

mujeremprendedora

Entrevistas

Beatriz Pinto,
Responsable
de Marketing y
PR de los activos
del grupo Neinver
(The Style Outlets,
Nassica y Alegra)
para Iberia

Usúe Madinaveitia,
autora de
#papiconcilia

A close-up portrait of Beatriz Pinto, a woman with long brown hair, smiling warmly. She is wearing a white collared shirt under a dark jacket. The background is a soft, out-of-focus yellow and orange light.

La sostenibilidad
del empleo femenino

Summit
Spain



SINGULARITY
UNIVERSITY

Singularity Summit

Sevilla, del 12 al 14

www.singularitysummitspain.org

Sevilla: la puerta mediterránea hacia el futuro

Singularity University viene a España. La institución de mayor prestigio y especialización a nivel internacional dedicada a la investigación y desarrollo de nuevas tecnologías ha elegido Sevilla para celebrar su cumbre: Por primera vez en el sur de Europa. Con traducción simultánea al español en todas las sesiones. Acompáñanos a conocer los últimos avances tecnológicos que cambiarán la vida de las personas en los próximos años. Los expertos de Singularity University hablarán sobre los grandes cambios que se avecinan: **-Salud y Medicina:** tratamientos personalizados a las necesidades, medicamentos de acción específica, regeneración de órganos y prótesis innovadoras mediante impresión 3D y por principios activos de acción específica. **-Biotecnología del siglo XXI:** la combinación de dispositivos digitales con la ingeniería genética para hacer posibles innovaciones en agricultura, fuentes de energía y trazabilidad de alimentos.

-Robótica y métodos de producción: nuevos modelos organizativos, digitalización de procedimientos, remodelación del mercado de trabajo, desaparición de empleos tradicionales y nuevas áreas de generación de riqueza. **-Las TIC y aceleración del cambio:** vehículos sin conductor, asistencia en actividades mediante inteligencia artificial, eliminación de los costes de producción asociados a la complejidad. **-Energía:** el mercado del billón de dólares; fuentes de energía, almacenamiento y distribución; su desarrollo e influencia en las posibilidades que se abren al género humano. **-Seguridad:** Mundo digital, seguridad y terrorismo, privacidad; lo que el mundo fue y nunca volverá a ser, todo lo que podemos esperar y debemos hacer en el nuevo contexto. **Y mucho más...** Más de setecientos empresarios, directivos e investigadores de toda Europa y Oriente próximo, en los espacios de eventos más prestigiosos de Sevilla.

University t Spain

4 de marzo de 2015



FUNDACIÓN
GOÑI Y REY

sevilla@singularityu.org

+34 955 26 20 97

AONIA
NUEVA EDUCACIÓN



Colegio de
San Francisco de Paula

Grupo **informaria**

Speakers include:
Rob Nail,
Neil Jacobstein,
Raymond McCauley
Salim Ismail
Daniel Kraft
Nigel Ackland
Brad Templeton
and more!...



CLECE | HOTEL ENVIA GOLF | ASHAL | DECATHLON EASY | NH HOTEL | INDALIM | HOTEL LA PERLA | BRICODEPOT
 ADECCO | HOTEL LOUNGE PLAZA VIEJA | HOTEL TRYP | SHERRYTEL SOLUCIONES | MC DONALD'S JEREZ | IKEA | ISS FACI-
 LITY SERVICES, S.L. | APARTAHOTEL LAS DUNAS | AQUALUND | LIDL SUPERMERCADOS | SUPERMERCADOS SUPERCERKA
 LIMPIEZAS EL ALGODÓN | RESTAURANTE BERNARDO | RESTAURANTE EL FARITO | PATIOS DE LA MARQUESA | CASA DE
 LA JUDERÍA | PESCADOS LA CARIHUE-
 CABEZAS ROMERO | FEPAMIC |
 NERAS EN CASA | NEGOCIOS DE
 FUNDACIÓN BENÉFICA ASIS-
 SEÑA | ITER A ITACA |
 VÍLCHEZ | LA BORRAJA |
 MONDOMOLON |
 GREEN MED | AGROMARTÍN
 MARKT | SAT EL DORADO |
 FERNÁNDEZ | MC DONALD'S
 AGUAS DE HUELVA | FORESTRA, S.L.
 GRUPO AVOLO (NIPÓN MOTOR NISSAN)
 SEVILLA VERA | GRUPO AURA ANDALUCÍA
 ASOCIACIÓN ALCISER |
 RESTAURANTE ANTIQUE |
 INTEGRA | SOCIBÉRICA |
 TRANSPORTES GUSSORT
 HOTEL BARCELÓ |
 YELLOW BRICKS | CÁMARA DE COMERCIO DE MÁLAGA | SOLPRINT | OPPLUS | FYM-ITALCEMENTI GROUP | ERNESTO
 OLMEDO SL | MGI | CAJAMAR | BRICOMART | PIMKIE | C&A LOS ARCOS | DECATHLON | HERMANITAS DE LOS POBRES
 HOTEL NH VIAPOL | RESIDENCIA SAN ISIDORO | BANCO SANTANDER | SUR Y TAPAS | SUPERMERCADOS CATALINO-COVRAN
 ANTONIA BUTRÓN | DEZA | FRÍAS MANTENIMIENTO, S.L.



gracias

Por generar oportunidades, junto a Cruz Roja, para que las personas puedan acceder a un empleo.

Cruz Roja agradece y reconoce la labor que desempeñan las empresas en Andalucía, haciendo posible que, mediante la formación y la inserción, mejore la situación de las personas.

www.igualmenteprofesionales.org

Financiado por:



P.O. Lucha contra la discriminación 2007-2013

Cada vez más cerca de las personas





BEATRIZ PINTO, RESPONSABLE DE MARKETING Y PR DE LOS ACTIVOS DEL GRUPO NEINVER (THE STYLE OUTLETS, NASSICA Y ALEGRA) PARA IBERIA



USÚE MADINAVEITIA, AUTORA DE #PAPICONCILIA

7 ZONA OPINIÓN

7 ¿Je suis Charlie?
Anna Conte

9 ZONA HECHOS

9 En cuatro vistazos
10 Reportaje
La OIT señala que solo un 5% de mujeres ocupan cargos directivos

11 Reportaje
Silicon Valley: sólo el 11 por ciento de los ejecutivos son mujeres

14 Entrevista
Beatriz Pinto, Responsable de Marketing y PR de los activos del grupo Neinver (The Style Outlets, Nassica y Alegria) para Iberia

17 Entrevista
Entrada en vigor del sistema **aret@ de recaudación por trabajador**
Rebeca González Carrasco

18 Reportaje
Los 'Premios de la Física' 2014 reconocen a investigadoras pioneras en óptica

16 Entrevista
Usúe Madinaveitia, autora de #papiconcilia

24 ZONA MUJER

24 Nombramientos
26 Mis recetas de cocina anticáncer

24 ZONA OCIO

28 Música
29 Libros
30 Museo Picasso
31 Motor

32 ZONA OPINIÓN

32 Compañeros y amigos
Manuel Bellido

staff

EDITA: Grupo Informaria, empresa informativa fundada en 1996

FUNDADOR: Manuel Bellido

REDACCIÓN Y COLABORADORES:

Anna Conte, Marina Álvarez, Inmaculada Sánchez, 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 Mujerempredadora, Agencias

Dirección, Administración, Distribución y Publicidad:

Recaredo, 20, 2^o: 4, 5 y 6. 41003 Sevilla.
Tel.: 954 53 98 47 / 98 72 22 Fax: 954 53 31 43
ISSN 1575-9377

Depósito Legal: SE-3043-99

www.mujerempredadora.net

E-mail: mujerempredadora@mujerempredadora.net
redaccion@mujerempredadora.net;
digital@mujerempredadora.net
annaconte@mujerempredadora.net

Premio
ALMUR



Premio
ARCO IRIS





SI PUDIERAS SALVAR SU VIDA, ¿LO HARÍAS?
HAZTE SOCIO DE UNICEF

HOY PUEDES CONVERTIRTE EN LA PERSONA MÁS IMPORTANTE PARA MUCHOS NIÑOS

902 31 41 31 | www.unicef.es/hazte-socio





para empezar anna**CONTE**

annaconte@mujerempredadora.net

Editora

¿Je suis Charlie?

Respondedme sinceramente: ¿os habéis sentido totalmente identificados con ese “Je suis Charlie” proclamado desde muchos “balcones” del Occidente evolucionado el día después del salvaje atentado a los redactores del semanario satírico Charlie Hebdo en París? Y si la respuesta es sí, ¿Por qué? ¿Ha significado identificaros con las víctimas del terrorismo islamista y por tanto poner os en el frente de quienes quieren denunciar esta barbarie? ¿Ha significado quizás declararse paladines de una libertad de expresión que reivindica el derecho a criticar y ofender a quien se encuentre en otra orilla – ideológica, cultural o religiosa?

En el primero de los supuestos, permitidme decir que se necesitaría mucha más coherencia y condenar todo acto terrorista islámico con la misma convicción y la misma visibilidad mediática. Sin embargo, en aquellos mismos días de la tragedia en Francia, la masacre de 2000 personas en Nigeria por parte de Boko Haram, ha merecido en la mayor parte de los medios occidentales unos pocos párrafos que emitieron algunas agencias de prensa.

En el segundo de los supuestos, permitidme preguntaros, qué significa “libertad de expresión”, la bandera ondeada por los periodistas y caricaturistas de Charlie Hebdo. Creo que es importante interrogarse sobre una cuestión significativa y delicada a la vez. Estamos hablando de un periódico declaradamente ateo, libertino, libertario y, como los mismos redactores definían con orgullo, “irresponsable”. Quien conozca un poco Francia, sabe qué espesor tiene para los franceses la sacralidad de la libertad, tanto que muchos la sustituyen por la fe en un Dios. Libertad, naturalmente, considerada en todas sus formas, desde la de la prensa a la satírica y hasta la de la blasfemia. Un sentimiento común de millones de personas en Europa.

Pero vayamos a los detalles. ¿Se puede hacer pornografía sobre Dios, sea cristiano o musulmán? ¿Eso es sátira? Hablemos claro: la vulgari-

dad tan sarcástica como estúpida de muchas de las viñetas sobre el papa, la Virgen o la Trinidad a mí me provocan pena por quienes las han concebido. Creo que son personas con una visión enferma de la sexualidad, de la persona y de sí mismos. ¿Estos autores habrían celebrado, por ejemplo, ver representadas a sus madres en poses obscenas? ¿Quizás su reacción hubiera sido la carcajada y hubieran creído ‘oscurantista y antidemocrático’ ofenderse por esas representaciones?

¿Qué clase de PENSAMIENTO expresan viñetas de ese género?

No existe ninguna justificación para los asesinos que han arrasado la redacción parisina y asesinado a sus redactores. Es obvio. A una ofensa – por muy brutal que sea- se responde con una denuncia por difamación y vilipendio, no con ráfagas de kalashnikov. Por ninguna razón se puede responder así. Sin embargo, no me siento identificada con un himno a una libertad que viene entendida como un ‘dios supremo’ ante el que se puede sacrificar el respeto y el sentido común y la misma percepción de la realidad. Esta presunta libertad sin igualdad y sin fraternidad termina siendo un lujo para pocos pagado con la humillación de muchos.

Como occidental, me niego a identificarme con un periódico que ha mostrado desprecio hacia otras sensibilidades. Condeno sin reservas el fundamentalismo islámico, pero eso no me impide disociarme de los métodos de quienes se vanaglorian de ofender públicamente convicciones de otros. No lo encuentro heroico, lo encuentro estúpido, poco civilizado y democrático. Y no los llamemos mártires por favor; con todo el respeto por esas víctimas, pienso que la cultura que enarbolaban era violenta, incapaz de diálogo y de construir relaciones.

