

# mujeremprendedora



## Vivir el verano

WOM, unas vacaciones inolvidables

Aitana Vargas, periodista internacional

“Dale vida a tu melena”

‘La dieta de los países’

# Andalucía

*Ponemos el acento en ti*



Porque nuestros pueblos están llenos de vida y de riqueza. Porque la agricultura y la ganadería son clave para nuestro futuro. Porque son fuente de empleo, de progreso y de turismo. Y porque el campo y los pueblos nos brindan nuevas oportunidades, en Andalucía ponemos el acento en *el desarrollo rural.*



## mujeremprendedora



**ENTREVISTA A MARTA MAYOL, MANAGER DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN HABITISSIMO**



**ENTREVISTA A MARÍA MARTÍNEZ, SOCIA FUNDADORA DE +QRENTING**

### 5 OPINIÓN

5 **El nuevo nombre de la paz**  
Anna Conte

### 6 PORTADA

6 Reportaje WOM, unas vacaciones inolvidables

### 10 INTERNACIONAL

10 Actualidad

### 9 EMPRENDER

13 **¿Y yo para qué sirvo?**  
M<sup>a</sup> Ángeles Tejada

14 Entrevista Marta Mayol, manager de Atención al Cliente en Habitissimo

15 Entrevista María Martínez, socia fundadora de +QRENTING

20 Entrevista Johanna Manzanaro, Fundadora de TopQueens

23 **Tecnología, Mujeres y STEM**  
Marta Díaz Barrera

### 24 EN RED

24 Entrevista David Gil, CEO de la startup Qoolife, creador de Qbaby

30 Entrevista Rosa López Requena, presidenta de la Asociación Española de Posticería

### 34 con nombre de mujer

34 Nombramientos y galardonadas

### 39 magazine

39 Libros  
41 Museo Picasso  
44 Salud  
51 Motor  
52 Tecnología

### 54 OPINIÓN

54 **Caminar es bueno y nos pone de buen humor**  
Manuel Bellido

## Staff

EDITA: Grupo Informaria, empresa informativa fundada en 1996

FUNDADOR: Manuel Bellido

DIRECTORA: Anna Conte

REDACCIÓN Y COLABORADORES:

Anna Conte, Inmaculada Sánchez, María Cano, Isabel García,

M<sup>a</sup> Ángeles Tejada, Ana Pagador, Vanessa Calvo,

Ana María Herrero y Susana Muñoz

DIAGRAMACIÓN: Francisco Javier Collados

FOTOGRAFÍA: Archivo Mujeremprendedora, Agencias

DIRECCIÓN, ADMINISTRACIÓN,

DISTRIBUCIÓN Y PUBLICIDAD:

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

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

ISSN 1575-9377

Depósito Legal: SE-3043-99

www.mujeremprendedora.net

E-mail: mujeremprendedora@mujeremprendedora.net

redaccion@mujeremprendedora.net;

digital@mujeremprendedora.net

annaconte@mujeremprendedora.net

Premio ALMUR



Premio ARCO IRIS



©Informaria S.L.U. Todos los derechos reservados. En virtud de lo dispuesto en los artículos 8 y 32.1 de la LPI, quedan expresamente prohibidos la reproducción, la distribución, la comunicación pública, incluida su modalidad de puesta a disposición, de la totalidad o parte de los contenidos de esta publicación, por cualquier medio de soporte, sin la autorización de su titular. Dirijase a CEDRO si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra. Mujeremprendedora es una publicación plural, los artículos y comentarios que en ella aparecen reflejan las opiniones de los respectivos autores.

# EMERGENCIA NUEVO TERREMOTO EN NEPAL

MILLONES DE NIÑOS  
NECESITAN TU AYUDA URGENTE

**DONA AHORA**

900 907 102 | [www.unicef.es](http://www.unicef.es)

Cuentas bancarias para donativos  
CAJAMAR ES22 3058 0127 4827 2001 7335  
BMN ES41 0487 3161 9920 0003 1354  
UNICAJA ES96 2103 0146 9400 3003 6581

unicef 





para empezar  
**annaCONTE**

annaconte@mujerempresadora.net

## El nuevo nombre de la paz

**E**n este número de Mujerempresadora, entre otros temas, vamos a tratar uno que se repite con insistencia cuando se está a las puertas de las vacaciones de verano: hablamos de dieta, nutrición, hábitos saludables, de ‘operación bikini’... En este breve panorama que ofrecemos, intentamos resaltar puntos de vista y experiencias razonables, serias y equilibradas, de acuerdo con la línea editorial que nos caracteriza. Una línea que nos impulsa a mirar siempre más allá de nuestro horizonte nacional-europeo-occidental, para asomarnos al resto del mundo con todos esos desafíos globales que esperan respuestas. Por eso, me parece importante tomar conciencia sobre el tema de la alimentación para desarrollar hábitos saludables desde el primer hasta el último día de la vida y cuidar la salud como un activo valioso. Al mismo tiempo, no puedo cerrar los ojos ante las contradicciones de nuestra sociedad, que obedece a la cultura de los despilfarros y de los desperdicios, que no contribuyen a crear un modelo de desarrollo sostenible. No puedo ignorar que, a pesar de algunos progresos indiscutibles y significativos en diversas áreas geográficas, todavía existen 795 millones de personas en todo el mundo que sufren el hambre. Que pueden morir de hambre. Creo que, de cara a esta emergencia, ninguno de nosotros puede ignorarlo y limitarse a condenar pensando que las respuestas y soluciones a este drama tienen que darlas otros.

El 1 de mayo de este año se ha inaugurado la Expo 2015 en Milán con un título emblemático, nuevo en el contexto de las exposiciones universales: “Alimentar el

planeta, energía para la vida”. Una maravillosa oportunidad, han subrayado desde muchos observatorios, para poner en marcha una movilización encausada a conseguir el objetivo de “Hambre Cero 2030” y compartir compromisos específicos con vistas a definir los próximos objetivos del milenio. Eliminar el hambre, la pobreza y la desnutrición; luchar contra el cambio climático; proteger esos bienes comunes como el agua, la tierra y la biodiversidad; reducir los despilfarros; son cuestiones esenciales que deben abordarse conjuntamente.

El Papa Francisco, en su discurso en directo a través de video en la ceremonia inaugural de la Expo, instó a “aprovechar al máximo esta oportunidad propicia para globalizar la solidaridad”. Invitando a todas las personas que visitarán la Expo de Milán a reflexionar sobre esta “presencia oculta que realmente tiene que ser la verdadera protagonista del evento: los rostros de los hombres y mujeres que tienen hambre y se enferman e incluso mueren debido a una alimentación precaria o nociva”.

Que tengamos o no tengamos la oportunidad de visitar la Expo, el mensaje que nos llega es el de cambiar actitudes y comportamientos, porque, de hecho, nuestras acciones cotidianas, a todos los niveles de responsabilidad, tienen un impacto en las vidas de la gente que sufre el hambre. También me han impactado las palabras del presidente italiano Sergio Mattarella: la lucha contra la pobreza y el hambre de hoy es una “condición de seguridad del género humano” y la seguridad alimentaria es “el nuevo nombre de la paz”; debemos “saber mirar más allá de lo inmediato, o robaremos el futuro a nuestros hijos”.

Hay mucho en juego. Creo que merece la pena un poco de atención y reflexión. Los días de descanso, que muchos de nosotros podremos disfrutar, son un momento apropiado para detenerse a pensar y tomar decisiones. Porque el compromiso y la coherencia no pueden irse de vacaciones. ●

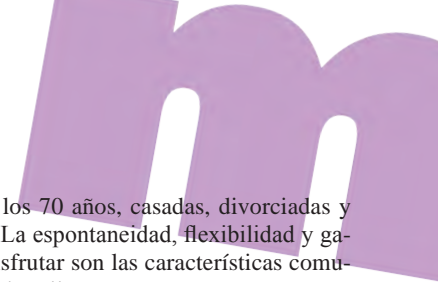


# WOM, unas vacaciones inolvidables

"Si eres una viajera empedernida a la que le gusta descubrir destinos o rutas menos turísticas, ser espontánea y no tener hasta el último milímetro del viaje planificado y hacer amigas con espíritu inquieto como el tuyo ¡has encontrado tu sitio!". Bajo estas palabras, WOM, la agencia que organiza viajes culturales para mujeres, resume su inquieta y aventurera filosofía

¡El verano ya está aquí! Y, cómo no, las esperadas vacaciones. Un sinfín de lugares entre los que elegir, numerosos museos que visitar e infinitos paisajes de los que disfrutar. Si eres mujer y viajas sola, WOM es una gran elección. Una agencia online de viajes culturales para mujeres que viajan solas pero quieren hacerlo en grupo y que ofrece un turismo activo y cultural, con rutas e itinerarios personalizados.

WOM nació hace dos años y, desde entonces, se ha consolidado como una opción turística



inmejorable para el público femenino, que ha destacado por su éxito y gran acogida, de ahí la fidelidad de sus clientas. Tal y como explica Ana Blasco, fundadora del proyecto, WOM es más que una agencia de viajes ya que pretende ser una comunidad de viajeras que busca viajar de un modo distinto al turismo de masas predominante. “Queremos conseguir que las mujeres que en un momento dado no tienen con quien viajar o quieren hacerlo con gente diferente, encuentren un espacio de reunión viajera que les permita conocer destinos muy diversos acompañadas por nosotras y por otras intrépidas aventureras”.

El equipo de WOM lo forman Ana Blasco, su fundadora y directora; Pilar Fraile, socia de la compañía; Lidia Carbonell, fotógrafa; y Meritxell Villas, Community Sales Manager. Cuatro mujeres a las que les apasiona conocer mundo y vivir nuevas experiencias y que han encontrado en WOM su verdadera pasión.

La flexibilidad y la espontaneidad son los principios que sigue WOM, ya que progra-

man rutas cerradas pero, tal y como señala Blasco, les encanta que las viajeras les ayuden a perfilar el itinerario sobre la marcha. “Lo mejor de los viajes es aquello que no te esperas, lo que te sorprende, y si una va con la mentalidad adecuada, es cuando más se disfruta. También defendemos un turismo responsable, evitando el turismo de masas en todo momento. Nos gusta descubrir los pequeños secretos de los destinos, su gente, sus tradiciones... y no pasar por éstos como si fueran un mero parque de atracciones”.

Y es que, a pesar de que WOM sea una agencia de viajes, el concepto va más allá, ya que se viaja tal y como si se hiciera con un grupo de amigas, “en coche o furgoneta, decidiendo entre todas cómo y cuándo parar o comer, priorizando las relaciones humanas y no solo el foto, foto y al autobús...” Un tipo de viaje que difícilmente se puede plasmar en un programa impreso ya que, como explica Blasco, “es muy experiencial”.

El perfil de WOM abarca un amplio abanico, con mujeres con edades comprendidas entre

los 30 y los 70 años, casadas, divorciadas y solteras. La espontaneidad, flexibilidad y ganas de disfrutar son las características comunes de todas ellas.

### Y para este verano...

WOM ha lanzado para el periodo estival un viaje a Malasia. En esta excursión las viajeras tienen la oportunidad de elegir el grado de aventura que desean, ya que hay diferentes furgonetas y en función de la que seleccione se optará por un grado diferente. En este caso, en vez de ofrecer un itinerario cerrado con hoteles, el viaje sólo incluye el billete de avión y la programación del viaje se hace en consenso con las viajeras. Así, WOM ofrece la posibilidad de poder ir sin nada preparado y se decida el alojamiento sobre la marcha o, por el contrario, se pueda reservar todo desde aquí.

WOM también cuenta con diferentes itinerarios internacionales como el sur de Italia (Sicilia, Calabria, Basilicata y Puglia), Nueva York, Toscana, Escocia, Camboya, Nicaragua, o Jordania. Entre los viajes nacionales destacan el de la Vía de la Plata extremeña,



Alm



Plasencia, Navarra y el País Vasco, la comarca del Matarraña y Córdoba. Además, WOM también ofrece a sus clientes viajes sorpresa y a la carta.

Con respecto a la tipología del viaje, en estas fechas predominan los viajes de más de una semana, aproximadamente de un mínimo de nueve días y a destinos internacionales frente otras fechas, en los que fundamentalmente las destinatarias prefieren escapadas más cortas y a destinos nacionales. Aun así, Blasco apuesta por viajar en otros meses, “nos encantaría desestacionalizar nuestros viajes, ya que en temporada baja es cuando mejor se viaja, aunque todavía hay una mayoría de mujeres que tienen que cogerse las vacaciones en verano”.

La media de los viajes de verano ronda los 1.000-1.500 euros, vuelos no incluidos. En cuanto al precio, se diseñan los viajes con antelación para evitar reservas de última hora con mayores precios. Blasco ha señalado que lo que incrementa el coste del viaje es el billete de avión, ya que al no incluirlo corre a

cargo de la viajera y cuanto menos antelación haya, más caro será.

WOM también apuesta por los viajes temáticos que organiza actividades paralelas como yoga y deporte. Actualmente, cuentan con un itinerario de siete días a Asturias en el que las sesiones de yoga se intercalan con las excursiones y visitas. En palabras de Blasco, “nos gustaría reforzar con campañas específicas este tipo de viajes, ya que al dirigirse a un público muy concreto, es difícil llegar con las campañas genéricas que hacemos normalmente. Es uno de nuestros objetivos de futuro”.

Blasco invita a todas las mujeres a que conozcan WOM y no tengan miedo a experimentar el viajar sola pero en grupo. “Nosotras nos ponemos a vuestra disposición para que nos conozcáis, para tranquilizaros y daros toda la información que necesitéis antes de tomar la decisión. Pero os aseguramos que no os arrepentiréis. Es estupendo hacer amigas mientras una conoce mundo”. ●

**María Cano Rico**

**WOM es más que una agencia de viajes** ya que pretende ser una comunidad de viajeras que busca viajar de un modo distinto al turismo de masas predominante





**Gloria BELLIDO Zanin**  
Psicóloga

## Vacaciones todo el año

**H**ablar acerca de los beneficios de tomarse unas buenas vacaciones puede resultar una obviedad. Quién no sabe lo descansados que estamos cuando por fin no tenemos que madrugar, lo estupendo que es poder desayunar sin prisas delante de las páginas de un periódico o disfrutar de unas cuantas horas vacías tirados en una tumbona sin pensar en las obligaciones y los problemas que nos esperan a la vuelta.

En vacaciones descansamos más y mejor, estamos más relajados, podemos dedicarle más tiempo a las cosas que nos gustan y a cuidarnos, disfrutamos más de nuestra familia y nuestros amigos, nos sorprendemos y disfrutamos con cosas diferentes a las del día a día... y una larga lista de etcéteras.

Sin embargo, a veces, cuando estamos pasando nuestras vacaciones nos sorprendemos cuando nos damos cuenta de que no son todo lo maravillosas que nos habíamos imaginado mientras soñábamos despiertos con ellas.

Puede que el esperado viaje que tan bien habíamos planeado no se ajuste a nuestras expectativas, o que el tiempo que queríamos dedicarle a nuestra familia aumente significativamente las discusiones entre nosotros.

También puede ocurrir que, con tanto tiempo libre de golpe, las preocupaciones acerca de nuestra vida, tan bien ocultas por las obligaciones diarias, empiecen a emerger. O simplemente nos puede pasar que veamos el final de las vacaciones cada vez más cerca y nos abrume tanto que no seamos casi ni capaces de desconectar.

La mayoría de nosotros está acostumbrado a una vida rutinaria y organizada. Sabemos en

cada momento lo que va a ocurrir y lo que tenemos que hacer en mayor o menor medida. Las vacaciones son ese momento del año en el que esta estructura se va difuminando hasta llegar a perderse a veces por completo. Y por eso muchas veces, pueden empezar a surgir problemas que no esperábamos.

