riesgo de "la Caixa". NRI: 918-2014/9681



24 selecciones, 80 partidos,  
todas las estrellas del básquet mundial



Mejor Banco de España  
2012 y 2013  
Mejor Banco en Innovación  
Tecnológica 2013



Banco del Año  
en España 2013



Banco más Innovador del  
Mundo 2013  
Mejor Innovación en  
Productos y Servicios 2013



# Nuestro compromiso con las pymes va más allá de la financiación. Descúbrelo.

Programas de formación y empleo, ayuda a la internacionalización y soluciones para encontrar financiación, para el día a día y para el futuro, para hacer negocios aquí y en el extranjero.

Entra en [www.santanderadvance.com](http://www.santanderadvance.com) y descubre todo lo que podemos ofrecer a tu pyme.

[www.santanderadvance.com](http://www.santanderadvance.com)



Santander

Advance

un banco para tus ideas