Creo que pocos han conocido este hecho. Parece que de ciertas cosas no es importante hablar. En Notre Dame, en un acto multitudinario después del atentado, han rezado muchas personas “por nuestros hermanos asesinados”, y en ese “nuestros” estaban incluidos todos, también los humildes policías, uno de los cuales era incluso musulmán. Quiero recalcar el hecho de que para esas personas los “hermanos” eran todos, incluso esos mismos periodistas que durante años habían tachado de oscurantistas a los cristianos y vilipendiado con sus viñetas también a la religión y a la Iglesia.

Aquí está la diferencia. No hace falta añadir nada más. ●

En cuanto pones un pie en Andalucía,
ya no eres tú. Eres

tu mejor tú



 Vive Andalucía
 @viveandalucia
#tumejortu

andalucia.org

Andalucía
TE QUIERE



 Unión Europea
Fondo Europeo
de Desarrollo Regional
Andalucía se mueve con Europa

En cuatro vistazos

FLASHES DE LA ACTUALIDAD

>>DAME, UN PROYECTO PARA MUJERES EMPRENDEDORAS.

Gandía ha puesto en marcha DAME, un proyecto transnacional impulsado por el Ayuntamiento que tiene por objeto mejorar las capacidades emprendedoras de las mujeres de la ciudad y favorecer la puesta en marcha de proyectos personales y/o profesionales susceptibles de ser transformados en empresa. Para ello, plantea actuaciones de formación y acompañamiento intensivos con las usuarias mediante la figura de coaches especializados en los ámbitos del desarrollo personal, la tecnología, emprendimiento y gestión empresarial, junto con otras actuaciones sobre el entorno, dirigidas a mejorar la participación de la mujer en un mercado laboral altamente influenciado por las tecnologías digitales. ●



2



"El Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género hace realidad un sueño de miles de mujeres y de sus organizaciones que han luchado por sus derechos"

Claudia Pascual,
ministra del Servicio Nacional de la Mujer
28 de enero 2015

>>CHILE CREA EL MINISTERIO DE LA MUJER Y LA EQUIDAD DE GÉNERO.

Tras su aprobación en la Cámara de Diputados, el Ministerio de la Mujer del Gobierno de Chile quedó listo para ser promulgado, convirtiéndose de tal manera en ley.

"Por fin las mujeres en Chile cuentan con una institución al más alto nivel del Estado. El Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género hace realidad un sueño de miles de mujeres y de sus organizaciones que han luchado por sus derechos", dijo la ministra del Servicio Nacional de la Mujer, Claudia Pascual Grau. ●

>>OBJETIVO: FOMENTAR LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL FEMENINA.

El Ministerio de Industria, Energía y Turismo -a través de la Escuela de Organización Industrial (EOI) y la Confederación Nacional de Mujeres en Igualdad han firmado un acuerdo con el objetivo de establecer un instrumento de colaboración para el desarrollo conjunto de programas, actuaciones y proyectos, preferentemente en materia de formación, estudios y programas de creación de empresas para mujeres en el período 2015-2018. El acuerdo se ha firmado dentro del marco del futuro programa operativo de fondos europeos previsto para el periodo 2014-2020: Programa Europeo 2020. ●



4

>>ANGELINA JOLIE VISITA A LOS REFUGIADOS IRAQUÍES.

Angelina Jolie, enviada especial de la Agencia de la ONU para los Refugiados (ACNUR), viajó a Dohuk, en el Kurdistán iraquí, donde visitó varios campamentos de refugiados y desplazados sirios e iraquíes. La actriz y activista humanitaria consideró impactante el deterioro de la situación humanitaria desde su anterior visita, en septiembre de 2012. "Además de la gran cantidad de refugiados sirios, dos millones de iraquíes fueron desplazados por la violencia tan sólo en 2014. Mucha de esta gente inocente ha sido desplazada varias veces en su búsqueda de seguridad entre las zonas de combate", apuntó. ●



Foto de archivo: ACNUR/J. Tanner

Angelina Jolie en Iraq

La sostenibilidad del empleo femenino

La OIT señala que sólo un 5% de mujeres ocupan cargos directivos

Un nuevo estudio realizado por la Oficina de Actividades para los Empleadores de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), señala que, sólo un 5% por ciento o menos de los directores ejecutivos de las principales corporaciones son mujeres.

“Mientras más grande es la empresa menores son las probabilidades de que sea dirigida por una mujer”, destaca el estudio, que apunta que si bien las mujeres siguen estando poco representadas en las altas esferas de la gestión, el número de mujeres en cargos directivos altos y medios ha aumentado durante los últimos 20 años.

Según el estudio ‘La mujer en la gestión empresarial: Cobrando impulso’, en 80 de los 108 países para los cuales la OIT dispone de datos, la proporción de mujeres en cargos directivos ha aumentado a lo largo de este período.

“Nuestra investigación muestra que la participación cada vez mayor de las mujeres en el mercado laboral ha sido el principal motor del crecimiento y de la competitividad mundial”,

declaró la Directora de Oficina de Actividades para los Empleadores de la OIT, Deborah France-Massin.

“Un número creciente de estudios muestra la relación positiva entre la participación de las mujeres en los equipos y las estructuras que toman decisiones de máximo nivel y el rendimiento de las empresas. Pero todavía queda mucho camino por recorrer antes de que alcancemos una verdadera igualdad de género en el lugar de trabajo, sobre todo cuando se trata de cargos directivos”, agrega.

Las barreras de vidrio. En las empresas, los consejos de administración compuestos sólo por hombres siguen siendo comunes pero su número está decreciendo, con las mujeres que ocupan 20 por ciento o más de todos los puestos en las juntas directivas en un puñado de países. Una encuesta mundial citada en el informe muestra que Noruega tiene la mayor proporción mundial de empresas (13,3 por ciento) con una mujer como directora del consejo de administración, seguida por Turquía (11,1 por ciento).

“Es fundamental que más mujeres alcancen puestos directivos superiores en áreas estratégicas para disponer de una reserva más amplia de potenciales candidatos a cargos como directores ejecutivos o presidentes de una empresa”, explicó Deborah France-Massin. “Sin embargo, las 'barreras de vidrio' siguen existiendo como lo demuestra la concentración de mujeres en ciertos tipos de funciones directivas como recursos humanos, comunicación y administración”, agregó.

En la actualidad, las mujeres poseen y administran más de 20 por ciento de todas

Recomendaciones del informe

- >> “Soluciones flexibles” para conciliar las obligaciones profesionales y familiares como una alternativa a los tratamientos o cuotas especiales.
- >> Ofrecer cobertura de protección de la maternidad y ayuda al cuidado de los niños puede aportar valor añadido a la empresa a través de la contratación de mujeres talentosas y de su retención en la empresa.
- >> “Cambiar la mentalidad” para derribar las barreras culturales y luchar contra el acoso sexual.
- >> Resolver el fenómeno de las “fugas en la tubería” por el cual las mujeres quedan rezagadas a pesar de su alto nivel de educación.
- >> Implementar políticas y medidas de recursos humanos que tengan en cuenta la igualdad entre los sexos.
- >> Garantizar que a las mujeres les sean confiadas las mismas tareas ambiciosas que a los hombres desde el inicio de su carrera.

las empresas, pero es más probable encontrarlas en micro y pequeñas empresas. Lograr que más mujeres desarrollen sus propias empresas no sólo es decisivo para la igualdad sino también para el desarrollo nacional, destaca el informe.

El informe presenta estadísticas de las mujeres en cargos directivos y empresarias de la mayoría de los países en todas las regiones y en todos los niveles de desarrollo. Contiene además datos sobre las diferencias salariales entre hombres y mujeres en la gerencia y en los niveles más bajos, así como estadísticas sobre los logros de las mujeres en la educación. ●



Silicon Valley: sólo el 11 por ciento de los ejecutivos son mujeres

¿Por qué la tecnología es también un ámbito con poca presencia femenina? Si bien las grandes empresas tecnológicas se han convertido en una de las industrias más importantes a nivel mundial y generan cientos de miles de millones de dólares cada año, la presencia de mujeres en general y en cargos directivos en particular sigue siendo escasa. Otro de los graves problemas que no sólo se presenta en este sector es la desigualdad salarial entre hombres y mujeres.

El estudio Gender Diversity in Silicon Valley indica los últimos datos ofrecidos por la

firma Fenwick & West: los hombres llegan a percibir salarios hasta un 73% más altos que las mujeres a pesar de contar con la misma formación académica.

El estudio va más allá de la notable desigualdad salarial poniendo de manifiesto que las mujeres apenas si están representadas en Silicon Valley, donde el porcentaje de mujeres que ocupan puestos ejecutivos apenas alcanza el 11%.

Si echamos un vistazo a otros puestos de responsabilidad los datos son más bajos: sólo un 10% de los directores de empresas presentes en

Silicon Valley son mujeres, mismo porcentaje que podemos encontrar como miembros de un comité. En cuanto a los presidentes de los comités ejecutivos de las empresas la cifra desciende hasta el 8%.

Los autores esperan que este estudio sobre la diversidad de género en Silicon Valley estimule el debate y sirva como recurso para señalar que las mujeres están comenzando a ocupar puestos de liderazgo. Las cifras dejan patente una clara desigualdad dentro de las empresas de Silicon Valley frente a los datos que podemos encontrar en algunas de las grandes empresas de EEUU. ●

Merkel quiere **más mujeres** en los directorios de empresas alemanas



Gracias a una nueva normativa de Angela Merkel, desde 2016 las mujeres deben representar el 30% de los directorios de las empresas. Medidas similares se han tomado en la Unión Europea, Italia, Holanda y Noruega. Inicialmente se espera que la ley tenga impacto en al menos 100 grandes empresas alemanas.

“La ley está aquí ahora, pero el debate que hemos experimentado en las últimas semanas y meses demuestra lo necesario que es, cómo toda la cultura está todavía dominada por los hombres”, dice la ministra alemana de Asuntos de Familia, Tercera Edad, Mujer y Juventud, Manuela Schwesig.

La ley ha planteado muchas preguntas sobre la posición de la mujer en la sociedad alemana y las estadísticas no son alentadoras.

En toda Europa las mujeres ganan menos que los hombres, pero la brecha salarial en Alemania es especialmente alta con un 22%; en Reino Unido es del 19%, y la media de la Unión Europea es del 16%.

A nivel de la junta, las mujeres alemanas llenan 18,9% de los puestos en los consejos de supervisión de 160 de las mayores empresas alemanas. Y sólo el 5,8% de los directores ejecutivos son mujeres, de acuerdo con el grupo que ha hecho campaña para establecer cuotas.

La profesora Daniela Grunow, de la Universidad Goethe de Frankfurt, acoge la ley de las cuotas de mujeres como un punto de partida para un cambio cultural. La política vigente, sostuvo esta experta, se basa en

viejas percepciones del papel de la mujer, “hay que considerar el concepto de “Kinder, Kueche, Kirche”, el ideal tradicional alemán de que una mujer se dedica a los niños, la cocina y la iglesia”.

Han habido intentos de mejorar la previsión para las familias alemanas: más guarderías y los llamados “Elterngeld” (dinero para la maternidad y la paternidad), pero el analista Janine Bernhardt, del centro de estudios WZB, dice que el Estado podría hacer más. “Lo que es muy importante es que podemos cambiar nuestra mentalidad sobre nuestras horas de trabajo, porque en este momento sólo se puede tener una carrera si se trabaja a tiempo completo y esto significa 40 horas en promedio e incluso más horas en el lugar de trabajo”. ●

>> REDUCCIÓN DEL DESEMPLEO ENTRE LAS MUJERES

Los datos de la Encuesta de Población Activa (EPA) correspondiente al 4º trimestre de 2014, que cifra la tasa de desempleo en el 23,7%, revelan un ligero descenso tanto de la tasa de paro femenino como entre el colectivo que aglutina los parados de larga duración, de acuerdo con la última actualización de los indicadores de Habits Big Data elaborados por AIS Group.