¿Quién no ha tenido nunca la sensación de que vive de fin de semana en fin de semana? Los días de lunes a viernes pasan por nosotros casi sin darnos cuenta, como si realmente la vida se estuviera pasando y no la estuviéramos viviendo como si fuéramos los protagonistas.

Los días rutinarios y las vacaciones parecen estar totalmente diferenciados en nuestra vida y durante los días entre semana solo vivimos esperando a que llegue el ansiado viernes. Si lo pensamos bien, es como si hubiera cinco días a la semana perdidos.

Puede que el truco esté en tratar de integrar esas dos partes de nuestras vidas. Quizás tengamos que intentar buscar un tiempo durante los días de trabajo para salirnos un poco de la rutina y planificar algo diferente, pasar más tiempo con nuestra familia o, simplemente, dejarnos unas horas vacías para pensar acerca de nuestra vida.

Y durante las vacaciones no estaría mal pensar en formas de mantener en parte una estructura o unos horarios y planificar actividades que no solo estén relacionadas con el ocio, sino también con proyectos personales significativos.

Puede que encontrar un equilibrio entre obligaciones y vacaciones haga que la sensación de estar “aguantando la rutina” para que lleguen los días de fiesta vaya disminuyendo y podamos disfrutar de la sensación de estar de vacaciones todo el año y no solo en verano. ●



## ESPAÑA Y NORUEGA COLABORAN FRENTE A LA VIOLENCIA DE GÉNERO

El Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades, en colaboración con la Oficina del Defensor de la Igualdad y contra la Discriminación Oficina de Noruega, organizó una jornada que, bajo el título 'Sumamos talento. Integración Laboral de Mujeres Víctimas de Violencia de Género: Intercambio de buenas prácticas España-Noruega', pretendía intercambiar experiencias en este campo entre los dos países organizadores, destacar los beneficios de la participación de las empresas en la integración laboral de las víctimas de la violencia de género y su papel en la sensibilización contra esta lacra social.

Este encuentro fue inaugurado por Rosa Urbón, directora general del Instituto de la Mujer, Blanca Hernández, delegada del Gobierno para la Violencia de Género, y Johan Vibe, embajador de Noruega en España. Además, contó con la participación de representantes de diversas empresas, en su mayor parte pertenecientes a la "Red de empresas por una sociedad libre de violencia de género", de los servicios públicos de empleo y con personas expertas en intermediación laboral y atención a víctimas de violencia de género de España y Noruega.

La Jornada 'Sumamos talento' se marca en el Programa de Igualdad de Género y Conciliación de la Vida Laboral y Familiar, cofinanciado con fondos del Espacio Económico Europeo (EEA Grants). ●



© FIFA.com

## COPA MUNDIAL FEMENINA DE LA FIFA CANADÁ 2015

El pasado 6 de junio fue la fecha elegida para dar el pitido de salida a la Copa Mundial Femenina de la FIFA Canadá 2015, la séptima edición del máximo torneo femenino a nivel selecciones del mundo.

El encuentro deportivo, que se prolongará hasta el próximo 5 de julio, se celebra de costa a costa en las seis ciudades anfitrionas: Vancouver (Columbia Británica), Edmonton (Alberta), Winnipeg (Manitoba), Ottawa (Ontario), Montreal (Quebec) y Moncton (Nuevo Brunswick).

Un total de 24 selecciones aspiran a levantar un trofeo de un encuentro presentado ante el mundo el pasado 4 de junio y en el que participaron Lydia Nsekera, presidenta de la

Comisión del Fútbol Femenino y de la Copa Mundial Femenina de la FIFA, y miembro del Comité Ejecutivo de la FIFA; Tatjana Haenni, subdirectora de la División de Competiciones y directora de Competiciones Femeninas de la FIFA; Victor Montagliani, presidente del Comité Organizador Nacional y presidente de la Asociación Canadiense de Fútbol; y Peter Montopoli, director Ejecutivo del Comité Organizador Nacional y secretario general de la Asociación Canadiense de Fútbol.

Para el evento se han designado a 22 árbitras, 7 árbitras de apoyo (una de ellas canadiense) y 44 árbitras asistentes de 49 países, seleccionadas especialmente por su personalidad y sus amplios conocimientos del fútbol, lo que les permite leer el partido y entender perfectamente los planteamientos tácticos de ambos contendientes en cada encuentro. ●

## ONU MUJERES Y VALENCIA CLUB DE FÚTBOL, UNIDOS POR LA IGUALDAD

El Valencia Club de Fútbol y ONU Mujeres han anunciado un acuerdo para promover la igualdad de género a nivel global. Se trata de la primera colaboración de esa entidad de Naciones Unidas con un equipo profesional de fútbol. Valencia Club de Fútbol incluirá el logo de ONU Mujeres en el uniforme para los partidos de la Liga de Campeones de Europa.

Además, como parte de la colaboración, a lo largo de los próximos cuatro años se llevarán a cabo partidos especiales y clínicas de fútbol en España, otros países de América y del mundo.

La directora ejecutiva de ONU Mujeres, Phumzile Mlambo-Ngcuka destacó, durante el evento, que los jugadores servirán de ejemplo para inspirar a los numerosos seguidores del equipo. "A través del fútbol queremos derribar estereotipos que asumen que las mujeres son menos capaces que los hombres y deberían estar apartadas del escrutinio público. A través de los deportes queremos enseñar que algunas de las lecciones más importantes de la vida son la igualdad, el trabajo en equipo, la resistencia y la justicia, y el fútbol es bueno para eso", señaló Mlambo-Ngcuka.

La nueva asociación forma parte de la campaña de ONU Mujeres, 'Él por Ella', que busca involucrar a los hombres como agentes de cambio en la causa de la igualdad de género. ●



ONU/Mark Garten



**LA ONCE PREMIA AL INSTITUTO VASCO DE LA MUJER**

El Instituto Vasco de la Mujer ha recibido uno de los Premios Solidarios ONCE Euskadi, que reconoce y premia a aquellas personas, entidades, instituciones o medios de comunicación que realizan una labor solidaria en su entorno de influencia, procurando la inclusión social de toda la ciudadanía, además de la normalización y la autonomía personal, la accesibilidad universal y la vida independiente. En concreto, el Instituto Vasco de la Mujer ha recibido el Premio en el apartado de Administración Pública porque “además de llevar más de 25 años impulsando políticas de igualdad, con el fin de lograr la igualdad real y efectiva de mujeres y hombres en todos los ámbitos de la vida política, cultural y social, aporta un valor añadido incidiendo y potenciando así mismo el papel igualitario de las personas con discapacidad”.

**NACE UN PROYECTO QUE FOMENTA EL EMPRENDIMIENTO FEMENINO**

A través de una subvención concedida por el Instituto de la Mujer, en el marco del Mecanismo Financiero del Espacio Económico Europeo, se ha creado ‘Mujeres Creando Empleo’, un proyecto de información, formación, asesoramiento y acompañamiento dirigido a mujeres que quieran aprender o consolidar una actividad empresarial y cuyas actividades se desarrollarán hasta el mes de octubre en diferentes lugares de la geografía española: Castilla y León, Castilla-La Mancha, Cataluña, Extremadura y Valencia. Fomentar el emprendimiento y la consolidación de proyectos empresariales de las mujeres, especialmente las mujeres del medio rural son los objetivos de esta iniciativa, para la cual se llevarán a cabo acciones en las que se posibilita el intercambio de experiencias emprendedoras, se promueve el interés por el mercado laboral, así como la sensibilización y motivación hacia el autoempleo. Se dotará a las mujeres de una formación en gestión empresarial encaminada al desarrollo de capacidades emprendedoras que les permitan poner en marcha y consolidar su idea de negocio en óptimas condiciones y está prevista la realización de cursos de Nuevas Tecnologías de la Información (TIC) y la creación de puntos de asesoramiento personalizado.

**10.000 EUROS PARA LA COORDINADORA DE ASOCIACIONES DE MUJERES DE NAVARRA**

El Instituto Navarro para la Familia e Igualdad subvencionará este año, con 10.000 euros, a la Coordinadora de Asociaciones de Mujeres y/o Feministas por la Igualdad de Navarra (COMFIN), con el fin de dinamizar la participación de las entidades que aglutina en actividades que promuevan el avance hacia la igualdad real entre mujeres y hombres. La directora gerente en funciones del Instituto, Teresa Nagore, y la presidenta de COMFIN, Ainhoa Aznarez, han suscrito recientemente un convenio de colaboración. Con la firma de este acuerdo, el Gobierno de Navarra también pretende consolidar el papel de COMFIN como representante de las asociaciones de mujeres existentes en la Comunidad Foral, realizar acciones formativas y coordinar las actuaciones entre todas las entidades que trabajan en este ámbito.

**MÁSTER SOBRE GÉNERO Y COMUNICACIÓN**

El Departamento de Medios, Comunicación y Cultura de la Facultad de Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB) ha creado un nuevo máster propio sobre Género y Comunicación que comenzará sus actividades el próximo mes de octubre y representa una clara apuesta por el cambio social. El máster está coordinado por las profesoras Juana Gallego e Isabel Muntané.

La UAB ha informado de que a pesar de que ya se imparten algunos cursos de postgrado o cursos de enseñanza superior generalistas, no existe ningún máster específico centrado en un asunto fundamental para entender la sociedad actual: la comunicación y su impacto para perpetuar, reproducir o cambiar los roles y estereotipos de género.

El máster está pensado para que periodistas, publicistas, graduados en comunicación audiovisual o en otras disciplinas afines puedan profundizar



en las cuestiones de género y todos los aspectos de la comunicación, ya sea en la prensa escrita, la radio, la televisión, los gabinetes de prensa, las agencias de publicidad o las industrias culturales, con un especial interés en la comunicación a través de Internet.



# INNOVACIÓN EDUCATIVA



# MODELO DE FORMACIÓN AONIA

Infografía: Antonio L. J. Trujillo



**Evaluación del Centro y de los Docentes**  
**Formación y transformación de prácticas**  
**Seguimiento y consolidación**





## Ma Ángeles TEJADA

Directora General de Public Affairs de Randstad y presidenta de Fidem

# ¿Y yo para qué sirvo?

Desde una óptica de marketing, la investigación es el camino para tomar decisiones, mejorar y naturalmente crecer. Supongo que así las empresas pueden influir para que acabemos comprando los productos y servicios que nos proponen. Pero más allá de esta consideración, creo que necesitamos recurrir a indicadores y referencias para afrontar con mejor garantía el futuro, me refiero al económico, que siempre acaba vinculado al empleo y al trabajo.

En un país con 46 millones y medio de personas, tener un 24,1% de paro es un lujo que estamos pagando y que no se va acabar a corto plazo. Llevamos 7 años buscando causas, pero además de las que todos sabemos -la inadecuada preparación de la gente, la falta de empresarios y la negación del trabajo femenino que subsiste en muchos ámbitos- tenemos algo más de luz en el tema.

Lo que se ha evidenciado en estos últimos años de la llamada crisis es que, como humanos, no estamos preparados para afrontar la incertidumbre. Esta complejidad del ser humano la explica muy bien el filósofo francés Edgar Morín a través de su obra, donde propone caminos que sin duda ayudan como el conocimiento útil, de identidad, de comprensión y de ética.

¿Les suena todo eso? A mí mucho, porque tiene que ver con las competencias básicas para enfrentarse a la vida y, cómo no, al trabajo.

Todos sabemos que la prosperidad a la que apuntamos está relacionada con la economía y con la actividad. Dicho en lenguaje básico, las cosas cuestan dinero y para ganarlo hay que trabajar, ¿nos entendemos?

Bien, pues tenemos una tasa de actividad de apenas un 54%, o sea, que descontando la gente que

está en edad de trabajar y no tiene empleo, resulta que 17 millones de trabajadores (2013) deben trabajar para 15 millones de gente pasiva (jubilados, niños, etc.). Parece que no cuadra, pues la Unión Europea nos pide para 2020 un 74%.

La influencia de mujeres en el mundo laboral ha pasado de un 38% a un 53,6% actual, muy meritorio, aunque insuficiente si tenemos en cuenta que ha decrecido el número de mujeres entre 25 y 54 años, de un 59% a un 52% (según la EPA). También más paro juvenil entre 16 y 20 años. Si analizamos sectores, el de servicios sigue creciendo, de todo ello deberíamos tener conocimiento y sacar conclusiones. Según un estudio reciente de la empresa Randstad, en los próximos años vamos a tener 3,5 millones de desempleados, pero con la paradoja de que habrá 1,9 millones de puestos de trabajo cualificados por cubrir porque la formación no es adecuada, por actitud o por movilidad.

Lo he dicho en otras ocasiones y lo mantengo, la competencia clave ahora se llama flexibilidad y adaptación. Debemos adaptarnos todas y todos al mundo actual y prepararnos para afrontarlo. No es casualidad que dentro de los perfiles más solicitados en el mundo laboral los más cotizados e insuficientes sean los tecnológicos, los comerciales y los que aporten valor.

La aspiración de todo ser humano deberá ser no aspirar a un empleo de por vida, porque ni la legislación, ni las normas ni la forma operativa del mercado, lo permite a la mayoría de empresas. Debemos aspirar a estar ocupados trabajando, pasar del “empleo por vida” a “la vida de empleos”. Obviamente la preparación, la determinación, el talento y especialmente la actitud son las que marcan tu futuro; éste parece ser el camino, y la suerte es que somos muchas mujeres y hombres dispuestos a hacerlo juntos, para llegar más lejos. ●

# “Trabajar en un entorno online tiene grandes ventajas”

Marta Mayol es manager de Atención al Cliente en Habitissimo. Se licenció en Filología Inglesa y, posteriormente, cursó un Posgrado en Gestión Comercial de Clientes y CRM. Se sumergió en el mundo laboral con un trabajo de larga duración en Spanair, donde tuvo la oportunidad de crecer profesionalmente hasta que hubo un ERE. Poco después llegó Habitissimo

**¿Cuál es su función dentro de Habitissimo?**

Soy Manager de Atención al Cliente Profesional de un gran equipo formado por 26 personas dedicadas a atender y acompañar a nuestros clientes de ocho países distintos.

Es un equipo humano muy rico y multicultural, con personas de distintas nacionalidades como Brasil, Italia, Argentina, Chile, Honduras, Cuba, Colombia y España.

**En sus inicios, llego a pensar que Habitissimo tendría la excelente acogida que tiene en la actualidad. ¿En qué año empezó a ser rentable?**

Quando entré en Habitissimo, éramos 8 o 9 personas en una pequeña oficina. Yo atendía a los clientes de España, y otra persona se encargaba de los de Italia, país que se acababa de lanzar. Habitissimo tenía entonces menos de un año de vida.

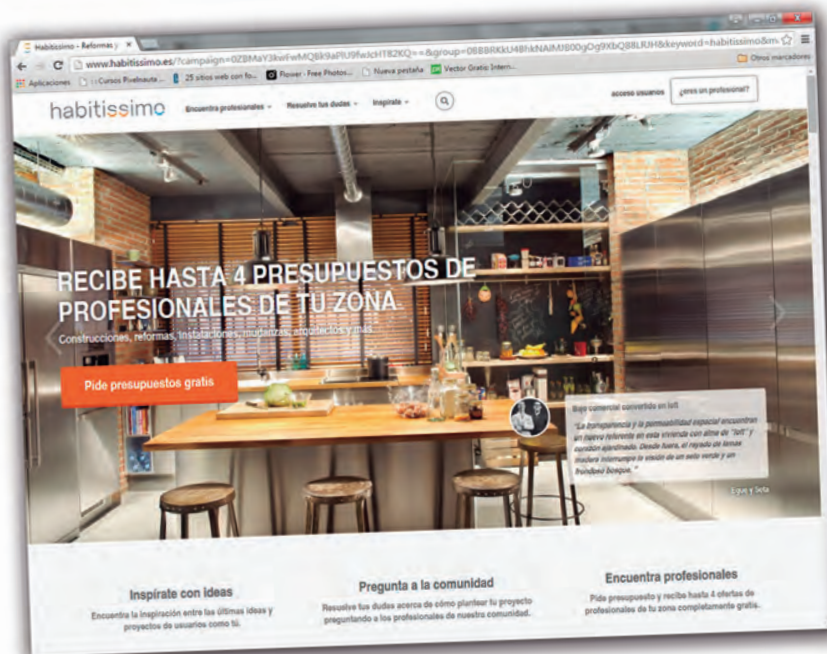
Y sí, creía que Habitissimo llegaría a mucho más, ya que se notaba la pasión de la Dirección por el proyecto, algo que contagiaban al equipo. Pero no imaginaba un crecimiento tan grande en tan poco tiempo.

**¿La gestión con los clientes en Habitissimo es totalmente virtual o, por el contrario, hay contacto presencial?**

El contacto no es presencial, pero tampoco virtual. Es muy real, atendemos a los clientes por teléfono, email y también a través de WhatsApp. Siempre estamos cerca.

Además, hemos empezado a ofrecer webinars para formar a nuestros clientes en el uso de la plataforma, y nos encanta poder hablar con ellos y responder a sus dudas en el chat, en directo.

También organizamos eventos para quedar con nuestros clientes en distintas ciudades. Y algunos clientes nos han venido a visitar a la oficina. La comunicación es continua y abierta, ya que el cliente es lo más importante para Habitissimo.





Marta Mañol, manager de Atención al Cliente en Habitissimo

**¿Cree que el desarrollo de las nuevas tecnologías ha favorecido el papel de la mujer en el plano empresarial?**

Creo que las nuevas tecnologías han favorecido el acceso a la información, a la formación, a todo lo necesario para continuar creciendo y aprendiendo, para cualquier empresa y para cualquier persona. Eso sí, hay que estar al día para no quedarse atrás.

**¿Qué ventajas le ofrece trabajar a través de Internet?**

Creo que trabajar en un entorno online tiene grandes ventajas, como por ejemplo el acceso a un mercado global, a la internacionalización del servicio que prestamos. Desde nuestra oficina en Mallorca, atendemos a clientes de 8 países, algo que difícilmente podríamos hacer sin Internet.

**¿Cuáles han sido los principales obstáculos con los que se ha encontrado a lo largo de su trayectoria?**

No recuerdo ningún obstáculo. Pasé por un ERE. Esa es una situación que puede parecer difícil con treinta y tantos años y dejando un trabajo en el que me sentía muy bien. Pero no lo considero un obstáculo, lo viví como una

oportunidad para cambiar de sector y seguir aprendiendo y creciendo.

**A nivel profesional, ¿qué proyectos tiene a corto y largo plazo?**

Seguir trabajando y aprendiendo para mejorar la experiencia de nuestros clientes, para que cada uno de ellos sienta que forma parte del equipo de Habitissimo.

Para concretar un poco más, mi objetivo es ofrecer una formación de calidad a cada nuevo o nueva profesional del sector de las reformas que decida empezar a trabajar con nosotros, con el objetivo de ayudarles a desenvolverse en un entorno online.

**Finalmente, ¿qué recomendaría a las lectoras de Mujer Emprendedora que se plantean crear una empresa a través de Internet?**

Que lo hagan, pero solo si están dispuestas a continuar aprendiendo cada día. Es un entorno en constante evolución, y hay que tener predisposición al cambio, creatividad, y no perder de vista la evolución del mercado. ●

**María Cano Rico**

**Las nuevas tecnologías han favorecido el acceso a la información,** a la formación, a todo lo necesario para continuar creciendo y aprendiendo para cualquier empresa y para cualquier persona

# “La ilusión y el trabajo son los pilares del éxito”

María Martínez Carrillo es la socia fundadora de +QRenting, la empresa líder de renting a nivel europeo. Más de veinte años de experiencia en el ámbito de la dirección comercial avalan su carrera profesional, conocida por los importantes acuerdos de colaboración que ha alcanzado entre fabricantes y proveedores y por la obtención de clientes de primer orden

## ¿Cómo surgió la idea de +QRenting?

El renting es un producto que a nivel de vehículos ha llegado a su grado de madurez. Es, realmente, desde el conocimiento y nuevas variaciones, el producto que ha surgido durante estos años por la flexibilidad que buscaba el cliente final. Esto unido a un buen control de costes en la gestión de la flota es lo que hace que hoy por hoy haya una gran variedad de productos de renting de vehículos dentro del mercado.

+QRenting, como compañía especializada en el producto de renting, ofrece a los clientes dentro del mercado los productos que más se ajustan a su necesidad para la gestión de su flota y con el fin de garantizarles control, calidad y ahorro de costes.

En relación al renting de bienes de equipos, la situación de estos últimos años ha llevado a las empresas a buscar nuevas fórmulas de financiación tanto para adquirir sus bienes, como para utilizarlo como herramienta comercial para los distribuidores. Por eso, desde +QRenting, ofrecemos soluciones de renting en todos los sectores: turismo, informático, salud, energía, alimentación, ocio.

## ¿Nos podría describir en qué consiste +QRenting? ¿Cuál es su objetivo y qué servicios ofrece?

+QRenting es el primer broker de renting a nivel europeo. Creado para ofrecer opciones de movilidad y reducción de gasto a nuestros clientes empezando desde cero, facilitando

el proceso de negociación y con un asesoramiento durante toda la vida del contrato. Somos una compañía multimarca de renting, gestión de flota, movilidad corporativa y renting de bienes de equipo. Y, como tal, ayudamos a nuestros clientes -fundamentalmente empresas, pero también particulares, profesionales e instituciones públicas- a gestionar su movilidad de un modo eficiente, fácil y sostenible.

De este modo, llevamos el ahorro, el control y la tranquilidad -principales atributos del renting- a su máxima expresión de una forma innovadora. Conocemos perfectamente las necesidades de nuestros clientes y sectores de actividad al menor coste. Desarrollamos soluciones y opciones de movilidad para clientes con las últimas tecnologías de gestión de flota. En +QRenting le preparamos la Car Policy que más se adapte a su negocio.

## ¿Cómo es su día a día en +QRenting?

Como en cualquier pyme que empieza hay dos acciones a realizar todos los días. Ponerse metas a corto plazo, para ir generando diferentes etapas en el proyecto; y vender, bien con visitas, o lanzando campañas con ofertas, atendiendo a clientes existentes, preparando presupuestos. Pero lo más esencial es ponerse diferentes metas cada día y realizarlas por muy simples que pensemos que sean.

## A qué cree que se debe el gran éxito de +QRenting? ¿Qué tipo de innovación ofrece?





María Martínez, socia fundadora de +QRENTING

Pienso que son palabras muy ambiciosas el hablar de éxito debido al poco tiempo que llevamos en el mercado.

Lo que sí es una realidad es que las empresas ven en +Qrenting una empresa diferente, ya que engloba los mejores productos que hay en el sector, por sus alianzas con sus partners

de primer nivel, lo que genera que el grado de satisfacción de los clientes sea muy alto. Todo ello unido a la implantación de sistemas adaptados a cada cliente supone un ahorro de tiempo-dinero.

Por otra parte, el valor añadido de +Qrenting es la proximidad comercial, la simplificación

de las conductas, las entregas personalizadas, un único interlocutor, la gestión de solicitudes on-line...

**¿Cuál es su balance a lo largo de estos años sobre el hecho de emprender? ¿Cree que es más fácil ahora que anteriormente?**

El emprender un negocio o una empresa nunca es fácil y más en la situación económica actual. Para ello, hay que buscar constantemente y saber ver las oportunidades que todos los días nos encontramos. Pero, por mi experiencia en base a los tres proyectos empresariales que he lanzado en mi vida, la clave es no dejarte influir por el entorno sino ir buscando tu pequeño nicho, donde tus clientes sepan valorar tu producto y puedan encontrar soluciones.

**¿Cuáles cree que son las claves para emprender un proyecto en la actualidad?**

Crear en él, ser pacientes, conocer el producto y que este tenga una calidad óptima, además de innovar todos los días.

**Desde que fundó +QRenting, ¿cuáles han sido los principales obstáculos que se ha encontrado en esta aventura empresarial?**

Los principales obstáculos: la competencia, hacer palpable el valor añadido que pueden encontrar los clientes al contratar a través de nosotros.

**¿Y qué destacaría como lo más gratificante?**

Lo más gratificante es cuando al cliente le



entregas su vehículo personalmente y de una forma personalizada le explicas como funcionará, la operativa a partir de ese momento. De este modo, tiene una cara de referencia que le acompañará durante todo el contrato. También es muy gratificante cuando un cliente sabe que tiene buenos productos pero no los está utilizando de una forma óptima y tú le das una solución, bien para mutualizar costes de fin de contrato o reducir los importes de sus cuotas. Por el miedo a la incertidumbre han contratado mucho renting flexible cuando el plazo medio de utilización son más de 24 meses y tú les ofreces un renting convencional a menor coste, lo cual optimiza su rentabilidad.

**+QRenting tiene un lugar destacado en el mercado europeo. ¿Qué diferencias y semejanzas encuentra entre el mercado español y el europeo?**

Una de las grandes diferencias entre el mercado europeo y el español es el tema del seguro. En la mayoría de los países utilizan seguro con franquicia, lo cual reduce mucho la siniestralidad de las empresas, al igual que el pagar por el coste real de utilización de la flota.

En España preferimos cerrar las cuotas durante todo el contrato, aunque luego haya

facturaciones de fin de contrato, tanto en kilómetros como en gastos finales, que impactan directamente sobre la cuenta de resultados y dan lugar a descuadres presupuestarios.

**¿Cuál es su próximo objetivo profesional?**

El próximo objetivo es la expansión de la compañía a nivel nacional.

**¿Cómo valoraría el desarrollo del papel de la mujer a lo largo de los últimos años?**

El desarrollo del papel de la mujer a lo largo de estos años ha sido muy positivo, ya que por ejemplo en el sector del renting de vehículos, que era un sector masculino, ya hay tres mujeres que lideran compañías de primer nivel.

**Finalmente, ¿qué recomendaría a las mujeres que se plantean la posibilidad de emprender?**

¡Que se animen! Creo que es una buena experiencia el empezar cualquier negocio y más si tienen claro un proyecto. En ese caso deben intentarlo. La ilusión y el trabajo son dos pilares que garantizan un alto porcentaje de éxito. ●


**Emprender un negocio nunca es fácil y más en la situación económica actual.**

Para ello, hay que buscar constantemente y saber ver las oportunidades que nos encontramos. La clave es no dejarte influir por el entorno

**María Cano Rico**

## MULTIMARKETING DE INFORMA

# LA HERRAMIENTA DEFINITIVA PARA HACER UNA BUENA ACCIÓN DE MARKETING



**CONSULTORÍA DE MARKETING**  
La más completa gama de soluciones de marketing de empresas, particulares y retail.

**EMAIL MARKETING**  
Más de 10,8 millones de registros en España, altamente cualificados de "permission marketing".

**INFORME ESTRATÉGICO**  
Infografía con toda la información clave para conocer a cualquier empresa.

**ESTUDIOS SECTORIALES DBK**  
La información sectorial que utilizan los expertos para conocer la evolución y perspectivas de los principales sectores españoles y portugueses.

**MARKETING INTELIGENTE**  
Market Insight (análisis predictivo de clientes potenciales); GRS; SABI y otras soluciones de alto valor añadido para búsqueda, análisis y segmentación.

**PROSPECTA**  
La marca líder en bases de datos de Marketing para todas las necesidades:  
- Prospecta Empresas  
- Prospecta Autónomos  
- Prospecta Ejecutivos  
- Prospecta Particulares

**BBDD MARKETING INTERNACIONAL**  
240 millones de empresas de todo el mundo.

**IRO, INFORME DE REPUTACIÓN ONLINE**  
La mejor y más económica forma de conocer lo que se habla de una empresa, marca o concepto en Internet y en Redes Sociales comparándolo con su competencia.

Multimarketing de **INFORMA** comienza con una Consultoría de Marketing gratuita, en la que estudiaremos su caso para poder ofrecerle el mejor servicio al mejor precio posible. Llámenos al **902 176 076** o entre en [www.informa.es/multimarketing](http://www.informa.es/multimarketing), y descubrirá todo lo que podemos hacer por usted.

Además solo por llamarnos le regalaremos esta fantástica herramienta\*

\*Promoción válida hasta fin de existencias (600 unidades).

www.**INFORMA**.es

# “Top Queens surge de una necesidad del mercado”

Johanna Manzanaro es la fundadora de Top Queens, una cadena de ropa cuyos productos tienen un precio único de 25 euros. Fundada en Alicante, la primera tienda se abrió en 2011 y, desde entonces, no ha parado de crecer

## ¿Podría describirnos cómo surgió Top Queens?

Top Queens surge de un sueño, una ilusión, una clara visión de una necesidad del mercado. Siempre he sido muy mala en matemáticas y desde siempre me ha apasionado la moda. Entonces, me planteé: ¿por qué no montar una firma que tenga la mejor calidad, lujo y tendencias de altos diseñadores a un precio único de 25 euros? Así nació Top Queens.

## ¿Qué objetivo tiene Top Queens y que productos ofrece?

Top Queens tiene un objetivo claro, ofrecer la mejor calidad dentro de los mejores productos a un precio único de 25 euros. Tenemos el objetivo de enamorar a todos nuestros clientes y créeme, ¡lo conseguimos! También queremos fidelizar a nuestros clientes y además tenemos el objetivo de ser los únicos y lo somos. Otro de nuestros propósitos es el de envolverte con nuestra magia.

## Su primera tienda se abrió hace poco menos de un año en el centro comercial Torre Golf y, desde entonces, no ha parado de crecer ¿A qué cree que se debe la gran acogida?

Nuestra primera tienda se abrió en el año 2011. Han pasado ya cuatro años y, actualmente, hemos abierto más de 30. Desde mi punto de vista se debe a no bajar la guardia en nuestra calidad, más bien todo lo contrario. Estamos siendo cada vez más exigente con las calidades, así como con nuestras ten-

dencias. Gracias a ello, estamos consiguiendo que Top Queens sea una necesidad y hasta un fenómeno.

## Actualmente, tienen abiertos más de 30 establecimientos ¿Dónde está presente?

Ya estamos en muchos sitios: Alicante, Toledo, Gijón, Vigo, Jaén, Sevilla, Figueras, Almendralejo, Badajoz, Alcuña, Palma de Mallorca, Burela, Palencia, etc.

## ¿Ha pensado en ampliar la red de Top Queens a otros países?

¡Si! Ya estamos en conversaciones con plazas para firmar en Portugal, Francia e Inglaterra. Además, tenemos peticiones para EE.UU. y Emiratos, pero queremos ir despacio. Nos gusta ser prudentes y preferimos parar cuando vemos que se nos puede escapar de nuestro control.

## ¿Qué estrategias comerciales lleva a cabo Top Queens?

Son varias y muy medidas.

## ¿Cuál es su próximo objetivo?

Seguir aumentando la satisfacción de nuestros clientes.

## Desde que fundó Top Queens, ¿cuáles han sido los principales obstáculos que se ha encontrado en esta aventura empresarial? ¿Y qué destacaría como lo más gratificante?

El obstáculo principal: la traición. Lo más gratificante: ver llorar de alegría a muchas familias que han firmado plaza con nosotros



**Somos muy exigentes con la calidad y las tendencias.**

Gracias a ello, estamos consiguiendo que Top Queens sea una necesidad y hasta un fenómeno

Johanna Manzanaro, Fundadora de TopQueens

para abrir tiendas de nuestra firma y han cambiado y mejorado su vida considerablemente.

**¿Cuáles cree que son las claves para emprender un proyecto en la actualidad?**

La ilusión, el respeto, no tener miedo, la perseverancia, el sacrificio, la prudencia, el equipo...