Entre las mujeres, la tasa de desempleo pasa del 25% en el trimestre anterior al 24,7%, mientras que la tasa de paro de larga duración se sitúa al cerrar el 2014 cuatro décimas por debajo de lo que estaba en septiembre, pasando del 58,8% al 58,4%.

El paro femenino a nivel estatal ha experimentado un ligero descenso en relación al trimestre anterior, pasando del 25% al 24,7%, y está altamente concentrado en la mitad sur de la península.

Tarazona (Zaragoza) es el municipio septentrional con el índice de desempleo más alto de España, ligeramente por debajo del 36%. Aunque hay del orden de 137 municipios con una tasa superior, todos están en las provincias del sur peninsular o en Canarias.

La Carolina (Jaén) encabeza la lista de municipios con mayor tasa de paro femenino de España, aunque la lista es muy similar a la del paro en general (hombres y mujeres).

Madrid, Cataluña y País Vasco son las comunidades que concentran mayor número de municipios con los índices de desempleo femeni-



no más bajos del territorio y también Baleares y Comunidad Valenciana.

San Sebastián es la capital de provincia con menor índice de desempleo entre las mujeres, que no llega al 13%; le sigue Barcelona con una cifra algo inferior al 15%.

Mientras Madrid presenta una tasa de paro femenino del 15,5%, también por debajo de lo que es la media española, en el otro extremo, la tasa más alta se sitúa entre las mujeres de Huelva, que supera el 47,3% y, apenas unas décimas menos, tiene Córdoba (47%). ●



CLUB DE DIRECTIVOS ANDALUCÍA

Instituto
de Estudios

Cajasol

Bienvenido al Club de Directivos Andalucía. Bienvenido a la excelencia

Nace el Club de Directivos Andalucía, una iniciativa impulsada por el **Instituto de Estudios Cajasol** en la que los empresarios y directivos andaluces encontrarán el foro adecuado para establecer nuevas relaciones profesionales. Una plataforma para intercambiar experiencias y mejorar como instituciones.

www.clubdedirectivosandalucia.es



CUATRECASAS, GONÇALVES PEREIRA,
OLIVENCIA - BALLESTER



CEC
CONFEDERACIÓN
EMPRESARIOS
PROVINCIA DE CÁDIZ

cem
CONFEDERACIÓN
DE EMPRESARIOS
DE MÁLAGA



“La compra inteligente es un factor de orgullo y satisfacción para el consumidor”

Hablamos con Beatriz Pinto, Responsable de Marketing y PR de los activos del grupo Neinver (The Style Outlets, Nassica y Alegria) para Iberia.



¿Cómo y cuándo Neinver es actualmente el segundo operador de outlets de Europa? ¿Cómo definiría en estos momentos la salud del sector? ¿Ha salido reforzado con la crisis?

Al hablar de outlet, se habla de una compra inteligente, que se define como formato de consumo más frecuente y que sustituye al Full Price. La gente empieza a incorporar el outlet a su compra diaria y eso significa que ha salido reforzado con la crisis. La compra inteligente es un factor de orgullo y satisfacción para el consumidor y está mucho más presente en la vida de las personas, no es un producto para la crisis. En el éxito tiene mucho que ver el mix de marcas que tenemos. Hay distintos posicionamientos según la marca de outlet de la que hablemos. Se trata, también, de una compra aspiracional, de conseguir llegar a determinadas marcas de otra forma, no es como un Premium. No se trata de un producto de crisis, es algo para otro tipo de target que busca este tipo de marcas, es más una compra complementaria. La crisis nos ha hecho más transversales y hemos salido más reforzados por ella. Hoy se busca más este tipo de lugares, donde hay que gastar menos por el mismo tipo de producto. A día de hoy, los competidores de outlets son los centros comerciales. La gente ya no establece tanta diferencia y prefiere ir a un sitio donde puede gastar menos. No hablamos de ropa de tres temporadas, hablamos de ropa de la temporada anterior, y cuando encontramos marcas como Massimo Dutti, que tiene sus básicos y sus líneas, que son siempre las mismas, la gente empieza a actuar con más inteligencia en el momento de la compra. Hay otro elemento que es muy importante, la experiencia de una compra satisfactoria y sin duda la crisis nos ha sido favorable.

Neinver tiene un lugar muy destacado en el mercado europeo gestionando 15 centros outlet bajo las marcas FACTORY y The Style Outlets. ¿Qué diferencias y semejanzas encuentra entre el mercado español y el resto de Europa?

Hay diferencias, nosotros, gestionamos dos marcas: Factory y The Style Outlets. Factory fue la primera marca y The Style Outlets la evolución hacia un posicionamiento un poco más alto. Con The Style Outlets tenemos un mix de marcas diferente, un espacio arquitectónico más sofisticado, más servicios... en ellos, la experiencia de compra es otra. Una evolución que, en determinados mercados ha sido muy necesaria. Polonia es el único país donde seguimos con Factory mientras que The Style Outlets está presente en Portugal, España, Francia, Italia y Alemania. Francia y Alemania tienen un ticket medio más alto, porque también tienen un nivel de vida más elevado, y esto influye en las marcas y en la gestión de cada centro, que se realiza pensando en los públicos que tienen. En España, el ticket medio es más bajo pero funciona muy bien y es un mercado clave para Neinver, donde tenemos cinco centros: tres en Madrid, uno en A Coruña y otro en Sevilla bajo el paraguas de The Style Outlets. Se gestionan de una forma muy similar, se adaptan a cada tipo de cliente y todo está pensado para el público. Para nosotros es muy importante la respuesta del público porque es un mercado donde estamos creciendo.

¿Cómo diría que se definen los centros outlet que gestiona Neinver en España y qué los diferencia del resto?

En España son centros que respetan mucho el concepto outlet, hay otros países donde adaptamos más a la realidad local, como por ejemplo en Portugal donde invertimos más en una zona de restauración más completa porque el cliente en Portugal valora este tipo de cosas y valora la comida. Sin embargo el cliente español, como es el caso de Madrid, es más cosmopolita, y no necesita una zona de restauración tan completa. El concepto outlet está muy asumido, la gente lo entiende y funciona muy bien. En España estamos más enfocados a moda, es verdad que hay países donde merece más la pena invertir por ejemplo en el sector casa, pero aquí no. Además, en España, invertimos bastante en el sector deporte que funciona bastante

bien, tenemos a Nike que es una locomotora que va bien en todos los países. A pesar de esto, no hay tanta diferencia entre los outlets en España con el resto de países.

¿Tienen previsto gestionar o abrir nuevos centros en nuestro país?

Tenemos una expansión prevista y España es un mercado clave para Neinver. Vamos a abrir en Viladecans, en Barcelona. Va a ser singular y una evolución en términos de arquitectura, un proyecto muy interesante. Además, contamos con el shopping del turismo como una particularidad de la ciudad. A diferencia del resto de proyectos en España, este será un centro abierto, con una ubicación clave en la carretera que sale de Barcelona al aeropuerto. Creemos mucho en este proyecto.

Aunque existen outlets de una gran variedad de sectores, el de la moda es el rey.

¿Cuál es el “truco” para el crecimiento del sector?

Es un sector que ha crecido en torno a un 2%-3% y nosotros por encima de un 7%. La moda influye en muchos aspectos de nuestra vida y la compra termina siendo algo muy frecuente. Hay muchos competidores, es un mercado complicado en muchos aspectos, pero muy interesante. En España está presente desde hace años y en España crece continuamente, lo que es clave para nosotros. Hay países que se nota más que otros, pero España está muy enfocado a moda y se nota en muchos aspectos.

¿Cómo han ido las Navidades en cuanto a consumo y cómo se están presentando las rebajas de enero?

Las épocas de rebajas no son tan críticas para nosotros ya que ofrecemos descuentos del 30% al 70% a lo largo de todo el año, lo que es nuestra ventaja competitiva. Si hablamos de las rebajas, son unas fechas en las que más esfuerzos de marketing tenemos que realizar para estar al nivel del full Price. Es parte de nuestro ciclo, obviamente seguimos nuestra línea de crecimiento, pero exige mucho esfuerzo. Si vemos los números, el impacto de Navidad ha

ido muy estable respecto al año pasado. Hay que tener en cuenta que estamos con el reposicionamiento de la marca, ya que solo llevamos un año y medio en Madrid con el cambio de Factory a The Style Outlets. No obstante, la Navidad funciona bien y el periodo de rebajas también.

¿Hace daño el auge de los outlets a las rebajas?

Nos hacemos daño mutuamente porque la gente se fideliza a las marcas y lo hace todo el año, pero las rebajas en determinados centros y tiendas influye.

¿Cuál es la clave para dirigir el área de comunicación de una empresa como Neinver? ¿Qué objetivos se fija al frente de Comunicación?

Cuando dirigimos los outlets y cuando estamos en un departamento de marketing y comunicación, nuestro objetivo principal es construir marca, reposicionar la marca e incrementar visitas y ventas. Buscamos mejorar experiencia de compra, un mix de marca-departamento comercial- alineado con lo que estamos comunicando. Al final estas comunicando una aspiracionalidad que el cliente debe encontrar cuando acude a los centros. Debemos trabajar en conjunto todos los departamentos buscando que el cliente entienda qué tipo de compra inteligente puede tener, a qué marcas puede llegar y para ello tenemos que acercarnos a él y mejorar su experiencia de compra.

¿Cómo definiría la presencia de la mujer en Neinver y qué áreas ocupan principalmente?

Hablamos del sector de moda y siempre el porcentaje de mujeres es muy alto por todas las particularidades del sector. En la gerencia de los centros hay un dominio de mujeres, obviamente en departamentos de ingeniería y mantenimiento hay mayoritariamente hombres. Pero, en puestos de dirección, Neinver se preocupa de que haya equilibrio, y hay tanto mujeres como hombres. ●

IsabelGARCÍA



XII EDICIÓN **PREMIOS ALAS** A
LA INTERNACIONALIZACIÓN
DE LA EMPRESA ANDALUZA

Iniciación a la Exportación:
Seabery Soluciones S.L.
HUELVA

Empresa Exportadora:
Alhóndiga La Unión S.A.
ALMERÍA

Implantación en el Exterior:
Ghenova Ingeniería S.L.U.
SEVILLA

Ecommerce Internacional:
Genera Mobile Solutions S.A.
SEVILLA

Trayectoria Internacional:
Asociación de Empresarios del Mármol de Andalucía (AEMA)
ALMERÍA

EL RECONOCIMIENTO
QUE TU EMPRESA
MERECE



JUNTA DE ANDALUCÍA
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, INNOVACIÓN, CIENCIA Y EMPLEO

Más información en www.extenda.es

Síguenos en   





Rebeca GONZÁLEZ Carrasco
Consultora de Optimización de Costes Laborales
Alma Consulting Group

Entrada en vigor del sistema cret@ de recaudación por trabajador

Con fecha 27/12/2014 ha sido publicada en el BOE la Ley 34/2014 de 26 de diciembre, en la cual se establece para las empresas un nuevo sistema de liquidación de cuotas a la Seguridad Social, que sustituirá al actual modelo de autoliquidación.

Este nuevo sistema se implantará de forma progresiva, previendo que su aplicación inicial será simultánea a la del actual modelo de autoliquidación de cuotas. La incorporación al mismo se informará mediante notificación electrónica publicada en la Sede Electrónica de la Secretaría de Estado de la Seguridad Social, y tendrá efectos a partir del mes siguiente a aquel en que se notifique. Su obligatoriedad se producirá a partir del tercer mes natural siguiente a aquel en el que haya tenido lugar la incorporación.