**Finalmente, ¿qué recomendaría a las mujeres que se plantean la posibilidad de emprender?**

Que cuando se levanten por la mañana tengan claro que vienen golpes, pero que no es más fuerte quien golpea más fuerte, sino quien más aguanta los golpes.

Que sean perseverantes y que no tiren la toalla. A todas ellas les mando un beso enorme y mi total reconocimiento. ●

**María Cano Rico**

Turismo  
de la Provincia  
DIPUTACION DE SEVILLA



# Formación en Habilidades Directivas

en la Provincia de Sevilla

Formación en Habilidades Directivas

en la Provincia de Sevilla



Andalucía

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



## Marta DÍAZ Barrera

Asesora de Talento

Fundadora y CEO de Talentoscopio

@MartaDzBarrera

@Talentoscopio\_

www.talentoscopio.com

# Tecnología, Mujeres y STEM

**H**ace pocas semanas, Telefónica I+D amadrinaba el lanzamiento de “Girls in Tech” en España, una comunidad internacional que busca potenciar la participación de las mujeres en el sector de las tecnologías de la información y la comunicación.

Decía la poetisa Emily Dickinson que ignoramos nuestra verdadera estatura hasta que nos ponemos de pie. Pues bien, la estatura de las mujeres en el sector TIC se calcula en aproximadamente 9.000 millones de euros al año solo en la Unión Europea. Así lo cree un Estudio de la Comisión Europea de finales de 2013, que asegura que si el número de mujeres en el sector digital alcanzase al de los hombres, el Producto Interior Bruto de la UE crecería en esa proporción.

Ciencias, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas (STEM en su acrónimo anglosajón) forman parte no del futuro, sino de nuestro presente, están esperando la llegada de talento femenino para incorporarlo a sus proyectos.

Porque para que las mujeres puedan comprobar su verdadera estatura es necesario abandonar el banquillo y entrar en escena como anima Sheryl Sandberg (COO de la red social Facebook). Es necesario superar una brecha de género que en el sector tecnológico está muy presente y que se traduce en cifras concretas: de cada 1.000 mujeres licenciadas en la UE, solo 29 lo están en TIC, mientras que el número de hombres es más de tres veces superior. Además, apenas 4 de cada 1.000 mujeres trabajan en este sector y su presencia en puestos directivos es infinitamente menor en comparación con los hombres (solo un 19% de las personas que trabajan en TIC tienen una jefa). A esto se suma el hecho de que en varios países de la UE, entre los que se incluye a España, el número de estudiantes matriculados en TIC se ha reducido un 40%, algo

incomprensible si tenemos en cuenta que las empresas demandan cada vez más perfiles con ‘eskills’ (competencias digitales).

¿Qué está ocurriendo? Sencillamente, que tenemos por delante una serie de frenos culturales y sociales. Desde un punto de vista cultural, nuestra sociedad sigue diferenciando entre actividades propias de chicos y actividades propias de chicas, lo que coarta a todas las que quieren salir de los patrones clásicos para dedicarse a programar, a diseñar robots o a hacer cálculos matemáticos. Desde un enfoque social, hay dos ideas que me gustaría compartir y que es importante resaltar. La primera es que las mujeres carecemos por lo general de referentes en muchos sectores económicos, no por que no hayan existido, sino porque en ocasiones se presentaba como incómodo incluir a determinadas mujeres que han sido parte importante de la Historia y se priorizaban otras figuras.

La segunda es que el sector tecnológico ha sido tradicionalmente considerado un sector de hombres. Cuando, en los años 90, empecé mi carrera en una multinacional de software americana para incorporarme a su recién creado departamento de marketing y comunicación, el equipo de España y Portugal estaba compuesto por muy pocas mujeres y, las que había, trabajaban como secretarías o se ocupaban de la atención telefónica o la recepción.

Estudios de la Universidad de Stanford y de la Fundación Kauffman han demostrado que la presencia de mujeres en Comités de Dirección de las empresas da como resultado hasta un 35% más de retorno y un 12% más de beneficios. Sin embargo, determinados perfiles masculinos siguen planteándose si la mujer está capacitada para tomar decisiones empresariales, para ejecutar ágilmente o para dirigir una negociación.

En el siglo XXI, las mujeres con nuestras competencias diferenciadas y saber-hacer, junto con la Tecnología, las Ciencias, la Ingeniería y las Matemáticas debemos unirnos para impulsar proyectos que generen Innovación. ●

# “Más del 80% de las consultas de QBaby son de las madres”

David Gil es Director General y Director Técnico en Qoolife. Tras completar su formación como Ingeniero Superior de Telecomunicación por la Universidad Politécnica de Madrid, realizó un Máster en Tecnologías de la Información en la Universidad de Stuttgart de Alemania y trabajó durante un año en Sony en I+D en procesamiento del habla. Posteriormente, cofundó Qoolife junto a otros profesionales.

## ¿Podría hablarme sobre la start up Qoolife?

Qoolife pretende poner la tecnología al servicio de la mejora de los cuidados de salud, la autogestión de la salud y la comunicación médico-paciente. Pretendemos liderar la revolución de la eHealth de la mano de los pacientes y los doctores más adelantados, que comprenden el potencial que tiene Internet para mejorar los servicios de salud y para llegar a los pacientes de una manera mucho más eficiente y eficaz. Qoolife ofrece servicios de salud directamente a los pacientes y sus familiares, principalmente servicios de consulta online y de seguimiento de salud en todas las especialidades. Detrás de Qoolife hay un equipo multidisciplinar de médicos, ingenieros, periodistas y otras especialidades que trabajan día a día para mejorar nuestros productos.

## ¿Cómo surgió el servicio de telepediatría de QBaby?

Desde el primer momento comprobamos que las madres y padres son la población más deseosa de probar servicios digitales de salud. Por un lado, los padres son mucho más susceptibles de aceptar servicios tecnológicos que personas más mayores, incluso muchos de ellos ya pertenecen a la generación de los nativos digitales. Prácticamente todos tienen hoy en día un smartphone o un tablet en la mano. Por otro lado, la salud y los cuidados de los recién nacidos y durante el embarazo son una de las preocupaciones principales de cualquier familia que está a punto de serlo. Los contenidos de salud y cuidados para el embarazo y el

recién nacido son los que más volumen tienen en todo el ámbito sanitario. Todo esto se hizo evidente con el arranque de los primeros servicios de consulta médica online en Qoolife. Las consultas de pediatría pronto superaron en número al resto de especialidades y la demanda no ha parado de crecer desde entonces.

De aquí que la decisión de lanzar al mercado productos especialmente orientados a las mamás futuras y recientes fuera una consecuencia directa de lo que nuestros usuarios nos vienen pidiendo. Es el caso de la telepediatría. Así nació en un primer momento QBaby, con vocación de aportar tranquilidad y comodidad a los padres primerizos, apostando por crear la figura del “pediatra personal online” que está disponible para resolver las dudas que cualquier padre primerizo tiene. Tras algunos meses de prueba y de experiencia con nuestros usuarios, decidimos lanzar QBaby Futura Mamá como extensión lógica del servicio durante el periodo de embarazo, acercándoles el apoyo de matronas online y especialistas ginecológicos.

## ¿Puede describirnos en qué consiste QBaby?

Qbaby propone un servicio de supervisión de la salud y el desarrollo del bebé online, a través del cual las madres podrán resolver cualquier duda de salud y cuidados del bebé. Cuenta con consejos, herramientas de seguimiento automáticas para asegurar que toda la información relevante llega a los padres y es recogida por estos y ofrece a los padres el ac-





ceso a un pediatra online personal de su elección, al que consultar cualquier duda. Qbaby ofrece tranquilidad y comodidad en la resolución de una parte importante de las dudas que cualquier madre o padre tiene habitualmente sobre la salud de su hijo, desde casa o desde el móvil, en cualquier momento.

### ¿Qué servicios ofrece?

QBaby, dirigido a madres y padres con bebés y niños, pone a su disposición la elección de un pediatra del cuadro médico de QBaby, consultas online con ese pediatra o con otros, consejos sobre la salud del bebé y seguimiento de la salud del bebé.

QBaby Futura Mamá, dirigido exclusivamente a embarazadas con el que reciben consejos sobre el embarazo semana a semana a cargo de

matronas del cuadro médico de QBaby durante los 9 meses de gestación y la posterior cuarentena, acceso a estas matronas para consulta online, acceder a una biblioteca de calculadoras prácticas para ti o tener una información precisa y detallada sobre todas las pruebas que debas hacerte en el transcurso de tu embarazo.

### ¿Cuál es el público objetivo de QBaby?

Por un lado están las mujeres embarazadas desde las primeras semanas de su embarazo hasta 40 días después del parto, que encuentran en QBaby Futura Mamá un servicio de seguimiento que les aporta cercanía y tranquilidad y acceso a las mejores matronas online.

Por otro lado, están las madres y padres de niños recién nacidos, que quieren disfrutar de las ventajas de un pediatra online. Especialmente, nos centramos en ser de utilidad para los

padres primerizos, porque son los que tienen más dudas cuya forma de resolución ideal es la online. Cuando se es padre o madre por primera vez, cada día surgen nuevas dudas sobre la salud y los cuidados del bebé. Muchas de estas cuestiones no son problemas graves que necesiten una visita al centro sanitario o a los servicios de urgencias, pero aun así generan inquietud y preocupación en los padres y exigen una respuesta lo más rápida posible.

### ¿Qué acogida está teniendo QBaby?

Los primeros usuarios están muy satisfechos con el servicio. Las consultas más habituales son, de hecho, las que esperábamos en un primer momento y que comentaba anteriormente.

En estos momentos estamos en plena fase de crecimiento y ampliación del mismo, por lo que introducimos mejoras, según indicaciones de nuestros usuarios, para conseguir que el producto les aporte todo el valor posible. También tenemos la suerte de contar en nuestro cuadro médico con profesionales sanitarios con una gran proyección y reputación online, famosos por la calidad de los contenidos que generan en la red.

Por otro lado, nos encontramos con que las principales barreras suponen la novedad del producto, que no es conocido aún por gran parte de las mamás embarazadas y cuyo formato todavía necesita ganar más visibilidad. Existen algunas madres que tienen la percepción de que QBaby es un sustituto de los servicios médicos tradicionales. Esto no es así, sino que QBaby pretende ser el complemento ideal online de un buen servicio médico presencial, bien sea este el pediatra público de atención primaria, o un servicio privado.

### ¿Qué estrategias comerciales han llevado a cabo para impulsar QBaby?

Nuestra estrategia comercial combina la presencia online con las acciones en el mundo offline. En cuanto a estrategias offline, QBaby ha firmado un acuerdo con el principal proveedor de canastillas para embarazadas y recién nacidos, por el cual en las próximas semanas QBaby estará disponible con ventajas especiales para prácticamente todas las mujeres que dan a luz en España.

También acudimos regularmente a ferias y eventos como las Ferias de Bebés y Mamás de Madrid (noviembre 2014) y Barcelona (abril 2015), ideales para presentar en persona nues-



David Gil, CEO de la startup Qoolife, creador de Qbaby

tros productos a madres y mujeres embarazadas; también asistimos regularmente a eventos especializados en eHealth y medicina digital. Y estamos trabajando la apertura de canales de distribución de QBaby como regalo ideal para una embarazada a punto de dar a luz por parte de familiares o amigos, para lo que hemos diseñado tarjetas de regalo para todos los bolsillos que se podrán adquirir en tiendas de puericultura, farmacias y grandes superficies.

En cuanto a presencia online, nuestro medio natural, mantenemos una estrategia mixta que combina presencia en redes sociales como Facebook y Twitter, publicamos regularmente contenidos de interés en espacios como el Blog de QBaby ([qbaby.qoolife.com/blog](http://qbaby.qoolife.com/blog)), mantenemos colaboraciones con otras páginas de contenidos y que ofrecen servicios complementarios a QBaby... En general tratamos de estar presentes allí donde estén las mamás y las embarazadas, ofreciendo contenidos de calidad e interesantes propuestas y descuentos.

### ¿Qué requisitos se han tenido en cuenta para elegir a los pediatras y matronas que forman parte del equipo de QBaby?

El cuadro médico de QBaby está abierto y en continuo crecimiento. En este momento contamos con el cuadro médico para consulta pediátrica online más amplio de España, y también contamos con los pediatras con más presencia y reputación online en castellano del momento, con algunos ejemplos notables como el Dr. Jesús Garrido, Dr. Manuel Fernández o Dr. Carlos Reyero. Intentamos, también, ofrecer a nuestros pacientes la mayor cobertura geográfica posible, para lo que buscamos a los mejores profesionales de cada ciudad. Aunque esto no es imprescindible, al tratarse de atención online. Pero no queremos quedarnos ahí: aspiramos a que el paciente pueda elegir a su pediatra de confianza para atención online a través de QBaby.

En cuanto a requisitos de acceso para los profesionales sanitarios, todos pasan por un control de verificación para comprobar que disponen de la titulación y los permisos necesarios para ejercer como son su título profesional, carnet de colegiado y seguros de responsabilidad.

### ¿Han pensado en ampliar la red de pediatras de QBaby a otras ciudades?

De momento los pediatras de QBaby están presentes en diferentes partes de la geografía

española como se puede ver en el cuadro médico a través de este mapa <https://qbaby.qoolife.com/cuadro-medico>. Estamos trabajando para ampliar el cuadro médico con pediatras de más ciudades españolas.

Aun así, hay que tener en cuenta que un servicio de pediatría online no tiene barreras geográficas y de hecho tenemos usuarios en diversas partes del mundo, bien porque se han desplazado y quieren mantener el contacto con su pediatra de confianza, bien porque pueden acceder desde zonas remotas o desde otros países a servicios de calidad de profesionales españoles.

### ¿Se han planteado extender esta red de pediatría fuera de España?

Sí, por supuesto. España es el país del servicio, pero hemos identificado algunos países en los que un servicio como este tendrá una buena acogida, como el norte de Europa, Latinoamérica y Estados Unidos.

Un servicio de pediatría online no tiene barreras geográficas y, de hecho, **tenemos usuarios en distintas partes del mundo**

En el caso concreto de los países latinoamericanos, como México, Colombia o Chile, las similitudes en cuanto a muchas características de los sistemas sanitarios y la ausencia de barrera idiomática los convierten en candidatos naturales a este crecimiento. Hemos detectado interés por parte de redes de pediatras de algunos de estos países y estamos trabajando activamente en esta dirección.

De hecho, parte de nuestros pacientes provienen ya de países latinoamericanos, desde donde disfrutan del acceso a los mejores pediatras españoles a través de QBaby.

### ¿Qué tipo de consultas suelen hacer las madres y los padres?

Las cuestiones más habituales son los trastornos del sueño, lactancia y cólicos, introducción de alimentos, los cuidados diarios, estado de ánimo de niños y padres y el correcto

desarrollo del niño o trastornos del mismo. Todas estas cuestiones resultan problemas acuciantes para un padre inexperto y, en la mayoría de los casos, se pueden resolver consultando con un profesional especializado a través de QBaby, con sencillez, rapidez y sin desplazamientos ni esperas.

### ¿Cree que en la actualidad los padres son más alarmistas respecto a la salud de sus hijos que en años anteriores?

Aunque hemos podido apreciar en los últimos años un enorme crecimiento en cuanto a búsquedas de salud en Internet, y entre ellas las búsquedas de temas relacionados con la salud y los cuidados infantiles destacan por su volumen, esta tendencia se aprecia también en muchos otros ámbitos. Esto no es más que una consecuencia de la progresiva implantación de la economía digital entre la ciudadanía. Los ciudadanos cada vez son más activos en cuanto a la búsqueda de información y cada vez están más empoderados en la toma de decisiones de salud y esto alcanza su cénit en el caso de la salud de los hijos.

Sí, es posible que la tendencia de la natalidad española, según la los hijos cada vez nacen en parejas más mayores, con el consiguiente aumento del salto generacional entre padres y abuelos, y la mayor proporción de primeros frente a familias numerosas, haga que el volumen de dudas relacionadas con la experiencia esté creciendo con respecto a épocas anteriores. Realmente no creo que haya un mayor alarmismo por parte de los padres, sino más bien un uso cada vez más adecuado de la información en la red para la toma de decisiones de salud. Están más informados, contrastan más esa información y no se conforman con una respuesta incompleta. En mi opinión esta es una muy buena señal.

### ¿Cuál es su ventaja competitiva con respecto a una consulta en persona?

Si comparamos las consultas online con las consultas tradicionales en centros sanitarios, vemos que las ventajas son muchas y significativas: el ahorro de costes y tiempo, la flexibilidad de horario y geográfica, la posibilidad de llevar a cabo una elección transparente del médico, y finalmente, el archivado automático de respuestas a la consulta, informes y otros datos relacionados en una carpeta de salud online para su posterior consulta. ●

María Cano Rico



ES INSPIRADORA



ES CONTAGIOSA



ES REVELADORA

LA ENERGÍA ES LO QUE TÚ  
HACES CON ELLA

EN ENDESA USAMOS LA NUESTRA INNOVANDO  
PARA HACERTE LA VIDA MÁS FÁCIL

ONE - INFOENERGÍA - MOVILIDAD ELÉCTRICA  
TELEGESTIÓN - CIUDADES INTELIGENTES

CREEMOS EN LA ENERGÍA DE ESTE PAÍS



endesa.com



**CONOCE A...**

# Aitana Vargas, la periodista hispana más reconocida en EE.UU.

Nacida en Madrid, Aitana Vargas llegó a Estados Unidos a los 18 años con una beca de tenis. Es licenciada en astrofísica por Berry College y graduada en periodismo por la Universidad de Columbia de Nueva York y por la Universidad de Staffordshire del Reino Unido



Vargas se sumergió en el periodismo en el año 2001 cuando comenzó a presentar un programa de televisión local dirigido a la comunidad latina de Georgia. Posteriormente, continuó su formación y realizó prácticas en CNN International y en varios departamentos de la BBC en las ciudades de Manchester y Londres. Más adelante, trabajó como copresentadora de un programa sobre ciencia y tecnología emitido en Radio Nacional de España en Canarias.

Además, también ha formado parte del Departamento de Comunicación de la NASA/ESA Hubble Space Telescope en Múnich, desempeñando un papel clave en la creación y el lanzamiento del Hubblecast, un proyecto audiovisual cuyo fin es informar al público general sobre los descubrimientos científicos que se realizan con el telescopio Hubble.

En la actualidad, colabora con diferentes medios de comunicación como la agencia Efe, 20minutos, el LA Times, Narratively, Hoy Los Ángeles, Hoy Deportes y comenta partidos de tenis en DirecTV Sports Latin America.

La trayectoria profesional de Vargas ha sido reconocida con numerosos premios como el Premio Internacional de Periodismo de Investigación Ana María Agüero Melnyczuk o el Premio McAllister de Ciencias Físicas. Además, ya es una de las protagonistas de los premios del Club de la Prensa de Los Ángeles, ya que este año ha recibido cuatro nominaciones y el año pasado recibió siete, convirtiéndose en la periodista hispana más nominada en el histórico certamen que reúne a los mejores escritos del gremio estadounidense e hispano. ●

# Iciar Bollain, honoraria en el ranking de las Top 100

La directora y actriz Iciar Bollain ha sido nombrada recientemente, junto a otras diez mujeres de gran reconocimiento, como honoraria en el ranking de las Top 100 tras mantener durante tres años consecutivos en el ranking. Este reconocimiento premia la trayectoria de un centenar de mujeres, consideradas las más influyentes de nuestro país.

La cineasta siempre se ha caracterizado por su lucha en la consecución de una mayor igualdad en el ámbito cinematográfico. En 2006 cofundó CIMA (Asociación de mujeres cineastas y de medios audiovisuales) y, desde entonces, es miembro de su Junta Directiva. Iciar debutó como actriz a los 15 años con en 'El sur' con Víctor Erice y, desde entonces, inició una larga trayectoria como actriz en la que ha trabajado con grandes directores como Víctor Erice, José Luis Borau y Ken Loach. 'Las dos orillas', 'Al acecho', 'Mientras haya luz', 'Malaventura', 'Venecias', 'El mejor de los tiempos', 'Doblones de a ocho', 'Un paraguas para tres', 'Tierra y libertad', 'El techo del mundo', 'Menos de cero', 'Niño nadie', 'Subjuzice', 'Leo', 'Nos miran', 'La noche del hermano' y 'Rabia' son algunas de las películas en las que ha trabajado.



En 1995 se sumergió en la realización cinematográfica con 'Hola, ¿estás sola?'. Desde entonces, ha hecho grandes películas que han sido internacionalmente reconocidas como 'Flores de otro mundo' que obtuvo el premio a la Mejor Película de la Semana de la Crítica

en el Festival de Cannes y 'Te doy mis ojos' que se alzó con el Goya a la Mejor Película en los Premios de la Academia del Cine. 'Mataharis', 'También la lluvia' y 'Katmandú, un espejo en el cielo' completan su filmografía como directora.

A lo largo de su trayectoria ha recibido diversos reconocimientos como el de Mejor Actriz Española de 1992 por la revista Cartelera Turia o el Premio Ojo Crítico II Milenio de Radio Nacional de España de 1993. También ha recibido el premio 'Ciudad de Cuenca' a su trayectoria en el II Festival de Cine 'Mujeres en Dirección' de la capital conense.

Iciar es miembro de la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España y ha realizado diversos cortometrajes, documentales y videos musicales. Además, se ha sumergido en el ámbito literario con la obra 'Ken Loach, un observador solidario'. ●

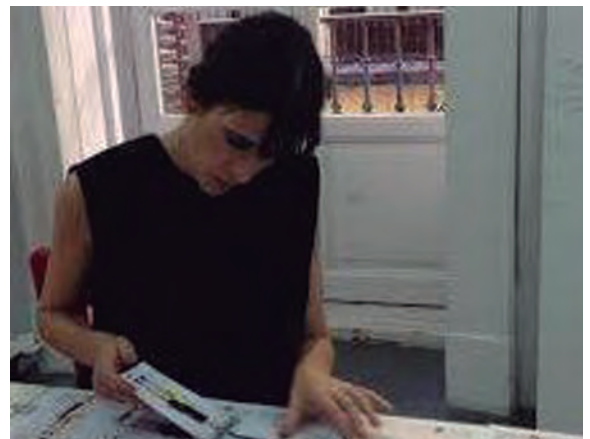
# Amaya Arzuaga fusiona el emprendimiento y el diseño

Amaya Arzuaga es una diseñadora de moda española de gran prestigio internacional. Nacida en Burgos, finalizó sus Estudios Superiores de Diseño de Moda en la Universidad Politécnica de Madrid en 1992 y se incorporó como diseñadora a la empresa familiar Elipse. Tan solo dos años más tarde, creó su propia empresa.

Desde en 1997, presenta sus colecciones en la Semana de la Moda de Londres, pero ha hecho algunos trabajos en España de gran reconocimiento como el vestuario de la película 'Carne trémula', de Pedro Almodóvar. También ha colaborado en el espectáculo 'Pasión Gitana' del bailarín Joaquín Cortes.

A lo largo de su trayectoria, Arzuaga ha obtenido diversos premios como el de Empresaria joven de Expansión, Arte de Vivir, Primer Premio Cibeles, la Medalla de oro al mérito en las Bellas Artes, el Premio Diseñadora del Año, la Medalla de Oro al Mérito de las Bellas Artes o el Premio Nacional de Diseño de Moda.

Arzuaga tiene más de 200 puntos de venta en España. ●



# Dale vida a tu melena

La Asociación Española de Posticiería colabora con la Asociación Española Contra el Cáncer donando pelucas de cabello natural que realizan con el cabello que, a su vez, donan personas de toda España. Para ello, han creado una red de peluquerías solidarias que divulgan la iniciativa entre sus clientas.

Mujerempresadora ha tenido la oportunidad de entrevistar a María Rosa López Requena, presidenta de la Asociación Española de Posticiería, y precursora de esta iniciativa.

## ¿Podría hablarnos de su trayectoria académica y profesional?

Siempre digo que mi trayectoria profesional empezó a los 13 años, no porque empezara a trabajar a esa edad -en España tenemos más suerte que en otros lugares del mundo-, sino porque me sorprendió una incipiente alopecia. Entonces no se conocían las soluciones capilares que existen en la actualidad y comencé a pensar que otras mujeres en el mundo se encontrarían en la misma situación que yo. Cuando cumplí la mayoría de edad comencé a viajar y descubrir un arte milenario en pleno auge: la posticiería.

Me instalé en Londres, donde conseguí la titulación como fabricante de pelucas en el C.G.L.I. (City&Guilds wig-making certificate), la cualificación más alta en el sector según el Instituto de Tricología del Reino Unido. Entonces creé la empresa Tricho Alopecia Solutions y me dio la oportunidad de comprobar la cantidad de demanda de prótesis capilares que recibía. Aquí surgió la idea, en 1998, de crear una Escuela de Posticiería con el objetivo de enseñar cómo crear dichas prótesis. En ese momento éramos uno de los pocos lugares en el mundo y, por ello, personas de muy distintos países se desplazaban, y aún lo hacen, hasta Londres para recibir esta formación.

También soy miembro de National Hairdressers' Federation y de Habia (Hair and Beauty Industry Authority), acreditada en 17 diferentes técnicas en el sector, titulada en belleza ITEC (International Therapy Examination Council) y graduada en Anatomía y Patología.

## ¿Cuándo surgió la Asociación Española de Posticiería y con qué objetivo?

Una vez consolidada la Escuela en el Reino Unido, decidí compartir todo lo aprendido en mi país y me pareció lo más adecuado hacerlo desde una entidad sin ánimo de lucro, con el objetivo de impulsar esta industria y agrupar a sus profesionales para ampliar sus conocimientos con información puntera del Reino Unido, Suiza, Italia e Israel. La sede está en Murcia, como homenaje a mi ciudad natal.

## ¿Qué servicios ofrece la Asociación Española de Posticiería?

La Asociación Española de Posticiería tiene tres campos de actuación bien definidos: asesoramiento, dirigido a socios profesionales del sector; educativa, ya que impartimos cursos especializados; y solidaria, realizamos pelucas con cabellos donados destinado a la Asociación Española Contra el Cáncer.

## Actualmente, la Asociación Española de Posticiería colabora con la Asociación Española Contra el Cáncer. ¿Podría explicarnos en qué consiste dicha colaboración y quién es el precursor de este acuerdo de colaboración?

La colaboración con la Asociación Española Contra el Cáncer consiste en promover conjuntamente la donación de cabello y fabricar con estas, pelucas de cabello natural que posteriormente, la AECC se encarga de entregar, sin coste alguno, a mujeres de recursos económicos limitados que están superando esta enfermedad. Las pelucas se realizan de forma altruista por miembros de la Asociación, aunque cada pieza de estas características tiene un valor en el mercado que oscila entre los 1.500 y los 2.000 euros. La idea surgió de la inquietud por ayudar a mujeres que atraviesan un momento muy difícil en sus vidas y que, además, tienen que lidiar con la pérdida de su cabello, uno de los símbolos de femineidad por excelencia. La peluca en estos casos aporta normalidad y evita comentarios y miradas que a muchas mujeres en estas circunstancias les incomodan. Nos conmocionan comentarios de muchas mujeres en estas circunstancias que aseguran sentirse peor por la pérdida de su pelo que por la enfermedad en sí. Entonces pensamos que el pelo que se corta en las peluquerías, en vez de ir a parar a la basura, se podía emplear en hacer pelucas. Se lo contamos a la AECC y les encantó la idea y así empezó esta cadena solidaria.

## A raíz de este acuerdo de colaboración ha surgido una red de peluquerías solidarias. ¿Cuántas forman esta red?

Esta iniciativa sólo es posible gracias al cabello que personas solidarias nos hacen llegar. Por ello, la colaboración de las peluquerías es fundamental. Les pedimos que lo difundan



Rosa López Requena, presidenta de la Asociación Española de Posticiería

entre sus clientas, y si alguien decide desprenderse de su melena, nos la hagan llegar. Está el caso de la Peluquería Conver en Murcia y Peluquería Richi en Mondragón (Guipúzcoa), que realizan el corte gratuito cuando se trata de una donación y les estamos muy agradecidas por su implicación, pero no pedimos eso porque entendemos que cada peluquería tiene sus necesidades particulares. Ahora mismo

contamos con el apoyo de cerca de 30 peluquerías en distintas ciudades españolas.

**¿Qué acogida tiene esta iniciativa entre los particulares?**

No nos deja de sorprender la solidaridad de las mujeres. ¡Y va en ascenso! En el año que llevamos con esta iniciativa es raro el día que no recibimos una consulta vía correo electró-



nico de interesadas en colaborar y casi todas las semanas encontramos en nuestro buzón una coleta o trenza con el remite de distintas ciudades españolas.

**¿Podría hablarme de las pelucas que realizáis? ¿Cómo se elaboran y cuál es el recorrido desde que se recibe el pelo hasta que se le da la peluca a la receptora?**

Para realizar una peluca de media melena necesitamos 10 coletas de 30 cm. de largo y se precisan entre 50 y 70 horas para realizarla. El proceso de realización de una peluca es muy laborioso y delicado. En primer lugar, se selecciona la base de acuerdo a las necesidades del cliente y se escoge el cabello con la misma textura y color. Se monta la base en una cabeza de canvas o látex y con una aguja especial, similar a la de pescar pero más fina, se empieza a crear el pelo de la nuca hasta arriba. Se pueden usar hasta cinco diferentes clases de nudo. Una vez terminada se aplica el color y se lava, acondiciona y seca. Existen 4 métodos de sujeción que se utilizan dependiendo de la cantidad de pelo del cliente: pegamento médico, celo de doble cara, clips, anclas de metal. Para las receptoras de la AECC hemos desarrollado una base única en España. Se trata de pelucas sin pegamento, donde la línea frontal queda visible y por detrás se recomienda llevar una peineta o dos clips. En los casos que no hay nada de cabello es necesario usar celo de doble cara. Una vez terminada la entregamos a la AECC, que la asigna priorizando las necesidades de las pacientes. Siempre recomendamos que acudan a un peluquero especializado en pelucas para realizar el corte sobre la cabeza de la receptora.

**Desde que nació esta iniciativa ¿cuántas personas se han beneficiado de propuesta?**

En un año hemos entregado 5 pelucas de alta calidad a la AECC en Murcia. Ellos son los encargados de filtrar las necesidades de las pacientes teniendo en cuenta sus recursos económicos. Las receptoras, a su vez, se comprometen a devolver la peluca cuando ya no la necesiten para que, tras los cuidados pertinentes, otra persona pueda utilizarla de nuevo. Por ello, nunca se para la cadena solidaria.



**¿La oferta y demanda de pelo se ha visto incrementada a lo largo de los últimos años?**

¡Sin duda! La industria del cabello mueve grandes cantidades de dinero a nivel mundial y, desde luego, es un sector en auge. Las pri-

meras pelucas datan de la civilización egipcia y, desde entonces, siempre han estado presente, pero desde principios del siglo XXI, sobre todo gracias a las extensiones capilares, vive su gran apogeo.

**¿De dónde reciben más pelo, de particulares o de peluquerías?**

De particulares, aunque ellos también han tenido que ir a una peluquería. Por lo general, acuden a su peluquería habitual, ya que aún no tenemos peluquerías solidarias en todos los municipios. Estamos trabajando en ello. Poco a poco iremos creciendo.

**¿Qué tiene que hacer una persona para donar pelo?**

Para que el cabello donado sirva en la realización de una peluca debe tener un mínimo de 30 cm. de largo. No importa que esté teñido, con mechas o con canas. La mayoría de pelucas al final hay que teñirlas, ya que el pelo donado tiene distintas tonalidades y debemos darle uniformidad.