La empresa deberá solicitar mes a mes a la Tesorería General de la Seguridad Social (TGSS) el cálculo de la liquidación correspondiente a cada trabajador y transmitir por medios electrónicos los datos que permitan realizar dicho cálculo, hasta el último día natural del respectivo plazo reglamentario de ingreso. Una vez practicada la liquidación, la empresa podrá solicitar su rectificación aportando datos distintos a los comunicados inicialmente, siempre dentro del plazo reglamentario.

Con este nuevo sistema, la TGSS pasará a tener un control directo de la gestión recaudatoria, calculando, con los datos que obren en su poder (inscripción de empresas y afiliación, altas, bajas y variaciones de datos del trabajador) y con los que aporte el empresario (datos de la nómina mensual), el importe de cotización correspondiente a cada trabajador. Asimismo, la TGSS recibirá los datos relativos a la compensación del importe de las prestaciones abonadas en régimen de pago delegado de las entidades gestoras y colaboradoras de la Seguridad Social.

Los objetivos que persigue la citada ley es:

1) Simplificar el cumplimiento de la obligación de cotizar, al eliminarse la duplicidad de datos que comunica el empresario cada mes en los seguros sociales.

Estos datos ya han sido aportados a la TGSS o bien en el alta del trabajador o bien posteriormente a través de variaciones de datos. Con este nuevo sistema, el empresario sólo comunicará aquellos datos de los que no disponga la TGSS, y que resulten imprescindibles para efectuar las liquidaciones.

2) Reducir costes para la Seguridad Social, al ser un sistema tramitado a través de medios electrónicos.

3) Conseguir por parte de la TGSS un mayor control de la correcta gestión liquidatoria y recaudatoria (por ejemplo: aplicación de beneficios en la cotización, compensaciones en el pago de prestaciones, etc...).

4) Mejorar la calidad de la información utilizada para la liquidación de cuotas y reforzar su seguridad, al tener que contrastar los datos obrantes en la TGSS con los aportados por el sujeto responsable, antes de realizar el cálculo de las cuotas a abonar.

“La TGSS pasará a tener un control directo de la gestión recaudatoria, calculando, con los datos que obren en su poder y con los que aporte el empresario el importe de cotización correspondiente a cada trabajador”

La entrada en vigor del sistema Cret@ de recaudación por trabajador supone por tanto, una simplificación en los trámites del cálculo mensual de los Seguros Sociales de las Empresas, así como la mejora del control de la recaudación y disminución de posibles incidencias en la cotización mensual.

Tengamos en cuenta, no obstante, que las empresas han de estar alerta si quieren optimizar sus costes laborales, teniendo al día en Afiliación los datos de los trabajadores, tanto para aplicar las cotizaciones apropiadas a cada caso, como para beneficiarse de incentivos a la contratación, ya que van a perder parte del control del cálculo sobre las cuotas a abonar. ●

Los Premios de la Física 2014 reconocen a investigadoras pioneras en óptica

Los 'Premios de Física', convocados por la Real Sociedad Española de Física (RSEF) y la Fundación BBVA, seleccionan cada año los logros más relevantes de la comunidad española de Física. En esta ocasión dos de las galardonadas representan dos generaciones de científicas en un área de gran impacto: la óptica. María Josefa Yzuel Giménez, de 74 años, preside el comité español del Año Internacional de la Luz 2015, y Susana Marcos Celestino, de 44, es co-inventora de una docena de patentes relacionadas con avances cruciales en oftalmología.

Yzuel Giménez, catedrática emérita de la Universidad Autónoma de Barcelona, ha recibido la Medalla de la Real Sociedad Española de Física por una "trayectoria científica y académica que ha impulsado notablemente el campo de la Óptica".

Dotada con 15.000 euros, este galardón premia la labor investigadora del candidato, su trayectoria científica y su colaboración con la Real Sociedad Española de Física.

María Josefa Yzuel (Jaca, 1940), tras licenciarse en Ciencias Físicas en la Universidad de Zaragoza en 1962 y doctorarse en 1966, en ambos casos con Premio Extraordinario y con el Premio del Gobierno Civil de Zaragoza a la mejor Tesis Doctoral del año, en 1967 obtiene una beca del British Council para una estancia postdoctoral en la Universidad de Reading, Reino Unido.

En 1971 ganó una plaza de profesora agregada de Óptica y Estructura de la Materia en la Universidad de Zaragoza -la primera mujer en España en el área de Física-. En 1982 se incorpora como catedrática a la Universidad de Granada -la segunda mujer catedrática en

España-, y un año después a la Autónoma de Barcelona, donde sigue en la actualidad.

Su investigación teórica y experimental en óptica, en concreto en el área de procesado de la información y de la imagen, pantallas y dispositivos de cristal líquido, se refleja en más de

250 publicaciones. Además ha dirigido veinte tesis doctorales. Ha ocupado cargos de gran relevancia en las principales sociedades nacionales e internacionales de su área y siempre ha defendido la importancia de promover la entrada de mujeres en la ciencia, en particular en Física, siendo miembro fundador del Grupo Especializado de Mujeres en Física. En la actualidad preside el comité español que desarrollará el programa de actividades para celebrar el Año Internacional de la Luz 2015.

El diagnóstico y tratamiento de enfermedades oculares" que afectan a millones de personas en todo el mundo.



250 publicaciones. Además ha dirigido veinte tesis doctorales.

Ha ocupado cargos de gran relevancia en las principales sociedades nacionales e internacionales de su área y siempre ha defendido la importancia de promover la entrada de mujeres en la ciencia, en particular en Física, siendo miembro fundador del Grupo Especializado de Mujeres en Física. En la actualidad preside el comité español que desarrollará el programa de actividades para celebrar el Año Internacional de la Luz 2015.

Innovación y Tecnología. Por su parte, Susana Marcos Celestino, profesora de inves-

El diagnóstico y tratamiento de enfermedades oculares" que afectan a millones de personas en todo el mundo.

Este galardón reconoce investigaciones aplicadas que hayan supuesto avances en innovación tecnológica o hayan impulsado las aplicaciones en las empresas.

Susana Marcos Celestino (Salamanca, 1970) se licenció y doctoró en Ciencias Físicas, con premio extraordinario, en la Universidad de Salamanca. Tras tres años como investigadora postdoctoral en la Universidad de Harvard (EE.UU.), en el año 2000 regresa como científico titular del CSIC al Instituto de Óptica, cen-

tro que dirige entre 2008 y 2012 -ya como profesora de investigación-.

Marcos ha creado técnicas no invasivas para evaluar las propiedades ópticas y estructurales del ojo, y las ha aplicado al estudio de la biología del sistema visual; al diagnóstico temprano de enfermedades oculares; a la mejora de la cirugía de cataratas y de las lentes intraoculares; para la detección de patógenos oculares; o en el tratamiento de la presbicia, entre otras áreas. En su laboratorio de Visual Optics and Biophotonics trabajan una veintena de investigadores de al menos cinco nacionalidades, y procedentes de diversas áreas -desde la física de la visión a la biomedicina, la oftalmología o la ingeniería electrónica-. Marcos ha dirigido 10 tesis doctorales en 10 años.

Su producción queda plasmada en más de 130 artículos de investigación de alto impacto - más de 6.000 citas-, y en una gran actividad de transferencia tecnológica y empresarial. Marcos es co-inventora de 12 familias de patentes, cinco de ellas licenciadas a empresas nacionales e internacionales, y ha desarrollado contratos con las principales compañías del sector oftálmico mundial, algunos por valor de más de un millón de euros.

En uno de sus actuales proyectos de investigación, financiado por el prestigioso ERC (Consejo Europeo de la Ciencia), aspira a desarrollar una lente intraocular que emule la capacidad del ojo de enfocar continuamente. El objetivo es combatir la presbicia, una disfunción asociada a la edad que afecta a unos 209 millones de personas en Europa (el 44% de la población).

Los ganadores de esta edición en el resto de categorías han sido: Vicent Mateu Barreda como Investigador Novel en Física Teórica; Pablo Alonso González como Investigador Novel en Física experimental; Agustín Sánchez Lavega, en Enseñanza Universitaria de la Física; Agustín del Mazo Vivar, en Enseñanza Media; Rafael Vida y Javier Galeano por el Mejor Artículo de Enseñanza en las publicaciones de la RSEF; y Juan José Serrano Pérez por el Mejor Artículo de Investigación en las publicaciones de la RSEF.

Dotados con 50.000 euros, el objetivo de estos premios es valorar la investigación de alta calidad en todas sus vertientes; estimular a los investigadores más jóvenes; y fomentar la relación de la Física con los sectores empresarial y educativo. ●

Un estudio internacional reconstruye la historia del campo magnético de un asteroide

>>> "Un estudio internacional en el que ha participado el Instituto de Ciencia de Materiales de Aragón (centro mixto del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) y la Universidad de Zaragoza) y el Centro Universitario de la Defensa, ha logrado reconstruir la historia del campo magnético de un asteroide de unos 4.500 millones de años de antigüedad.

En él ha participado Julia Herrero Albillos, investigadora del Centro Universitario de la Defensa de Zaragoza y el Instituto de Ciencia de Materiales de Aragón.

Según han informado, el avance ha sido posible gracias al análisis de las nanopartículas de tetraena contenidas en un meteorito. Se trata de un material muy estable, solo presente en meteoritos, que retiene la señal magnética del asteroide al que perteneció y permite capturar el momento en el cual se apagó su campo magnético. Los resultados del estudio, publicado en la revista Nature, cambian la perspectiva actual sobre la generación de campos magnéticos en la época más temprana del Sistema Solar y ofrecen pistas sobre cómo evolucionará el campo magnético de la Tierra según se vaya enfriando su núcleo.

Aunque se formaron a partir de la misma nebulosa, los cuerpos del Sistema Solar tienen distintos tamaños, estructura interna, composición y atmósfera. Algunos como la Tierra, Mercurio, Saturno y Júpiter crean campos magnéticos. En el caso de la Tierra ese magnetismo, que proviene de la diferencia de temperatura entre el núcleo interno y el manto, es el responsable de la orientación de las brújulas y nos protege de las tormentas solares, cuyo resultado son las auroras boreales. Marte, Venus y la Luna no generan campos magnéticos, aunque meteoritos provenientes de ellos indican que hace miles de millones de años sí lo hacían. Ese es también el caso de los asteroides.



"Durante los primeros cientos de millones de años desde su formación, los asteroides también eran capaces de generar campos magnéticos gracias a que estaban formados por un manto sólido rocoso y un núcleo metálico líquido. Según se va enfriando y solidificando el núcleo, el asteroide deja de generar campos magnéticos, pero la señal creada en una determinada época queda registrada en los materiales magnéticos del asteroide que durante ese tiempo tenían la temperatura adecuada, es decir, su temperatura de ordenamiento magnético", explica Julia Herrero Albillos.

Hasta ahora, la única forma de leer las señales magnéticas de los meteoritos que llegan a la Tierra tras la colisión de asteroides era el estudio de las zonas magnéticas de tamaño micrométrico, que presentan señales muy claras pero que pueden sufrir muchas modificaciones durante el viaje hasta la Tierra. La novedad de este trabajo radica en el análisis de otras zonas magnéticas, las regiones nanométricas de tetraena presentes en un grupo de meteoritos llamados palasitos.

"Para poder obtener información de estas nanopartículas ha sido necesario un potentísimo microscopio electrónico que usa rayos X como fuente de luz, situado en el laboratorio de sincrotrón de Berlín. Los resultados demuestran que, durante un largo periodo de la historia del asteroide, el mecanismo para generar campos magnéticos no era el movimiento del metal líquido del núcleo, sino la migración de algunos elementos ligeros desde el interior del cuerpo hacia el exterior durante el proceso de solidificación del núcleo. Este mecanismo habría permitido la creación de campos magnéticos intensos durante un largo periodo de tiempo en nuestro joven Sistema Solar", añade la investigadora.