Para donarlo debe lavar el cabello con champú y acondicionador. Hacer una cola o trenza y sujetarla con una goma. Cortar el cabello justo por encima de la goma. Si lo sujeta también en la parte final de la coleta o trenza es mucho mejor porque no se pierde ningún cabello. Cuando esté seco, le rogamos que se coloque en una bolsa de plástico, lo introduzca en un sobre resistente y nos lo envíen por Correos a nuestra sede que se encuentra en la siguiente dirección: Calle Sagasta, 19. 2ºA, 30004 Murcia.

**¿Reciben algún tipo de subvención para llevar a cabo la elaboración de las pelucas?**

Hasta el momento no. Es una apuesta personal en la que colaboran varios socios, pero estamos abiertos a cualquier idea para tener más recursos y ser más útiles.

**¿Han planteado alguna técnica de promoción para hacer más visible esta iniciativa?**

Nos encantaría, pero disponemos de un presupuesto muy ajustado y la filosofía de la Asociación es emplearlo en la realización de las pelucas solidarias. La AECC también colabora en la difusión y hay empresas como la Agencia de Eventos Noved y el Centro Comercial La Zenia (Torrevieja) que nos ayudan promoviendo la donación de cabello en algunos de los actos que organizan. También difundimos nuestra labor a través de medios de comunicación y redes sociales para que cada vez llegue a mayor número de ciudadanos y, así, la cadena solidaria sea cada vez mayor. ●

**María Cano Rico**





Asóciate



## Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos de Andalucía

Almería  
Ctra. De Ronda, 181 – local bajo  
04005 Almería  
Tel.: 950 239 291 - Fax: 950 231 087  
almeria@upta-andalucia.org

Cádiz  
C/ Chapinería, 3.  
Edificio El Carmen – Local 108  
11403 Jerez de la Frontera (Cádiz)  
Tel. y Fax: 956 342 567  
jerez@upta-andalucia.org

Córdoba  
C/ Alhaken II, 20 bajo  
14008 Córdoba  
Tel.: 957 296 652 - Fax: 957 236 495

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

Huelva  
C/ Mackay Macdonald, 7 local  
21004 Huelva  
Tel. y fax: 959 254 401  
uptahuelva@upta-andalucia.org

Jaén  
Avda. de Granada, 37 local  
29001 Jaén  
Tel.: 953 230 812 - Fax: 953 239 906  
jaen@upta-andalucia.org

Málaga  
Ferrocarril del Puerto 6  
Local F1  
29002 Málaga  
Tel. 952 214 961  
Fax: 952 327 369  
malaga@upta-andalucia.org

Sevilla  
Virgen del Valle  
51-53 local  
41011 Sevilla  
Tel. 954 540 006  
902 404 104  
Fax: 954 542 031  
uptaemprende@upta-andalucia.org  
proyectos@upta-andalucia.org

# Nombramientos, galardones Y RECONOCIMIENTOS

### MARIE FRANCOISE ROY

El comité ejecutivo de la Unión Matemática Internacional (IMU) ha decidido crear el comité 'Mujeres en Matemáticas' (CWM), un organismo que responderá a las dificultades que a lo largo de la historia han tenido estas profesionales para realizar su labor en esta disciplina científica.

La matemática Marie Françoise Roy será la presidenta del comité, un nombramiento que se extenderá hasta 2018.

La trayectoria de Marie ha sido reconocida recientemente con el grado de Doctor Honoris Causa de la Universidad de Cantabria. Es profesora emérita de la Universidad de Rennes I (Francia) y ha centrado su investigación académica en el ámbito de la geometría algebraica real computacional.

La Unión Matemática Internacional (IMU), fundada en 1920, es una Organización Internacional no gubernamental cuyo propósito es fomentar la cooperación internacional en Matemática. ●



### MARIANA PAJÓN

La ciclista olímpica colombiana y reina mundial del BMX, Mariana Pajón, ha sido designada Campeona de la Paz y el Desarrollo Sostenible del PNUD en Colombia, bajo la modalidad de UNDP Champion. La ciclista recibió el acta de nombramiento de manos del coordinador residente y humanitario de las Naciones Unidas en Colombia, Fabrizio Hochschild y del director del PNUD, Arnaud Peral.

Ambos funcionarios destacaron el espíritu de solidaridad, las iniciativas en favor de las personas que más lo necesitan y la disposición de la joven de 23 años de ayudar a las personas con pensamientos y acciones que reflejan el espíritu de las Naciones Unidas.

Pajón trabajará de la mano de Santiago Cruz, Embajador de Buena Voluntad del PNUD para la Superación de la Pobreza y los Objetivos de Desarrollo del Milenio. ●

### PILAR GONZÁLEZ DE FRUTOS

UNESPA ha celebrado las elecciones para renovar sus máximos órganos de gobierno. En la Asamblea General Ordinaria concurría una candidatura única que ha sido avalada por 76 entidades.

La votación tenía por objeto elegir al presidente, a los 18 vocales del Comité Ejecutivo y a los 33 integrantes del Consejo Directivo con el fin de iniciar un nuevo mandato de cuatro años en el seno de la Asociación Empresarial del Seguro.



La segoviana Pilar González de Frutos ha sido ratificada como presidenta de UNESPA e inicia, de esta forma, su cuarto mandato. González de Frutos es licenciada en Derecho por la Universidad Autónoma de Madrid (UAM) e inspectora de seguros del Estado.

A lo largo de su trayectoria profesional ha sido directora de operaciones del Consorcio de Compensación de Seguros (1988-1997), directora general de Seguros (1997-2002) y, desde 2003, ocupa el puesto de presidenta de UNESPA. ●

## TERESA MADARIAGA

El Consejo de Administración de Ingeteam ha nombrado por unanimidad a Teresa Madariaga como nueva presidenta de la entidad. El cargo lo ocupaba anteriormente Javier Madariaga, uno de los fundadores de la empresa que, junto con Bittor Mendiguren, concluyen su función tras 43 años de labor profesional en la compañía.

Madariaga es miembro del Consejo de Administración desde mayo de 2014. Licenciada en Administración de Empresas y diplomada en Ciencias Actuariales por la Universidad del País Vasco con titulación post-graduada en Economía Aplicada por la Universidad Católica de Lovaina (Bélgica), Madariaga ha desarrollado su actividad profesional como experta actuarial en los mercados de Estados Unidos, Reino Unido y España. ●



## MARTA GUTIÉRREZ

Marta Gutiérrez será la nueva consejera delegada para España y LATAM de SrBurns. Con este nombramiento, la agencia comienza así una nueva etapa en la que su primer paso será convertirse en una referencia en el 360 digital, donde la creación de experiencias y contenidos, junto a la sinergias entre el mundo online y offline, serán su objetivo.



Desde su nuevo cargo, Marta liderará las dos oficinas de SrBurns en Madrid y Lima, a las que este año se sumará una nueva apertura.

Gutiérrez, que cuenta con una trayectoria profesional de 20 años, proviene de Shackleton, agencia de publicidad española, donde se encargaba de la dirección general, además de una intensa actividad en la captación de nuevo negocio y en la gestión de grandes cuentas como Vodafone, Grupo Prisa, FCC, Securitas Direct, BBVA y Abanca, entre otras.

Licenciada en Publicidad y RR.PP., a lo que añade una diplomatura en Ciencias Políticas y un Curso Superior en Marketing Directo por ESIC, comenzó su carrera profesional en Contrapunto, agencia en la que trabajó durante siete años. ●

## MÓNICA CUATRECASES

Haier Iberica ha elegido a Mónica Cuatrecases como nueva Responsable de Marketing de su Gama Blanca. Con este nombramiento, la compañía pretende reforzar la imagen de la marca como un referente en innovación y diseño para el mercado español.

Con más de 18 años de trayectoria profesional en diversos sectores y con una sólida experiencia en comunicación y marketing, Mónica se ocupará de ampliar la gama blanca de la marca con nuevas líneas de producto. Tras su paso por la empresa textil Bandalux, la nueva responsable vuelve a un sector que conoce en profundidad tras ocho años en el seno de Whirlpool Iberia.

Licenciada en Administración de Empresas y con un Máster en Dirección de Marketing por EADA, Mónica sustituye a Rosa Zaragoza en el puesto de Responsable de Marketing de Línea Blanca de Haier.

“Estoy entusiasmada de entrar a formar parte del equipo de Haier, la marca número uno mundial en grandes electrodomésticos, en un momento en que la compañía sigue creciendo y consolidándose en el mercado europeo. Los electrodomésticos Haier incorporan un diseño de vanguardia y mejoran y simplifican la vida día a día, con constantes esfuerzos en innovación para satisfacer las necesidades de un consumidor cada vez más exigente”, ha señalado Mónica. ●





ORGANIZACION TECNOLOGICA Y SERVICIOS, S.L.

## MOBILIARIO DE OFICINA



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

Parsi 11- nave 12-13  
41016 - SEVILLA

Tef.: 954 511 922 Fax.: 954 260 620  
web: [www.otssl.net](http://www.otssl.net)

email: [info@otssl.net](mailto:info@otssl.net) / [otssl@otssl.net](mailto:otssl@otssl.net)



Toc Toc  
**Inma SÁNCHEZ**  
 Periodista

## Diferencias entre estar y ESTAR

**E**n el número de mayo de la revista Agenda de la Empresa, en uno de sus temas centrales, tratamos la importancia de estar en las redes sociales. Pero no es lo mismo estar que ESTAR. Me explico. Puede parecer que rellenar un timeline de Twitter con informaciones que se actualizan cada cierto tiempo, o hacer lo mismo en Facebook, por citar dos de las redes más utilizadas hoy día, es estar en las redes sociales. Para ESTAR realmente, la comunicación debe de ser bidireccional, porque para eso es una conversación, no un monólogo.

En este nuevo modelo de información-comunicación que estamos viviendo, calidad y cantidad van de la mano, e igual de importante es informar que interactuar. Os pongo un ejemplo. A mí me encanta leer y, a través de una aplicación para la lectura conocida como Goodreads, actualizo mi timeline con cómo voy avanzando en los libros.

Entre los últimos que me he leído, dos de ellos eran escritores españoles, con perfiles en Twitter. Imaginaos mi sorpresa cuando ambos decidieron interactuar conmigo agradeciéndome la lectura y marcando como favoritos mis estados. He de reconocer que, en esos momentos, me sentí importante.

Y eso es lo que hoy día tienen que conseguir las redes sociales. Hacer que los que están al otro lado de la pantalla se sientan parte de la información y de la compañía. Que sepan que si preguntan serán respondidos. Que si tienen alguna duda, ésta pueda ser resuelta. Y sobre todo, que si tienen alguna queja, sea solucionada en la medida de lo posible.

En definitiva, y como dijo Trey Pennington, destacado social media, “Las empresas que entienden el Social Media son las que dicen con su mensaje: te veo, te escucho y me importas”. ●

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

**TODA LA INFORMACIÓN  
 QUE NECESITAS  
 INFORMACIÓN EMPRESARIAL  
 Y ECONÓMICA MINUTO  
 A MINUTO**

 **informaria**





# ITALICA

FESTIVAL INTERNACIONAL DE DANZA 2015



COMUNIDAD  
CARRERAS





## La vida es una verbena

Lucía Be

Lucía Be, considerada por la prensa de moda como una de las blogueras más influyentes del momento, publica su primer libro, 'La vida es una verbena'. Una obra repleta de dibujos inspiradores y consejos de estilo para chicas románticas de espíritu victoriano que nacieron por error en el siglo XXI. Lucía Be se fue hace unos años a vivir a un pueblo

perdido. Entre libros de Jane Austen y copas de vino, se dio cuenta de que en realidad no hace falta ser tan cool, que la vida Pinterest no existe, que la felicidad está en un vestido bonito y que esos días en que una se levanta con cara de col de Bruselas siempre tienen remedio. Un libro repleto de divertidos consejos y bonitos dibujos que ofrece consejos de estilo, belleza, modales, amor, vida moderna y felicidad. En definitiva, de esas cosas que hacen que la vida sea una verbena. ●



## B\* a la moda

Belén Canalejo

Y hoy... ¿qué me pongo? Es la pregunta que se hacen cada día millones de mujeres. Belén Canalejo lleva varios años respondiendo a esta cuestión en su popular blog B\* a la moda, con consejos muy prácticos, concisos y sencillos, que nos enseñan a sacar el máximo partido a las prendas de nuestro armario y a nosotras mismas.

El manual de estilo es un libro de cabecera que responde a las necesidades diarias en cuestión de moda, un manual para vestir con estilo pero sin complicaciones: ideas para combinar la ropa, recomendaciones para el fondo de armario, soluciones para saber cómo vestirse en cada época del año, combinaciones de colores que funcionan, productos de belleza para estar radiante y mucho más. El libro también incluye consejos básicos de supervivencia para sacarte de todo tipo de apuros como qué llevar en una primera cita, cómo arreglarse sin gastar mucho dinero e ideas para personalizar tus propias prendas. ●

## Magias en la cocina

María Jiménez Latorre

¿Qué tienen en común la magia y la cocina? Cocinar es una transmutación de alimentos maravillosa e increíble. Es el encanto, el hechizo, la atracción de convertir un alimento en algo comestible y delicioso. 'Magias en la cocina' enseña los mejores trucos de cocina de mano de la famosa chef María Jiménez. Este no es un libro para convertirse en un gran chef, sino para aprender las cosas básicas que hay que saber antes de ponerse a cocinar una receta, perder el miedo a la cocina sin complicarnos con productos difíciles de encontrar y comprender que cocinar puede ser fácil y divertido. En él se incluyen técnicas básicas para hacer caldo, bechamel o salsas; trucos de cocción, para arreglar guisos, pelar tomates o partir cebollas sin llorar; y una sección con ideas para aprovecharlo todo y no desperdiciar nada. Así, ofrece tanto recetas rápidas y para el día a día, como recetas más especiales, para Navidad o para invitar a amigos a cenar. Risotto exprés de falsos champiñones, pastel de espinacas, langostinos al whisky, timbal de lenguado o cóctel de marisco son algunas de las recetas que se encuentran en este libro. ●



## Un refugio en Katmandú

Ángeles Ibirika

Matthew jamás pensó que su exitosa carrera como jugador de béisbol se truncaría por decisión propia, que desaparecería de la faz de la tierra para embarcarse en una peligrosa aventura en el desconocido Nepal y que en la milenaria ciudad de Kathmandú, entre tradiciones que ni entendería ni compartiría, encontraría el amor. Poco podía imaginar que su plan inicial acabaría en desastre y se vería obligado a trazar un desesperado plan b. Sin embargo, siempre supo que llegaría hasta el final arriesgando su libertad, y hasta su vida, para conseguirlo. 'Un refugio en Katmandú' es una novela romántica que tiene como hilo conductor la relación entre Claudia Urarte, una doctora vasca, y Matthew, un famoso jugador de rugby norteamericano. Pero esta vez, Ángeles Ibirika añade al relato de amor otros polos de interés, como son la intriga en torno al misterioso objetivo de Matthew en Katmandú, su trágica historia familiar o la vida de la propia Claudia antes de su llegada a Nepal. ●



## 'MUJERES POR LA LIBERTAD' HOMENAJEA A CONCEPCIÓN ARENAL PONTE

El XVI Hermanamiento 'Mujeres por la libertad', organizado por la Federación de asociaciones de mujeres María Lejárraga, ha realizado un homenaje a la escritora Concepción Arenal Ponte, vinculada al pionero movimiento feminista de finales del siglo XIX y que nació en Vigo en 1820.

Fue una activista social que sorteó las dificultades que en su época impedían el acceso de las mujeres a la universidad, estudiando en Madrid Derecho, Sociología, Historia, Filosofía e idiomas. Su primer libro fue la novela 'Historia de un corazón' y, en 1851, publicó 'Fábulas en verso'.