Traectoria de Julia Herrero. Nacida en Burgos, estudió Física en la Universidad de Zaragoza. Se doctoró en Febrero de 2007 en el Departamento de Física de la Materia Condensada de la Universidad de Zaragoza, bajo la dirección de Fernando Bartolomé Usieto (CSIC) y Luis Miguel García Vinuesa (UZ), ambos miembros del ICMA.

En Septiembre de 2011 se incorporó al Centro Universitario de la Defensa de Zaragoza (centro adscrito a la UZ) como profesora e investigadora. Es doctora vinculada alicma (CSIC-UZ), donde realiza parte de su investigación. Entre octubre de 2012 y agosto de 2014 fue investigadora ARAID en el Centro Universitario de la Defensa.

“En el ámbito familiar tenemos que confiar más en los padres y aprender a delegar”

Entrevista a Usúe Madinaveitia, autora de #papiconcilia, que ha conseguido 500 descargas dos meses después de su lanzamiento

El ebook #papiconcilia llega tras el éxito del lanzamiento hace unos meses de #mamiconcilia. ¿Cómo surge la puesta en marcha de este proyecto y cuántas descargas lleva este ebook hasta el momento? ¿Te ha sorprendido la acogida del mismo?

Cuando lanzamos #mamiconcilia, hubo tres comentarios que se repitieron en las redes sociales: ¿Por qué mujeres? ¿Por qué directivas? ¿Por qué madres? Además hubo gente que específicamente pidió que abordáramos un #papiconcilia. Nos dimos cuenta que era necesario dar voz también a los padres y decidimos poner en marcha este nuevo proyecto.

Dos meses después de su lanzamiento, #papiconcilia ha conseguido 500 descargas. El crecimiento ha sido más lento que con #mamiconcilia (conseguimos 2000 descargas en los dos primeros meses) pero todavía tenemos que jugar la baza del Día del Padre. Me ha sorprendido desde el principio el gran interés que hay entre los padres por el tema de la conciliación en busca de una paternidad y crianza responsable.

¿Cómo has hecho la elección de esos 24 padres que tienen voz en #papiconcilia?

Comenté el proyecto con las madres que habían participado en #mamiconcilia, con las personas que se habían interesado por el proyecto y con mis amigos y conocidos y casi sin esfuerzo me encontré con 24 testimonios. Me ayudó mucho llegar Adrián Cordellat, autor del blog Un papá en prácticas, que me abrió las puertas a varias comunidades de padres bloggers que se han implicado mucho en el pro-

yecto desde el principio y le han dado mucha vida en las redes sociales.

¿Qué perfiles de padres podemos encontrar en #papiconcilia?

Un tercio de los padres que han participado son emprendedores. Encontraron en el emprendimiento una alternativa para conciliar mejor, ya que aunque trabajen más horas, al menos pueden organizarse como mejor les convenga. La noche es la gran

aliada de los padres. También encontramos casos de padres que pidieron jornadas reducidas o excedencias. En cuanto a tipos de familias, tenemos desde relatos de padres de familias numerosas (6 hijos), hasta un padre soltero; partos múltiples: gemelos y trillizos; padres separados o divorciados, cuyos esfuerzos de conciliación pasan también por ponerse de acuerdo con su ex pareja; por último, en lo que a las profesiones se refiere, en



#papiconcilia destacan los testimonios de trabajadores por turnos como periodistas, médicos o policías. Veremos que los turnos en unos casos pueden llegar a facilitar la conciliación y en otros, a complicarla mucho.

¿Qué diferencias dirías que existen entre los problemas que se encuentra un padre y una madre a la hora de conciliar?

La madre, sí o sí, por cuestiones de salud, se ve obligada a desaparecer de la vida laboral al menos los primeros 40 días después del parto. Esta ausencia, que puede prolongarse de forma natural hasta casi seis meses, con los cuatro meses de permiso de maternidad más la lactancia, en la práctica lleva a muchas mujeres a ser despedidas de sus empresas, aunque legalmente en teoría estén blindadas ante el despido. La jornada reducida, que en muchos casos las mujeres también disfrutaban de forma natural hasta que su hijo tiene 11 años, puede llegar a dificultar su ascenso a puestos de responsabilidad en determinadas empresas.

En el caso del hombre, las dificultades vienen de que, aunque legalmente él también pueda disfrutar del mismo permiso por paternidad, lactancia o jornada reducida, por motivos socioculturales no se ve tan natural. Son una pequeña minoría los que solicitan disfrutar de estos derechos y tienen que andar dando explicaciones y enfrentarse a las críticas y comentarios de jefes, compañeros y familiares.

¿Por qué crees que se tiende a relacionar conciliación con las madres y no con los padres?

Históricamente había un claro reparto de roles en el que la mujer se encargaba de las tareas del hogar y de la familia y el hombre de trabajar fuera y traer el dinero a casa. La incorporación de la mujer al mundo del trabajo no ha traído consigo todavía la incorporación proporcional del hombre a las tareas del hogar. El cuidado de los hijos sigue concibiéndose como una tarea de las madres así que son ellas las que tienen que hacer encaje de bolillos para conciliar la vida laboral con la familiar. Afortunadamente movimientos como #papiconcilia ponen de manifiesto que la situación está empezando a cambiar.

¿La conciliación también pasa por un cambio de chip de las madres?

Sí, creo que en el ámbito familiar tenemos que confiar más en los padres y aprender a delegar. Y en el ámbito empresarial vivir con más naturalidad la maternidad, demostrando que no tiene por qué afectar negativamente a nuestras responsabilidades ni rendimiento laboral. Al contrario: en muchos casos hace que estemos más motivadas, nos organicemos mejor, nos sintamos capaces de todo...y acabemos rindiendo más y siendo más productivas.

¿Por qué crees que hay tan pocos padres que participan activamente en temas de comunicación sobre crianza y educación?

Me cuesta contestar a esta pregunta. Después de coordinar el proyecto #papiconcilia no estoy muy de acuerdo con esta afirmación. Si es verdad que hay pocos padres que participan activamente en temas de comunicación sobre crianza y educación, he tenido la suerte de conocerlos a todos. Y créeme: tienen muchas ganas. Reivindican su papel como padres. A fin de cuentas, en el reparto natural de la vida, les tocó el papel secundario. Nosotras tenemos la suerte de llevar a nuestro hijo dentro, de sentirlo desde el mismo momento de la concepción.

Un testimonio de una madre que recuerdes especialmente y un testimonio de un padre...

En #mamiconcilia el perfil de las participantes, al ser todas ellas directivas, se parece más. Hay dos tipos de testimonios: los de mujeres que priorizaron lo personal, renunciando a llegar a lo más alto; y las que priorizaron lo laboral, con mucho dolor por renunciar en gran parte a lo personal. Al decir esto, me viene a la mente por ejemplo el testimonio de Pilar Conejero que cuenta varias anécdotas en las que quiso estar en misa y repicando. Pudo tener dos hijos gracias al apoyo de sus padres. A ellos les dedica su relato, que termina diciendo: "Mis hijos han ganado unos abuelos, los abuelos unos nietos y yo.....me he perdido casi todo de todos ellos". Ahora ha montado una empresa, Nemoción, que se dedica precisamente a ayudar a personas que sufren dificultades y frustraciones parecidas a las que experimentó ella.

De #papiconcilia destacaría el testimonio de Pablo Macías que junto a su pareja decidió dejar la empresa en la que trabajaba para montar Cuatro Tuercas, "una

ferretería de ideas". Han creado un modelo de vida en el que trabajo y familia se entremezclan, lo que les permite tener el mismo grado de implicación en la crianza de los hijos. Es un proyecto que me interesa conocer en detalle porque lo tengo como referencia para redefinir modelo de vida.

Eres también responsable de la iniciativa #salpuntual que ha importado a España el Go Home on Time Day que se celebra en otros países del mundo. Háblanos un poco de ella y de la aceptación que la misma ha tenido en nuestro país...

A raíz de adentrarme en el mundo de la conciliación, descubrí que en otros países como Reino Unido o Australia se celebra una vez al año el Go Home on Time Day, que consiste en poner de acuerdo a todos los empleados de las empresas para salir a tiempo del trabajo al menos un día al año. Me pareció una iniciativa muy interesante. Comprobé que en España no existía nada parecido y decidí lanzarlo aquí. Le busqué un nombre en español, imperativo, que llamara a la acción, que implicara directamente al que lo viera: #salpuntual. Nos sumamos a la fecha de celebración de Reino Unido, 24 de septiembre, y luego hicimos un recordatorio el 19 de noviembre, fecha en la que se celebraba en Australia.

La iniciativa tuvo muy buena acogida en España. Salimos en los principales medios de comunicación. Conseguimos una audiencia de 12 millones y medio de personas, con un valor publicitario equivalente a 347.000 euros, según Kantar Media. Además se consiguieron más de 7 millones de impresiones en Twitter, gracias a los 2730 tweets publicados con el hashtag #salpuntual. Superamos con creces los resultados conseguidos en Reino Unido, donde se celebra el Go home on time day desde el año 2000.

Por último, y para quien lea esta entrevista, ¿cómo podemos leer #papiconcilia y #mamiconcilia?

Los dos ebooks se pueden descargar de forma gratuita desde nuestra web: <http://mamiconcilia.com/que-es-mamiconcilia/> <http://mamiconcilia.com/papiconcilia/> Confiamos en poder llevarlo pronto a papel y que esté disponible también en librerías. ●

IsabelGARCÍA

Nace la Universidad de las Mujeres Rurales en Castilla-La Mancha

El desarrollo de todo el capital humano femenino de las zonas rurales de Castilla-La Mancha como eje estratégico del progreso de la Comunidad es el objetivo de la Universidad de la Mujer Rural, creada por el Instituto de Competitividad e Innovación de la Fundación Caja Rural Castilla-La Mancha en colaboración con el Instituto de la Mujer del Gobierno regional y la Escuela de Negocios EOI.

La directora de la Fundación, Ana López-Casero, presentó esta iniciativa en la sede central de Caja Rural Castilla-La Mancha, en Toledo, acompañada por la directora del Instituto de la Mujer, María Teresa Novillo, y el director de Programas de la EOI, Javier Rivero.

Según explicó López-Casero, la Universidad de la Mujer Rural “es la plataforma de desarrollo del talento y liderazgo para mujeres rurales”, a cuya disposición pone herramientas de formación directiva, gestión, coaching, creación de empresas y consultoría de negocio para facilitar su acceso al mercado laboral, mejorar su empleabilidad en puestos directivos y de gestión, optimizar la competitividad de sus empresas y fomentar la instauración de las mismas y el trabajo por cuenta propia.

Cátedras. La Universidad de la Mujer Rural está dirigida a mujeres empresarias, profesionales directivas y técnicas de pymes, comercios y micropymes en activo, desempleadas y emprendedoras de Castilla-La Mancha.

A través de cuatro Cátedras de Conocimiento (Liderazgo, Finanzas, Marketing e Innovación y Emprendimiento), y aprovechando la Red de Centros de la Mujer de la región, las mujeres rurales tendrán acceso a toda una oferta formativa y de consultoría que les permitirá adquirir los conocimientos en dirección y gestión y las habilidades personales necesarias para liderar

su actividad profesional y compatibilizarla con su vida personal.

En esta primera edición se impartirán cuatro seminarios en Talavera de la Reina y otros cuatro en Campo de Criptana a cargo de profesores de la EOI con amplia formación de postgrado y gran experiencia profesional a nivel nacional. El primero comenzará en dicha localidad ciudadrealeña el próximo 26 de enero. Los cursos, de 12 a 16 horas lectivas cada uno e impartidos en la modalidad presencial, son

inteligente, comprometida y, sin lugar a dudas, más moderna”. En su opinión, los datos de empleo de las mujeres en Castilla-La Mancha, y de aquellas que ocupan posiciones directivas en nuestra región, son todavía inferiores a los de los hombres y, por lo tanto, muy mejorables.

Por ello, “aunque se ha avanzado mucho con respecto a etapas anteriores, aún nos quedan importantes retos en esta materia para conseguir que todo el talento de las



gratuitos para las participantes al ser financiados por el Instituto de la Mujer y la Fundación Caja Rural Castilla-La Mancha. La información e inscripciones se pueden obtener en las sedes de las entidades colaboradoras y en la página web www.fundacioncajaruralcastillamancha.es.

Agentes de cambio. López-Casero se mostró convencida de que “las mujeres son agentes de cambio para una nueva sociedad propia del siglo XXI más sostenible, ética,

mujeres de la región pueda aprovecharse para crear un territorio moderno, equilibrado y vertebrado”, subrayó.

Por su parte, la directora del Instituto de la Mujer agradeció a la Fundación Caja Rural Castilla-La Mancha su cooperación con la Junta de Comunidades en pro de la mujer rural, utilizando la red de 84 Centros de la Mujer distribuidos por los 919 municipios de la región y beneficiándose de la colaboración pública y privada. ●



12 mujeres líderes se capacitan para poner en marcha la Red Española de Mujeres Emprendedoras Rurales

Una docena de directivas de AMFAR, ASAJA, miembros de cooperativas y el mundo rural adquieren formación para tejer la Red Española de Mujeres Emprendedoras en el Ámbito Rural.

Las representantes de diferentes organizaciones procedentes de Segovia, Palencia, Cádiz, Almería, Toledo y Ciudad Real han conocido las directrices a seguir para impulsar el emprendimiento y el autoempleo entre las mujeres del ámbito rural.

De la mano del director de proyectos formativos de la Universidad de Bifröst (Islandia) han conocido el caso del emprendimiento islandés adquiriendo buenas prácticas e intercambiando experiencias de otros proyectos europeos como Female, Matturkvenna y la Red Europea de Emprendimiento.

La Red Española de Mujeres Emprendedoras en el Ámbito Rural es un proyecto liderado por AMFAR que forma parte del Programa de 'Igualdad de Género y Conciliación' cofinanciado con fondos del Mecanismo Financiero del

Espacio Económico Europeo (EEE) 2009-2014, que gestiona el Instituto de la Mujer, a través del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.

La presidenta nacional de AMFAR, Lola Merino, recalca en la clausura de este acto, ante los medios de comunicación, lo "enriquecedora" que había resultado esta Jornada de intercambio de conocimientos celebrada a lo largo del día en Ciudad Real.

"Poner en marcha la Red Española de Mujeres Emprendedoras en el Ámbito Rural en colaboración con la Universidad islandesa de Bifröst va más allá de las experiencias que habíamos llevado a cabo hasta ahora en el seno de AMFAR. Hemos podido conocer de primera mano la situación laboral de la mujer islandesa, que goza de una incorporación laboral de un 80%, una de las más altas a nivel internacional.

El emprendimiento femenino rural es un recurso fundamental para promover vías de independencia económica entre las mujeres y oportunidades de futuro en el ámbito rural, ha dicho Merino.

Por su parte, el subdelegado del Gobierno en Ciudad Real, Fernando Rodrigo, que también ha intervenido en el acto de clausura de la Jornada, ha felicitado a AMFAR por el desarrollo de esta iniciativa, y ha destacado la importancia de que las mujeres rurales se sientan respaldadas a través de los vínculos que se forman con redes de emprendedoras como la que hoy ha arrancado en la capital ciudadrealense.

El director de Programas del Instituto de la Mujer del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, Jesús Casas, ha recalcado que "ninguna sociedad puede permitirse el lujo de perder el 50% de sus capacidades, que son las que representan la población femenina, y menos aún en las zonas rurales españolas que suponen el 80% del nuestro territorio nacional". Casas ha explicado la importancia de "encauzar" el potencial emprendedor femenino para conseguir que todas aquellas mujeres rurales que tengan una idea de negocio sean capaces de llevarla a la práctica "para consolidar y mejorar la riqueza de sus propios municipios", ha señalado. ●

Nombramientos

Y RECONOCIMIENTOS CON NOMBRE DE MUJER



Libby Lane, primera obispa anglicana

>> Se llama Libby Lane, y tiene 48 años. Está casada y desde 1994, sacerdotisa. Pasará a la historia de la Iglesia en Inglaterra por ser la primera mujer consagrada obispa. La sonrisa lo dice todo. A pesar de las broncas de los sectores más conservadores, la ceremonia de consagración fue celebrada y aplaudida en la catedral de York.

Libby Lane, reverenda británica ya forma parte de la historia de cambios fundamentales del nuevo siglo al convertirse en la primera obispa de la Iglesia de Inglaterra en una ceremonia en la que reafirmó su credo y juró obediencia a la ley canónica y a la que asistió acompañada de su familia.

Casi dos millares de personas, asistieron al acto en el que un disidente, el reverendo Paul Williamson- dio la nota oponiéndose a la consagración.

La Iglesia de Inglaterra, la más numerosa en el Reino Unido, debatió durante décadas acerca de la consagración de mujeres al obispado, un asunto que en 2011 motivó la conversión de varios religiosos del protestantismo al catolicismo. Ahora, el nombramiento de Lane, de 48 años y sacerdotisa desde 1994, luego de que el máximo órgano rector aprobara la ordenación de mujeres, es la que se lleva la notoriedad de ser la primera. Vendrán otras.

Sabadell: Aurora Catá Sala sustituye a Daurella en el consejo

>> El Banco Sabadell ha fichado a Aurora Catá Sala como consejera independiente ocupando el puesto que dejó vacante Sol Daurella días antes de incorporarse a Santander. Catá Sala tiene experiencia en compañías cotizadas pues es vocal del grupo audiovisual Atresmedia donde el recién fallecido José Manuel Lara, propietario de Planeta y que ocupaba la vicepresidencia de Sabadell, había sido jefe de Catá en 2010 cuando era consejera delegada de la filial Planeta.

Ingeniera industrial y MBA por IESE, Catá es también consejera independiente del grupo de ingeniería aplicada Abantía y del Institut Català de Finances (ICF). Su trayectoria profesional se inició en el sector financiero, donde trabajó en Bank of America. También fue directora financiera de Nissan Motor Ibérica y en 1996 inició su andadura en el sector de los medios como directora general de RTVE en Cataluña.



Esther Alonso, AEGE

>> Esther Alonso, directora de Energías y Medio Ambiente del Grupo ArcelorMittal en España, es la nueva presidenta de la Asociación de Empresas con Gran Consumo de Energía (AEGE), sustituyendo a Eduardo Gil Elejoste. Gil, director general de Praxair España, llevaba más de 4 años en el cargo.

Sobre Esther Alonso. Ingeniera de minas por la Escuela Técnica Superior de Ingenieros de Minas de Oviedo y licenciada en Periodismo por la Universidad del País Vasco, Esther Alonso es además máster en Dirección Empresas por el Instituto Universitario de la Empresa de la Universidad de Oviedo, y diplomada en Ingeniería Ambiental por la EOI (Escuela de Organización Industrial).

Sobre AEGE. AEGE representa en temas energéticos a la industria electro-intensiva española, un sector compuesto por más de 34 grupos industriales con 200 plantas repartidas por toda la geografía española y que consume el 12% de la demanda eléctrica peninsular.

Belén Amatriain y Olga San Jacinto, fichadas por Evo Banco

>> Con el fin de convertirse en una entidad innovadora, Evo Banco ha fichado para su consejo a la ex de Telefónica Belén Amatriain y a la directora de negocio y estrategia internacional de Google, Olga San Jacinto.

Fichar a dos mujeres de alto nivel tecnológico es una estrategia para la entidad propiedad del fondo norteamericano Apollo Management Internacional. La ex consejera delegada de Telefónica España y de Telefónica Publicidad e Información (TPI) Belén Amatriain y Olga San Jacinto entran en el órgano ejecutivo del banco como consejeras independientes. El nombramiento es reciente pero se ha sido oficializado una vez autorizado por el Banco de España.

ERE y cambio de estrategia. La presencia de Amatriain y San Jacinto busca profundizar en el carácter tecnológico de Evo Banco, inmerso en negociaciones con los trabajadores para sellar un expediente de regulación de empleo (ERE) que podría afectar a alrededor de 50 empleados de los 600 actuales, así como cerrar cuatro de las 17 oficinas en España.



Rocío Carrascosa, Consejera Delegada de Alphabet

>> Rocío Carrascosa ha sido nombrada nueva Consejera Delegada de la empresa de renting y gestión de flotas de vehículos Alphabet en España sustituyendo a Jorge Bautista, que asume como máximo responsable en Holanda.

Carrascosa era desde 2011, directora de Operaciones de la corporación en el mercado español, después de la fusión con ING Car Lease, empresa en la que participó desde su fundación en 1999.

Más de 20 años de experiencia en el sector avalan a la nueva consejera delegada de Alphabet España. Ha desempeñado diferentes cargos de responsabilidad en áreas financieras o de operaciones. Además, ha cursado estudios en Economía y cuenta con un MBA por la Universidad de Chicago.

Sobre Alphabet. Alphabet es una compañía de renting, gestión de flotas y movilidad corporativa, fundada en el Reino Unido en el año 1997 como parte de una de las divisiones del Grupo BMW. Alphabet gestiona una flota de más de 535.000 vehículos en un total de 18 países y se encuentra entre las cuatro primeras operadoras del mercado. Sus oficinas centrales se encuentran ubicadas en Alemania, Munich.



Un nuevo reto para Isabel Perancho

>> La periodista Isabel Perancho fue nombrada directora general de la compañía Planner Media, una responsabilidad que asume con muchísima responsabilidad pues quien le pasa el testigo es Carmen Pino, figura clave en el sector de la Comunicación español. Según Perancho, apasionada por las nuevas tecnologías “el listón queda muy alto pero por eso mismo es un reto apasionante: tenemos ante nosotros una etapa nueva y un proyecto muy atractivo”, aseguraba esta comunicadora. Entre sus planes inmediatos está la apertura de nuevos sectores en la compañía con la ayuda y la visión de futuro de Julián Zabala, consejero delegado, y de “un equipo de profesionales de primer nivel, apasionados e inquietos, algo fundamental para el éxito”.

Isabel Perancho es periodista especializada en Salud y Medicina y en Comunicación Corporativa del sector sociosanitario. Programa Superior en Gestión Empresarial y Dirección de Comunicación por el IE Business School. Programa de formación en gestión de la Reputación Corporativa de Reputation Institute e IE Business School.

Laura Álvarez, Tatum

>> Tatum empresa de consultoría experta en transformación de redes comerciales y personas, ha anunciado el nombramiento de Laura Álvarez, como nueva consultora para el área de Transformación Comercial. Licenciada en Ciencias Matemáticas por la Universidad Complutense de Madrid, la trayectoria de Laura ha estado siempre ligada al mundo de las ventas y los RRHH, tanto en Reino Unido como en España.

A lo largo de sus más de once años de experiencia, Laura ha desempeñado diversos cargos para empresas como British Gas, Eastleigh College, Universidad de Southampton o Catalunya Caixa, donde durante más de siete años, desarrolló funciones tanto en el área de Recursos Humanos como en la de ventas, entre los que destacan los puestos de Gestora Comercial y Colaboradora de la Dirección Territorial Norte. Con esta incorporación, tatum prevé reforzar su equipo de transformación comercial, al que Laura aportará tanto su experiencia como su know how en análisis/gestión de datos, desarrollo de modelos, cuadros de mando, informes de seguimiento periódicos y ad-hoc, búsqueda de soluciones, etc.



Eva Pastor, Mountain

>> Eva Pastor es la nueva Directora General de Mountain, compañía dedicada al desarrollo y fabricación de equipos informáticos. Pastor ya había ocupado anteriormente otros puestos de directora del departamento de Marketing y Comunicación y del área Comercial de la compañía.