Pronto fueron conocidas sus críticas a la injusticia social de su tiempo, especialmente contra la marginación de la mujer, la condición obrera y el sistema penitenciario.

Autora del 'Manual del visitador del preso', en 1864 fue nombrada visitadora general de prisiones de mujeres, donde conoció el horror de las cárceles. Colaboró con Fernando de Castro en el Ateneo Artístico y Literario

de Señoras, precedente de posteriores iniciativas en pro de la educación de la mujer como medio para alcanzar la igualdad de derechos.

Estas jornadas tienen como objetivo visibilizar y poner en valor a mujeres que han pasado a la historia por su trabajo en defensa de los derechos de las mujeres. ●

## 'LOS BUENOS TRATOS', UNA INICIATIVA TEATRAL QUE LLEGA A LA UNIVERSIDAD

La VIII Muestra de Teatro 'Los Buenos Tratos' es una iniciativa única en España que promueve la prevención de la violencia de género en la juventud a través del teatro, y que en esta edición se ha llevado al ámbito universitario, con la participación de más de 50 personas. Durante todo el curso escolar, el alumnado ha trabajado en talleres teatrales, en los que toman conocimiento directo sobre lo que significa la violencia de género, al tiempo que proponen acciones y comportamientos contra esta lacra social, culminando su trabajo con una obra de teatro en la que 15 de ellos participan.

Esta iniciativa, en cuyos talleres han participado casi 350 adolescentes durante sus siete ediciones anteriores, ha permitido llegar a más de 7.500 personas de 17 institutos y 3 colegios de Málaga, éxito que ha llevado a desarrollar la octava edición al ámbito universitario.

Según ha explicado Carmen Cuello, directora del Instituto Andaluz de la Mujer, iniciativas como ésta contribuyen a generar en la juventud "un espíritu crítico con el machismo y la violencia que hoy en día se reproducen a través de la gran industria cultural y de ocio". ●

## 'MOMIAS. TESTIGOS DEL PASADO'

Las momias son una ventana directa al pasado, una importantísima fuente de información que la ciencia ha utilizado siempre buscando nuevas formas para su análisis. Son testigos privilegiados. ¿Cuánto vivíamos? ¿Cómo éramos y de qué nos alimentábamos? ¿Cómo eran aquellas sociedades?... Preguntas y más preguntas.

Por ello, el Parque de las Ciencias de Granada se ha propuesto ofrecer hasta septiembre en la exposición 'Momias. Testigos del pasado' una mirada para ilustrarnos sobre la cultura de sociedades extintas y para comprender mejor cómo, gracias a su estudio, disponemos de una gran cantidad de datos del pasado sobre enfermedades, alimentación, rituales, tecnología, etc., muchos de ellos con escasa huella en el registro arqueológico.



La fascinación que producen en nosotros suponen, además, un enorme potencial educativo. Las momias son un recurso de gran valor histórico, científico y antropológico, son testigos "mudos" que conectan directamente con el pasado.

1.600 metros cuadrados de espacio expositivo, 50 momias y restos originales de 27 instituciones, 240 piezas sobre momificación, escáner de momias, módulos interactivos, audiovisuales, talleres y mucho más... ●



# Louise Bourgeois

## Ilega a Málaga



Foto: © Vera Isler-Leiner. Art: © The Easton Foundation / Autorizado por VEGAP, Málaga, 2015.

Louise Bourgeois en su estudio en Brooklyn, 1993

El Museo Picasso Málaga acoge hasta el próximo 27 de septiembre una retrospectiva de la artista francesa en una muestra con 101 obras

El Museo Picasso Málaga acoge la retrospectiva 'Louise Bourgeois. He estado en el infierno y he vuelto', que muestra 101 obras de la artista realizadas entre la década de los años 40 y 2009.

Cuarenta y seis esculturas de bronce, tejido, látex y aluminio, una celda y una pintura se exponen junto a cincuenta y tres obras en papel y textiles, muchas de ellas de gran formato o realizadas en series. Dividida en nueve secciones -La fugitiva, Soledad, Trauma, Fragilidad, Estudios naturales, Movimiento eterno, Relaciones, Dar y recibir y Equilibrio- la selección de obras de esta exposición

engloba la complejidad de su trabajo.

Como antesala de la exposición, los visitantes podrán acceder a 'Louise Bourgeois: Photo Album', un recorrido por la vida de la artista a través de fotografías.

Además, se proyecta el documental que Nigel Finch dirigió en 1994 para la BBC, 'Louise Bourgeois: No Trespassing', así como un audiovisual producido por el Museo Picasso Málaga con entrevistas a Jerry Gorovoy, presidente de la fundación Louise Bourgeois, The Easton Foundation, Nueva York; a la comisaria de la exposición, Iris Müller-Wester-

mann; y al director artístico del Museo Picasso Málaga, José Lebrero Stals.

Comisariada por Iris Müller-Westermann y organizada con el Moderna Museet, esta retrospectiva aún a más de cien obras de arte realizadas a lo largo de siete décadas, un tercio de las cuales nunca antes ha sido expuesto.

Tras 'Sophie Tauber-Arp. Caminos de vanguardia' (octubre 2009-enero 2010) e 'Hilma af Klint. Pionera de la abstracción' (octubre 2013-febrero 2014), el MPM aborda de nuevo una retrospectiva que pone en valor el trabajo artístico de la mujer en la historia del arte. ●

# Moda



## 'LULA PUNTADAS', FINALISTA DE LOS PREMIOS AJE ALBACETE

La marca de accesorios de Albacete LULA PUNTADAS ha sido una de las finalistas de la 14ª Edición del Premio Joven Empresario, que se otorgan anualmente por la Asociación de Jóvenes Empresarios de Albacete a los proyectos más prometedores de los emprendedores de la ciudad.

Con poco más de un año en el mercado, la firma de accesorios ya ha recibido premios y reconocimientos tales como el premio al “Mejor

Diseñador” en la II Edición de Fashion Design Shopping Experience Pop Up de Madrid, y el premio de la II Edición de Goemprende, iniciativa que apoya a nuevos emprendedores de Albacete.

LULA PUNTADAS se caracteriza por una cuidada selección de tejidos y el uso de estampados exclusivos con motivos visuales, para darle un toque de personalidad y alegría a cualquier look.

En LULA PUNTADAS el accesorio protagonista es el sombrero. Un complemento diferente, y hasta ahora no muy usual, que proyecta una imagen y muestra una actitud. ●



## 'ALMA EN PENA' PREPARA SU DESEMBARCO EN EL MERCADO ASIÁTICO

La marca española de zapatos Alma en Pena ha firmado un acuerdo con la compañía de distribución asiática Grupo Parkson para abrir sus primeras tiendas en China y afianzar su posición en el mercado internacional. Este acuerdo de colaboración por 10 años supondrá la apertura de 12 puntos de venta en el primer año y un total de 40 tiendas en los próximos 5 años en distintos centros comerciales y grandes almacenes del país chino.

La entrada en China con dicho grupo, que opera actualmente en 125 grandes almacenes en 66 ciudades como Malasia, Singapur y Corea del Sur, supone la firme apuesta por potenciar su presencia en el mercado asiático y consolidar su marca fuera de nuestras fronteras. Los planes de Parkson para 2020 pasan por abrir cincuenta nuevos centros comerciales en Asia con el propósito de incrementar hasta el 20% su espacio de venta, según afirmó la compañía a principios de año, lo que ayudará a Alma en Pena a impulsar sus ventas. ●



## YVES SAINT LAURENT LLEGA AL DS WORLD DE PARÍS

Bajo la mirada del fotógrafo Pierre Boulat y de su hija, Alexandra Boulat, la vida y las creaciones del célebre modisto Yves Saint Laurent, desde sus inicios en Dior hasta su desfile de despedida en el Centro Pompidou, serán las protagonistas de una muestra fotográfica, que refleja la historia apasionante y prestigiosa de una de las mayores firmas francesas de alta costura. La exposición, que se celebra en el DS World de París, comenzó el pasado 11 de junio y se alargará hasta el 10 de septiembre.

El traje de chaqueta, el esmoquin, el trench o el mono son piezas emblemáticas de la obra de un diseñador que supo revolucionar la moda del siglo XX con la creación de su proyecto más ambicioso: definir el fondo de armario de la mujer actual.

Así, la exposición recuerda 40 años de alta costura y savoir-faire francés, desde los inicios en Dior hasta su local en la calle Spontini y en la avenida Marceau, donde se mudaría la “maison” Saint Laurent en 1974.

Una serie de 36 imágenes abre las puertas del universo del modisto, colándose en sus talleres y en la trastienda de las colecciones y asistiendo a la efervescencia de los grandes desfiles que han marcado el éxito y la fama de la firma Yves Saint Laurent en los cinco continentes. Desde la preparación de los pases de modelos a los ajustes de un vestido o las sesiones de trabajo lejos de los focos, esta exposición ofrece una mirada furtiva y discreta sobre la vida del más intrigante y misterioso de los diseñadores franceses. ●



# SIMULACIÓN DE EMPRESAS

**Programa Centros de Simulación Empresarial  
Dirigido a personas emprendedoras y empresarios/as noveles**

**asesoramiento y entrenamiento para la puesta  
en marcha y gestión de un proyecto empresarial**

Programa desarrollado entre mayo y septiembre 2015.  
Con la participación de más de 120 proyectos emprendedores

**Programa impulsado y cofinanciado por el Fondo Europeo FEDER, el Ministerio de Industria, Energía y Turismo  
a través de EOI Escuela de Organización Industrial y la Diputación de Sevilla a través de Prodetur.**

**Más información en:**

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

Tel.: 954 486 859

**EOI**60  
ANIVERSARIO

cofinanciado por



"Una manera de hacer Europa"



PRODETUR



# Un homenaje gastronómico a muchos países del mundo

La tinerfeña Amalia Martínez Fajardo se diplomó en Ciencias Empresariales por la Universidad de La Laguna y, en la actualidad, estudia la Licenciatura de Administración y Dirección de Empresas en la Universidad de Las Palmas. Recientemente, ha publicado "La Dieta de los Países", un libro que ofrece recetas saludables y atractivas con las que, además de bajar paulatinamente de peso, se puede disfrutar de estar a régimen. Tal y como señala, "la dieta que llevé a cabo para bajar de 90 a 60 kilos saboreando toda la comida del mundo"



Amalia Martínez Fajardo 'La Dieta de los Países'

### ¿Cuándo empezó a interesarse en profundidad por la alimentación?

Me empecé a interesar por la alimentación saludable desde que el sobrepeso supuso un impedimento para mi bienestar. Probé múltiples dietas desde que tenía 12 años y, excepto alguna que otra, la mayoría resultaron fallidas. Me sometí a un continuo efecto 'yo-yo', sube y baja continuamente. No logré mantener un equilibrio hasta que, harta y aburrida de lo mismo, decidí crearme mi propio plan nutricional con los conocimientos que había ido adquiriendo y la experiencia de tantos años probando todo tipo de regímenes. Así, ayudada por mis conocimientos de marketing y creatividad empresarial, diseñé mi propio método, que nada tiene que ver con las dietas convencionales. Paralelamente, creé mi propia cuenta en una conocida red social (Instagram) con enlace público, enfocada a la alimentación equilibrada y saludable, con el fin de orientar a personas que se encuentran o que están pasando por la misma situación que sufrí. Mi sorpresa fue contar pronto con miles de seguidores, más de 15.000 actualmente, a los que, por dar respuesta, me embarqué en la aventura de escribir este libro.

### Su filosofía puede resumirse en que 'Toda comida basura, tiene su versión saludable'.

#### ¿Podría explicárnosla con más detalle?

Creo que contar con la psicología es fundamental para lograr unos objetivos en los que están en juego voluntad, perseverancia, fuerza y equilibrio mental. También, y dentro de este mismo campo de la psicología, entiendo que restringirnos o censurarnos siempre nos va a conducir, tarde o temprano, al efecto contrario. Toda la ansiedad que nos puede generar el restringirnos determinados alimentos en una dieta (en este caso quitarnos las comidas que nos apetecen), nos crea un estado que culminará, casi siempre, con saltarnos la dieta y, posteriormente, abandonarla. Por eso, la dieta está basada en encontrar sustitutivos de toda la comida que nos pierde a la mayoría, esa que llamamos 'comida basura', esa que nos entra por los ojos y nos invade con sus variados colores y atractivas formas: pizza, hamburguesa, lasaña, huevo frito, tortilla... ¡toda la comida del mundo!

### ¿Cómo surge el libro 'La Dieta de los Países'?

Surge por la necesidad de crearme una dieta que no me hiciera sentir la necesidad de abandonarla. Una dieta que me engañara y que no

me produjera la sensación de 'estar a dieta', para no tener que abandonarla hasta lograr todas las metas que me propuse en su día, para hacer más llevadera, agradable y apetecible la etapa de 'perder peso'. Por ello creé este juego, para romper con la monotonía de las dietas tradicionales.

#### ¿Qué acogida está teniendo?

Muy buena acogida. Ha sido una sorpresa enorme. Agotada la primera edición en un tiempo record, con una reimpresión en camino (también reservada en su inmensa mayoría) y ahora mismo viendo las diferentes posibilidades para hacer una segunda edición con un apoyo mayor que el que tuve en la primera. Para nada esperaba esta acogida, ha sido una sorpresa muy gratificante.

#### ¿Y el título?

'La Dieta de los Países' es un homenaje gastronómico a muchos países del mundo. Las comidas típicas que tanto nos pierden de todo el mundo. Toda la comida del mundo versionada saludablemente, pero igual de buena que la tradicional.

#### ¿Qué ofrece 'La Dieta de los Países' en relación con otros libros de dietas?

Es una dieta totalmente diferente. El objetivo primordial es que no sientas que estás 'a dieta', sino que, efectivamente, comes lo que siempre quisiste comer y, encima, adelgazando... ¡el sueño de cualquiera!

Muchas lectoras que han experimentado la dieta y que ya están empezando a ver resultados con el método de 'La Dieta de los Países', me comentan que no ha sido ningún sacrificio hacer los 21 días del plan. Todo lo contrario. Disfrutaban mucho con cada plato, y en ocasiones pensaban "esto es imposible que

no engorde", y se llevaban auténticas sorpresas cuando pasaron los 21 días. Ése era y es el principal fin de esta dieta, no aburrirte, no cansarte y disfrutar de lo que comes, disfrutar mientras 'estás a dieta'.

#### ¿Considera que hoy en día no sabemos comer?

Creo que estamos muy acostumbrados a recurrir a la comida industrial, rápida, llena de calorías vacías y sin ningún aporte nutricional. Sin plantearnos mucho de dónde sale lo que comemos, aunque es cierto que la sociedad está cambiando y existe una mayor preocupación por lo que se come. Pero, aún así, seguimos demandando los platos de todas esas cadenas de comida rápida.

También veo una continua y grave contradicción en la sociedad que nos empuja a vernos bien físicamente y, a la vez, a comer todas esas comidas

tan calóricas y ricas en grasa. Como digo en el libro: "quieren modelos de Victoria's Secret, comiendo hamburguesas del McDonald's".

#### En líneas generales, ¿cree que España es un país donde se necesita hacer dieta?

No descubro nada nuevo si digo que creo que España perdió algo maravilloso que tenía, que era la dieta Mediterránea, y cada vez se asemeja más en sus hábitos a los norteamericanos.

#### 21 días de dieta. ¿Por qué ese número concreto de días? ¿Se podría extender en el tiempo?

Está demostrado que adoptamos un hábito en un tiempo medio de 21 días. Por ello, decidí diseñar una dieta para este periodo de tiempo. Por supuesto, hay muchísimas personas que la han repetido una y otra vez hasta lograr el peso que desean o sentirse saludables. De todas for-



mas, la intención es que pasados los 21 días ya uno sepa lo que puede y no puede comer y pueda jugar a su antojo con todo lo aprendido en los 21 días.