Pastor será la encargada de definir la estrategia y las metas para lograr que se alcancen los objetivos anuales marcados por la empresa española. Además, promoverá la visión, misión y valores de Mountain como fabricante español de equipos informáticos de altas prestaciones y marca puntera en su sector. Para Mountain, este nombramiento forma parte de la estrategia de transformación y desarrollo prevista para los próximos años de la compañía y responde a la necesidad de fortalecer su posición competitiva en el mercado. Antes de incorporarse a la empresa española Mountain, Eva Pastor ocupó distintos cargos como responsable de comunicación, marketing online y community manager en distintas empresas, donde desarrolló su exitosa carrera profesional realizando estrategias online de captación, diseño y gestión de páginas web, así como todas las labores relacionadas con redes sociales, blogs y posicionamientos.

Mis recetas de cocina anticáncer gana el prestigioso "Gourmand Cookbook Award 2014" en español

Mis recetas de cocina anticáncer, de la autora Odile Fernández, ha obtenido el galardón del "Gourmand Cookbook Award 2014", en la categoría "Best Diet Cookbook for the Public" en español.

El "Gourmand World Cookbook Awards" es un premio internacional, abierto a todos los idiomas, que se otorga a los trabajos que tienen que ver con el periodismo y la literatura gastronómica, de cocina y de recetas. Tras ganar este reconocimiento en España, Mis recetas de cocina anticáncer (Urano, 2014) seguirá compitiendo a nivel mundial.

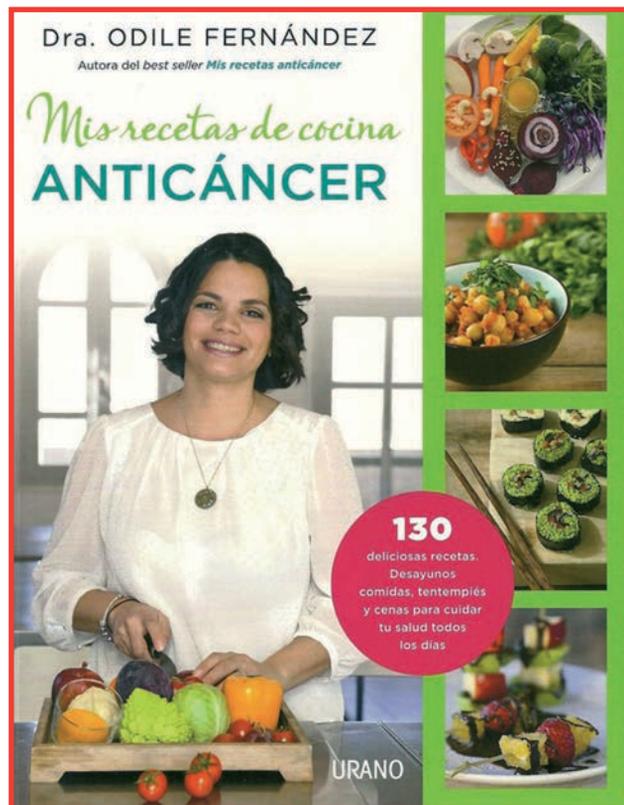
En junio se anunciará el ganador al Mejor del Mundo, "Gourmand Best In The World", en Yantai, China.

Objetivos de este premio

- Recompensar y honrar a aquellos que cocinan con palabras.
- Ayudar a los lectores y aficionados a la gastronomía a encontrar los mejores libros.
- Ayudar a las librerías a la hora de buscar y encontrar los mejores libros del año.
- Favorecer una tolerancia enriquecedora para todos aumentando el respeto y el conocimiento de las diferentes culturas culinarias.

La médico de familia, Odile Fernández, es madre de dos hijos, uno de ellos tras curarse de un cáncer de ovario con metástasis. Sus dos libros, incluyendo el de recetas, que acaba de ser reconocido por estos premios, tratan de ayudar a personas que pasan por su misma experiencia, y además enseñar los secretos de cocinar, con una alimentación y nutrientes,

basados en los colores del arcoíris y saludables. Según la autora, "la cocina anticáncer surge de la fusión de tres cocinas tradicionales: la japonesa, la mediterránea y la



india, culturas que sabiamente han sabido combinar de forma ideal sus ingredientes para crear platos cargados de nutrientes y fitoquímicos anticáncer".

Un libro para toda la familia, que incluye comidas, desayunos y meriendas también para los más pequeños.

Sobre la autora, cabe destacar que es médico de familia y madre de un niño de cuatro años. Odile Fernández venció en 2010 un cáncer de ovario con metástasis. A raíz de esa experiencia, decidió escribir 'Mis recetas anticáncer' para ayudar a personas que estuvieran pasando por su misma experiencia. Odile escribe un blog con regularidad e imparte talleres por toda España.

Acerca del libro, es el nuevo bestseller de salud con ocho ediciones en el mercado y 25.000 ejemplares vendidos. -Ilustrado con preciosas fotos a todo color de Heva, la conocida bloguera y fotógrafa gastronómica de Tarjeta de Embarque. -Una mezcla perfecta de libro informativo y libro práctico, con una primera parte llena de información esclarecedora y actualizada y una segunda con recetas para organizar los menús de toda la familia. La comunidad científica se ha rendido a la evidencia:

nuestra mayor aliada para tomar parte activa en el proceso de prevención y curación del cáncer es, sin duda, la alimentación. Sin embargo, es difícil encontrar obras que ofrezcan recetas culinarias concretas para aprovechar al máximo las maravillosas propiedades anticáncer que nos brindan los alimentos. Hasta ahora. Odile Fernández, médico de familia y superviviente del cáncer, vuelve con un nuevo título dedicado muy especialmente al menú de cada día. Además de detallar los nutrientes, componentes y propiedades de cada uno de los alimentos que previenen el cáncer –y de alertarnos sobre los que lo favorecen–, Odile ofrece al lector un extenso recetario de platos para cada día –arozes y ensaladas, batidos y desayunos, platos principales y meriendas, que incorporan los ingredientes conocidos por sus propiedades anticancerígenas. Una obra completa, positiva y accesible, indispensable para descubrir la

estrecha relación entre el cáncer y la alimentación y aprender a llevar a la mesa los platos que contribuirán a una larga vida llena de salud y de felicidad. ●



Un **Ready Business** siempre está al otro lado de la línea

Centralita en la Nube

Garantiza la mejor atención a tus clientes ya que permite atender las llamadas desde cualquier lugar y momento.

vodafone.es/ready-business



Vodafone
Power to you

Concierto de Año Nuevo de la ROSS:

Músicas de ayer y de siempre en el Teatro de la Maestranza Gran actuación de la soprano Raquel Lojendio



El factor mimético que supone la celebración del Concierto de Año Nuevo en el Musikverein vienés -que este año ha cumplido su 75ª edición- ha multiplicado su influencia de tal forma que toda ciudad que se precie se ve en la obligación de organizar uno a su imagen y semejanza, una especie de homenaje anual a una música amable y deliciosamente decadente, magistralmente evocada por Ravel en «La valse». Pero, a diferencia del concierto vienés, la ROSS, excelentemente conducida por el joven director A. Salado, programó una primera parte a base de preludios e intermedios de zarzuelas: «El tambor de granaderos», «El bateo», «La boda de Luis Alonso»; romanzas: «De España vengo», «El

niño judío», «El rey que rabió», «La tempranica» ... y pasodobles clásicos: «España cañí» y «Suspiros de España», páginas todas rebosantes de nostalgia que hicieron las delicias de un público tan numeroso como entusiasta. Naturalmente, no podían faltar los valses y las polkas de los Strauss ni, por supuesto, la Marcha Radetzky, con sus inevitables palmas. Raquel Lojendio -hermoso timbre y acusada sensibilidad- mostró sus cualidades de gran soprano, viéndose obligada a conceder, fuera de programa, un aria de «El murciélagos», todo un prodigio de facultades técnicas e interpretativas. ●

Miguel FERNÁNDEZ de los Ronderos

Memorable actuación de Daniel Barenboim y la West-Eastern Divan Orchestra

Un Mozart antológico

El prestigio internacional y la actitud vital ante los acuciantes problemas políticos y sociales de nuestro tiempo, en los que Barenboim se involucra abiertamente, le han convertido en el paradigma del intelectual comprometido, cuya honda convicción moral le insta a adoptar una posición beligerante ante cualquier tipo de prejuicio. Fruto de ello y, en especial, de su colaboración con el profesor palestino Edward Said ha sido la creación de la West Eastern Divan Orchestra, integrada por jóvenes y magníficos músicos españoles, árabes y judíos, una empresa surgida en tiempos de bonanza económica, hoy,



blanco de críticas, no solo por el elevado coste de la Fundación (el proyecto había sido rechazado por otros países europeos de cultura y tradición musical infinitamente superiores a la nuestra) como por las vicisitudes que padecen numerosas agrupaciones nacionales, por no mencionar la penosa situación de los conservatorios: desaparición de orquestas, reducción de plantillas, o presupuestos menguados que apenas /si/ permiten la mera supervivencia de tantos excelentes profesionales españoles. ●

MFR



MAGIA PARA VENDER
CÓMO GENERAR IDEAS EN LA MENTE DEL PÚBLICO
 José M^a de la Torre Maroto
 (Txema Gicó)
 Empresa Activa
 316 páginas

¿Qué sucede cuando un ingeniero electrónico, especializado en domótica, combina su conocimiento con las técnicas ilusionistas de un mago para crear una nueva forma de gestionar las empresas? La respuesta es la creación del DEI, el Desarrollo Estratégico Ilusionista, una forma distinta de ver la estrategia comercial de una empresa. Un libro original sobre ventas.

COACHING UN CAMINO HACIA NUESTROS ÉXITOS

Viviane Launer
 Piramide
 198 páginas

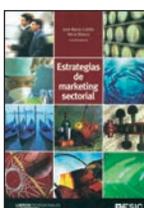


El coaching es un proceso que ayuda a las personas a realizar un cambio personal o profesional, generando una gran cantidad de alternativas de actuación, desafiando las creencias limitadoras, los obstáculos y las interpretaciones anquilosadas que impiden el éxito. Esta obra ofrece las competencias clave del coach según la Federación Internacional de Coaching (ICF, International Coaching Federation).

#POSTUREO. EL LIBRO
 Paula Sancho
 Ilustraciones de ELENA ÉPER
 Planeta
 163 páginas



El libro del #postureo, el gran fenómeno de las redes sociales. #postureo es: - Cantar una canción en inglés sin tener muy claro lo que estás diciendo. - Leer a Nietzsche en la playa. - Modernos compartiendo los carteles de los festivales a los que van a ir, acompañados del comentario «cartelazo» cuando no conocen ni la mitad de grupos... Postureo es leer este libro con gafas de leer.

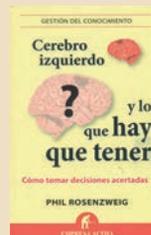


ESTRATEGIAS DE MARKETING SECTORIAL
 José M^a Cubillo
 Alicia Blanco
 Coordinadores
 ESIC - 268 páginas

El entorno competitivo actual se caracteriza por una gran especialización en sus respectivos sectores con tendencias y características competitivas muy diferentes. Para la empresa, la clave está en diseñar e implementar una estrategia a partir de las relaciones inherentes entre el entorno socioeconómico general y su sector de actividad.

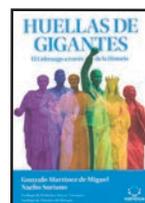
HUELLAS DE GIGANTES EL LIDERAZGO A TRAVÉS DE LA HISTORIA
 Gonzalo Martínez de Miguel
 Nacho Soriano
 Prólogo de Federico Mayor Zaragoza
 Epílogo de Vicente del Bosque
 Infova Ediciones
 327 páginas

RECOMENDADOS



CEREBRO IZQUIERDO Y LO QUE HAY QUE TENER
CÓMO TOMAR DECISIONES ACERTADAS
 Phil Rosenzweig
 Empresa Activa
 382 páginas

Un libro imprescindible para la toma de decisiones del autor de Espejismos, reconocido internacionalmente. La toma de decisiones a veces suele ser muy compleja y lo que siempre se necesita es una combinación de dos habilidades: análisis claro y cálculo (cerebro izquierdo) y una predisposición a forzar los límites y adoptar decisiones arriesgadas.



Huellas de gigantes ilustra la evolución del liderazgo a través de la historia con el análisis de la trayectoria vital de distintas personalidades. Lecciones de liderazgo que podemos aprender de las personas que más han influido en la humanidad a lo largo de la historia.



TÚ AHORRAS ¡GANAMOS TODOS! LAS MEJORES RECETAS PARA LA SALUD Y EL BOLSILLO
 Fundación Rosa Oriol con la colaboración del Dr. Jordi Forés y la Fundación Alicia
 Prólogo de Sor Lucía Caram
 Plataforma cocina
 126 páginas

Se trata simplemente de aprender a gestionar la alimentación para gastar menos dinero y estar más saludables. Lo uno está estrechamente relacionado con lo otro. Cuando compramos motivados más por la tentación que por lo que realmente necesitamos, terminamos comprando de más. Un decálogo de los hábitos saludables, del ejercicio físico y para ahorrar... ¡comiendo bien!

BUSINES ANGELS
 Jon Hoyos Iruarrizaga
 María Saiz Santos
 ESIC -188 páginas



En las primeras décadas del siglo XX, a los mecenas que apoyaban financieramente las obras teatrales y musicales en Broadway (Nueva York) se les conocía comúnmente bajo el nombre de ángeles. En la actualidad, el concepto de business angel se asocia con el de una persona que arriesga su dinero para invertir en proyectos de negocio de reciente creación, contribuyendo activamente a su despegue a través del conocimiento, el know how, la experiencia y la red de contactos que atesoran. Es lo que se conoce como capital inteligente.



El Museo Picasso Málaga cierra 2014 con más de 400.000 visitas

Un total de 410.568 personas acudieron durante 2014 al Museo Picasso de Málaga, manteniendo una intensa actividad cultural durante un año que el centro ha calificado "de transición"

El Museo Picasso de Málaga ha mantenido su actividad cultural once años después de su apertura pese a la significativa contracción presupuestaria para 2014 con respecto a ejercicios anteriores -y en consecuencia verse obligada a reducir y posponer el número de exposiciones temporales y de actividades-.

Además de cerrar el año con más de 400.000 visitas, las exposiciones temporales 'El Lissitzky. La experiencia de la totalidad' y Picasso TV han recibido una gran acogida por parte del público, provocando la prórroga de esta última.

El museo ha realizado durante 2014 un continuado proceso de reflexión interna, expresado públicamente en foros y seminarios, con el objetivo de ir adaptando progresivamente sus procedimientos de elaboración de contenidos y método de trabajo a las demandas del siglo XXI. El

éxito de visitas registrado es en parte fruto de esta labor, a la vez que un reflejo del aumento del turismo en Málaga y Andalucía que se contabilizaba el año pasado.

El MPM ha contado un año más con el apoyo fundamental de RTVA como Consejero Protector, así como Vocento, Grupo Joly y Fundación Aena como Socios Protectores. Su compromiso con el arte y la cultura resulta fundamental para el desarrollo de su programación artística. Asimismo, en 2014 se firmó un convenio con Obra Social "la Caixa" que posibilitó el desarrollo de un programa de inclusión y accesibilidad real de todos al arte y la cultura a través de una amplia propuesta educativa. Un reciente acuerdo con la Fundación SGAE y la colaboración de Codorníu han supuesto también el inicio de nuevas alianzas culturales. ●

Un diálogo con sus coetáneos

>> Desde el 2 de febrero hasta el 17 de mayo, el MPM inaugura el año expositivo con un diálogo de la obra de Picasso con coetáneos suyos como Braque, Gris, Matisse o Miró en la exposición 'Movimientos y secuencias. Colección', resultado de un estudio de los fondos de dibujos y grabados del MPM —fechados aproximadamente entre 1906 y 1930— que ya fueron presentados de modo exclusivo en el primer trimestre de 2014.

En ellos se estudia y se muestra cómo el fraccionamiento geométrico que caracteriza lo que se conoce como cubismo implica conceder atributos de movimiento y de secuenciación a la imagen.

Todo ello, además, estimula la percepción óptica debido a que la obra subraya la existencia de simultaneidad de puntos de vista, y provoca en el espectador el deseo de tratar de reconstruir la supuesta imagen referente, y por tanto, un movimiento interiorizado de recomposición mental de la misma.

La muestra se complementa con otras obras fechadas en el período estudiado, así como con una selección ejemplar de trabajos de otros autores coetáneos entre los que se encuentran Maria Blanchard, Georges Braque, André Derain, Juan Gris, Henri Matisse o Joan Miró además de los andaluces Federico García Lorca, Ismael Gómez de la Serna, Joaquín Peinado y José Moreno Villa.

Más información en:
www.museopicassomalaga.org



Renault Mégane: Renault Mégane: líder absoluto del mercado español en 2014

La gama Mégane es una vez más la preferida por la clientela española y se ha situado como la más vendida del mercado español de turismos en el conjunto del año 2014 con 29.020 unidades, hecho que se ha repetido en 12 ocasiones desde su lanzamiento en 1.996, marcando un récord difícil de igualar

2014, año de éxitos para Renault y Dacia en España. Renault ha alcanzado la 2ª plaza del mercado español de turismos y vehículos comerciales en el total de ventas del año 2014 en España, con 81.162 unidades comercializadas. Descontando el efecto del mercado de rent-a-car, Renault ha sido la marca líder en nuestro país en este período.

Es preciso destacar el extraordinario comportamiento de Captur, el crossover urbano que se fabrica en exclusiva mundial en la factoría de Carrocera-Montaje de Valladolid, que ya ha alcanzado, en poco más de año y medio, las 300.000 unidades fabricadas, que se han dirigido a mercados

en los cinco continentes. En el conjunto de este año ya se han superado las 10.000 unidades de Captur comercializadas en España, en concreto 11.621, liderando ampliamente el segmento de moda en nuestro país, que ha obtenido el mayor crecimiento del mercado, un 51,4%, frente a 2013.

En lo referente al desarrollo de la marca Dacia, exponente de la “compra inteligente”, hay que resaltar su gran crecimiento, un 42% en 2014 frente a 2013, más del doble del mercado y el mayor de todas las marcas, apoyado en una gama completa en la que destacan Sandero,

líder absoluto del mercado español de clientes particulares en 2014 y Dokker, líder absoluto, por su parte, del mercado español de vehículos comerciales de clientes particulares en este año. Dacia, con 45.986 unidades vendidas en nuestro país en 2014, ha batido su récord absoluto hasta la fecha tras 10 años consecutivos en que sus resultados en España no han dejado de desarrollarse.

En palabras de Ricardo Gondo, Director General de Renault Iberia, “el año 2014 ha sido un año de éxitos en el que, tanto los modelos tradicionales, como la gama Mégane contabilizando por 12º vez la disputadísima primera posición absoluta del mercado español, como los modelos nuevos, como Captur y Clio, han obtenido el beneplácito de la exigente clientela española. Quiero destacar el extraordinario comportamiento comercial de los modelos de la marca Dacia, que no dejan de sorprendernos por su diseño, habitabilidad y economía de uso, lo que continúa generando un gran acogida por parte de los consumidores españoles.”●



con permiso

manuelBELLIDO

bellido@mujeremprendedora.net

<http://manuelbellido.com>

Compañeros y amigos

Mi amiga Eloísa me decía ayer que lleva un mes de vértigo. Vive una etapa dura con dificultades en el trabajo donde la falta de una compañera hace que tenga que afrontar más tareas, los hijos sin poder ir al colegio con resfriados que no se curan, otras dificultades familiares, la rutina de casa.... Numerosas cosas que le absorben mucha energía. A veces lo comenta con otras compañeras del trabajo que están en la misma situación y que, a su vez, le confían sus problemas: cansancio, enfermedades familiares, infidelidades matrimoniales, problemas con los hijos... Ante este intercambio de confianzas en el ambiente de trabajo, ella se pregunta si este modo de hacer se puede convertir a largo plazo en algo perjudicial. Le he dicho que a mi manera de ver, todo depende del grado de relación que tenga con sus compañeras y en general del ambiente de trabajo en sí. Si es un ambiente altamente competitivo, quizás es perjudicial poner en común tantas intimidades. Se sabe también que si el ambiente es demasiado tenso, las relaciones son de por sí más distantes. En un caso o en otro, es muy difícil mantener en el trabajo una actitud profesional y al mismo tiempo serena cuando la vida personal es problemática. Los problemas, sin querer o queriendo, los llevamos siempre a costas y es difícil despegarse de ellos y poner siempre buena cara.

Creo que, en líneas generales, lo mejor es hacer lo posible por no perder la concentración y dejar fuera de la oficina los problemas personales. Usar la misma técnica que aconsejan cuando llega un ataque de pánico: poner la atención en lo que nos circunda y vivir el momento presente con intensidad.

Sabiendo que en ese instante no se puede solucionar o hacer algo para resolver el problema que llevamos en la "mochila", porque en ese momento lo que hay que hacer es trabajar.

Le decía a Eloísa que, siendo inevitables por diversas circunstancias ciertos momentos de intercambio de confianzas en el trabajo, lo mejor es explicitar siempre el hecho de que se trata solo de un "desahogo" y nada más.

Sé también por experiencia que estos "desahogos" en ciertas circunstancias producen efectos positivos, aunque no medie una gran amistad. He constatado alguna vez que ante una situación personal difícil, algún compañero se volcaba para descargar de trabajo a otro que anímicamente estaba mal. También he visto como un jefe reducía el horario de trabajo a una compañera que estaba atravesando una situación familiar problemática, para que pudiera ocuparse más de esa situación.

"Es muy difícil mantener en el trabajo una actitud profesional y al mismo tiempo serena cuando la vida personal es problemática"

Creo que en el caso de que uno busque ser escuchado profundamente lo mejor es dirigirse a amigos de verdad, fuera del trabajo, o a profesionales. Y si la confianza fuera un modo velado para pedir un favor, entonces es mejor pedirlo explícitamente. En ocasiones ni siquiera es necesario explicar los motivos.

Aunque en los "buenos ambientes de trabajo" puedan nacer amistades, no es lo que se debe perseguir. Desde hace años las buenas empresas se esfuerzan en procurar que se cree un buen ambiente de trabajo. Si se consigue, el resultado es siempre de mayor satisfacción para los trabajadores y mayor desarrollo para la empresa; sin embargo, compañerismo y trabajo en equipo nunca hay que confundirlos con la amistad. Amigos son aquellos extraños seres que nos preguntan cómo estamos y esperan para oír la contestación. ●

SI CREES,
QUE ESTÁS
SOLO

NO NOS
CONOCES



HAZTE SOCIO

SI CREES QUE JUNTOS PODEMOS VENCERLO

Infórmate en el 902 886 226

o en cualquiera de las oficinas de la aecc en tu ciudad.

Asociación Española

Contra el Cáncer

Infocáncer 900 100 036

www.aecc.es



TU VIDA, NUESTRA VIDA



***Una banca metódica,
precisa y clara, al servicio
de nuestros clientes***

 **"la Caixa"**
Banca Privada

Más de 45.000 clientes.
35 centros exclusivos.
5.600 oficinas.

Somos la Banca Privada de la entidad financiera líder del país. Y sabemos que, centrarnos en lo esencial, es la mejor forma de asesorarle.

Por eso, en CaixaBank nos dedicamos, con método y precisión, a hacer una Banca Privada eficiente y clara para usted. Así de sencillo y así de importante. Ni más, ni menos.

"la Caixa" Banca Privada
La Banca Privada en esencia