### **¿Puede seguir esta dieta cualquier persona o habría que tener en cuenta las circunstancias particulares de cada una de ellas?**

La dieta está basada en las directrices nutricionales de la Organización Mundial de Salud. Por ello, entiendo que puede ser válida para cualquier persona que no presente patologías graves, ya que combina todos los alimentos y nutrientes que una persona adulta necesita. Vuelvo a añadir que éste método está basado en mi experiencia personal y reflejo en él lo que a mí me funcionó.

### **¿La dieta no tiene el efecto yoyo?**

Yo llevo casi dos años manteniendo el mismo peso y como de todo con moderación, siguiendo unas pautas sencillas que he convertido en hábitos. Por ejemplo, hago mucho caso al dicho 'desayuna como un rey, almuerza como un príncipe y cena como un mendigo'. Es fundamental controlarnos con las cenas.

### **¿Ha contado con ayuda a la hora de hacer las recetas?**

Tras recorrerme de arriba a abajo todos los supermercados habidos y por haber, después de analizar la información nutricional de cada producto y buscado muchos sucedáneos, fui probando y elaborando todas las recetas. Así, pude conocer lo que funciona y lo que no para bajar de peso y pude crear "La Dieta de los Países".

### **'La Dieta de los Países' incluye diferentes recetas saludables y atractivas. ¿Podría mencionarnos algunas de ellas?**

Por ejemplo, en el día de Italia el menú es pizza, pero una pizza sin harina y con un bajo porcentaje en hidratos de carbono. En el día de Cuba se come arroz a la cubana, pero el huevo frito no lleva ni una gota de aceite. En el de España, se come tortilla pero sin papas fritas... Además, hay un amplio recetario de postres, también versionados de forma saludable: polvito uruguayo, helado, tiramisú, magdalenas,

muffins, mousse de gofio... Como canaria que soy el gofio tiene una especial relevancia en mi dieta.

### **¿Cuál de ellas tiene más acogida?**

La pizza, las fajitas, la pasta mágica, los huevos rellenos, las croquetas... la verdad es que todas son atractivas y a la gente les suelen gustar mucho.

### **¿Qué pasaría si comiéramos fuera de casa?**

Siempre hay opciones saludables, y si no, también se puede compensar. Si tienes una comida



copiosa, puedes optar por hacer deporte por la tarde y así compensar al día siguiente. Consiste en mantener un equilibrio y hacer de este equilibrio un hábito de vida.

### **¿Qué opina de las dietas milagro?**

Creo que se puede bajar de peso en poco tiempo. Realmente se puede conseguir, pero es una bajada rápida y momentánea, ya que en el 90 por ciento de los casos, desde que vuelves a "reinsertarte" en otros hábitos alimenticios que no sean los que propone 'la dieta milagro' vuelves a recuperar lo perdido. Por otra parte, esas dietas generan mucha ansiedad y se le da a la comida más relevancia de la que tiene y, a veces, cuando dejas esas dietas drásticas, vuelves a engordar y a recuperar incluso más de lo que perdiste.

### **¿Ha encontrado apoyo a la hora de realizar el libro?**

Algunas editoriales se interesaron en editarlo, pero las condiciones eran tan abusivas que decidí autoeditarlo con mis ahorros. De todas formas, esta idea surgió simplemente para dar respuesta a todas las personas que me pedían, con mucha insistencia, "el método que yo había utilizado para adelgazar" y, sinceramente, se fue de las manos. Me han pedido libros de México, Venezuela, Colombia, EE.UU. ...

### **¿En qué consiste el plan de ejercicio físico que recomienda?**

Propongo varias formas de ejercitarte, dentro y fuera de casa. Hay mil opciones gracias a Youtube, ¡bendito Youtube!, con cientos de clases guiadas, sin la necesidad de moverte de tu casa. Es fundamental el deporte para adelgazar y para tener un equilibrio, no solo estético, si no para ser una persona saludable física y psíquicamente. Propongo varios deportes que a mí me gustan. Algunos, por cierto, han sido grandes descubrimientos. Lo que es fundamental es que tiene que ser un deporte que te guste, que disfrutes practicándolo y que no te aburra.

### **Para la elaboración del capítulo relacionado con las pautas psicológicas para abordar esta y otras dietas con éxito, ha contado con la colaboración de Marta Jaesuria Viera. ¿En qué ha consistido dicha colaboración?**

Marta Jaesuria Viera sabe mucho de psicología y, entre las dos, plasmamos todos los trucos que utilizamos y que, bajo nuestro punto de vista, se necesitan para no fracasar y tener éxito, así como para fomentar la seguridad en una misma en un capítulo de autoayuda para también subir la autoestima, que tan debilitada suelen tener la mayoría de las personas que se ven mal por su aspecto físico a causa del sobrepeso.

### **¿Qué recomendaría a aquellas personas que se plantean adelgazar?**

Que empiecen a hacer dieta cuando se vean preparadas mentalmente, y que lo hagan por ellas mismas y porque realmente quieren adelgazar. También creo que tienen que buscar el momento y la dieta adecuada, que les guste y con la que disfruten. ●

**María Cano Rico**

La simbiosis perfecta entre la elegante **culinaria vasca**  
y lo mejor de la **despensa andaluza**



C/ Argote de Molina 29 Sevilla 954 21 28 73 - 672 24 41 87 - [reservas@eganosanto.com](mailto:reservas@eganosanto.com) - [www.eganosanto.com](http://www.eganosanto.com)

# Hábitos saludables



## Mitos de la Operación Biquini

Seis de cada diez personas que han realizado un programa de pérdida de peso basado en dieta, ejercicio y plantas medicinales han conseguido perder entre uno y tres kilos en un mes, y un 14% más de tres

Estos son los datos ofrecidos por el Centro de Investigación sobre Fitoterapia (INFITO) que ha realizado una encuesta a 1.749 personas que eligieron las farmacias para perder peso. “Con la llegada del verano muchas personas inician la Operación Biquini con el objetivo de perder unos pocos kilos y para ello lo mejor es ponerse en manos de un profesional sanitario que indique el método más adecuado a cada caso”, señala la doctora Pilar Riobó, especialista en Endocrinología y Nutrición. La doctora Riobó ha participado en el informe Mitos de la Operación Biquini elaborado por INFITO con el objetivo de fomentar la pérdida de peso saludable, responsable y controlada.

A la hora de iniciar una dieta para perder peso “hay que tener en cuenta que no hay una fórmula mágica y que se deben cambiar una serie de hábitos nutricionales y, sobre todo, incorporar el ejercicio físico a nuestro día a día”, comenta la doctora. De las personas encuestadas por INFITO, quienes más kilos perdieron durante el programa de adelgazamiento, que incluía dieta, ejercicio y plantas medicinales, con independencia de su duración, fueron los que realizan deporte de forma habitual.

**Desmontando creencias.** En el informe se desmontan algunas creencias que muchas ve-

ces hacen fracasar el objetivo principal: adelgazar. “Una de ellas es la de pensar en que hay que seguir una dieta estricta para tener resultados cuando lo importante es que esté elaborada acorde a las características, gustos y hábitos de vida del paciente, es decir, que sea fácil de seguir, ya que las que funcionan para otras personas no tienen por qué servir para todo el mundo”, advierte la doctora Riobó.

Además, es importante tener en cuenta que no se deben saltar comidas con el objetivo de perder peso ni tampoco creer que los alimentos light o integrales adelgazan por sí mismos. “También es erróneo pensar que la pasta, las legumbres o el azúcar engordan mucho o que hay que eliminar por completo la grasa. Lo recomendable es incluir de manera equilibrada todo tipo de alimentos y, sobre todo, incorporar frutas y verduras”, señala.

Entre los consejos que incluye el informe para realizar una Operación Biquini con éxito se encuentran ponerse en manos de un profesional sanitario que pueda orientar sobre la mejor manera de perder peso, estar motivado, establecer un objetivo de reducción de peso razonable y acorde con las necesidades de cada uno, identificar los hábitos nocivos, practicar ejercicio de forma regular, corregir los factores de riesgo cardiovascular y modi-

ficar el estilo de vida y los hábitos alimenticios para conseguir una continuidad.

**Uso de plantas medicinales.** Con respecto al empleo de plantas medicinales, como ayuda en un programa de pérdida de peso, también hay una serie de mitos que se desmontan en el trabajo de INFITO, como la creencia infundada de que permiten perder peso de forma rápida.

“Los preparados farmacéuticos a base de plantas medicinales para el sobrepeso, ya sea en forma de medicamentos o complementos alimenticios, han demostrado eficacia en combinación con dieta y ejercicio y tienen resultados en la pérdida gradual y sostenida”, apunta Concha Navarro, catedrática de Farmacología de la Universidad de Granada y presidenta de INFITO.

Según las necesidades de cada persona, el farmacéutico recomendará el uso de una u otra planta ya que, “debido a su formación académica, es el profesional mejor preparado para aconsejar qué preparados son más adecuados para cada tipo de sobrepeso, y derivar al médico en caso de obesidad o patologías asociadas”, expresa la profesora Navarro.

Entre las que más se recomiendan “para eliminar los kilos sobrantes se encuentran el té verde o camilina, que ayuda a eliminar grasas; el glucomanano, que causa sensación de saciedad; la garcinia, que disminuye la lipogénesis (acumulación de grasas) y reduce el apetito”, añade. Según la encuesta de INFITO, las plantas medicinales más usadas en un programa de pérdida de peso realizado desde la farmacia son la alcachofa y la camilina. ●



# 7 leyendas sobre la alimentación

Actualmente, existen falsas creencias en la sociedad sobre aspectos de la alimentación que dan lugar a llevar una mala alimentación. Jesús Domínguez, naturópata y asesor nutricional de Mi Ayuno, comenta cada una de estas creencias

## 1 Hay que comer 5 veces al día.

Estudios recientes afirman que comer de dos a tres veces al día, o incluso una vez al día, actúa de modo muy beneficioso sobre el bienestar digestivo y la calidad de vida de la persona.

## 2 La grasa engorda.

Los alimentos ricos en grasa como el pescado, el aceite de oliva o la carne de calidad son fundamentales para el bienestar de la persona ya que, por un lado, aportan grasas de calidad fundamentales para favorecer el funcionamiento hormonal de la persona (hormonas esteroideas) y, por otro lado, para reparar y mantener estructuras como las membranas celulares, especialmente en el cerebro, en los ojos y en los nervios que son tejidos eminentemente grasos.

## 3 Hay que comer antes de hacer deporte.

Estudios científicos demuestran que moverse con niveles bajos de glucosa en sangre es más fácil (neurológicamente hablando) que con niveles altos de glucosa en sangre (después de comer). Además, hacer deporte en ayunas o ayuno estratégico (3,5 horas o más después de la última ingesta de alimento sólido) favorece la activación de los mecanismos que favorecen la transformación de grasa en energía y, por lo tanto, regulan el peso; pero, sobretudo, garantizan una mejor calidad muscular. Esta consideración merece algunas precisiones si hablamos de deporte de larga duración o a nivel profesional.

## 4 Es bueno cenar fruta.

Hay dos argumentos que desmontan que una cena óptima o ligera a base de fruta sea una buena opción. El primero es que el proceso digestivo de la fruta es una fermentación que, dado el alto contenido en azúcares de la fruta produce ciertas cantida-



des de alcohol que durante la noche condicionan una disminución de la capacidad de desintoxicación del hígado. El segundo argumento es más energético: según la Medicina Tradicional China, el cuerpo por la noche debe tener calor dentro y la fruta enfría (por su naturaleza) el estómago, provocando en muchos casos sensación de hinchazón abdominal (justo después de comer).

## 5 La fruta se come después de las comidas.

Comer fruta después de las comidas hace que el estómago se vacíe antes de completar su parte del proceso digestivo de la proteína y de las grasas, por lo que éstas pasan menos digeridas al intestino delgado aumentando el trabajo a realizar por los enzimas pancreáticos y las sales biliares y, en la mayoría de casos, condicionando procesos digestivos parciales que favorecen la presencia de procesos de fermentación y/o putrefacción intestinales.

## 6 El azúcar da energía.

El asesor nutricional de Mi Ayuno comenta que esta afirmación es cierta pero con matices: es cierto que el azúcar o los azúcares dan energía ya que se absorben muy rápidamente y aumentan los niveles de glucosa circulante fácilmente, transformable en energía a nivel celular. Lo que sucede es que esta energía se consume muy rápidamente y en ese momento volvemos a tener sensación de hambre. Por otro lado, el exceso de glucosa en sangre es tóxico y la glucosa que no se transforma en energía en el momento es llevada por la insulina al hígado para ser transformada en grasa que se acumula primero en el hígado y luego en los adipocitos. Si este fenómeno se mantiene en el tiempo, condiciona evidentemente obesidad pero también fatiga en el páncreas y posteriormente diabetes porque cada vez es necesaria más insulina para conseguir el mismo efecto. Este fenómeno se conoce como resistencia a la insulina y está en el origen de la mayoría de enfermedades modernas.

## 7 La leche es buena.

No hay ningún estudio científico formal que demuestre los beneficios de la leche más allá de la época de la lactancia en los mamíferos. ●

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

# Tu mejor tú



 Vive Andalucía  
 @viveandalucia  
#tumejortu

[andalucia.org](http://andalucia.org)

**Andalucía**  
TE QUIERE



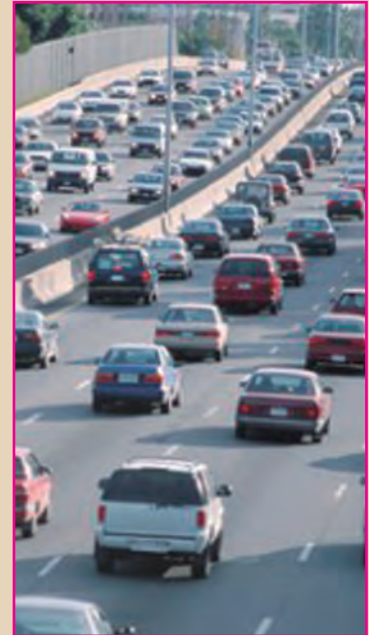


## VUELVE RED BULL X-FIGHTERS

El próximo 10 de julio Madrid acogerá la celebración de la competición Red Bull X-Fighters en la Monumental de Las Ventas, donde 23.000 espectadores serán testigos directos de las acrobacias más increíbles que pueden realizarse sobre una motocicleta.

Desde sus inicios, el Red Bull X-Fighters cuenta con los mayores especialistas del mundo en Motocross Freestyle y, por ello, el nivel técnico de la competición nunca ha dejado de evolucionar tras cientos de horas de entrenamientos.

De las básicas sueltas de pies y manos con las que empezó esta espectacular disciplina, fueron complicando cada vez más sus saltos, en muchas ocasiones, tomando ideas del BMX (freestyle en bicicleta) o del skate. Los riders del Red Bull X-Fighters saben que no pueden dejar de inventar nuevos trucos, por eso, en cada edición, el público disfruta de saltos que no habían visto nunca, como el Special flip y, sobre todo, el Bike Flip que le valió la victoria a Tom Pagès en Madrid, una acrobacia cuya gran dificultad está en conseguir hacer girar la moto saltando por la rampa corta y con una altura escasa. ●



## EL NÚMERO DE VEHÍCULOS A GAS NATURAL SE DUPLICA

El gas natural para transporte terrestre se posiciona como alternativa viable al transporte tradicional, con el fin de mejorar la calidad del aire de las ciudades y la salud de las personas.

España cada vez cuenta con más vehículos alimentados con gas natural comprimido (GNC) o gas natural licuado (GNL). Actualmente, hay un total de 4.590, mientras que en 2008 el número total de vehículos que utilizaban el gas como combustible no llegaba a los 2.000. Además, se espera que para el año 2045 se superen los 800.000, según un informe elaborado por Deloitte para la Asociación Española del Gas Natural para la Movilidad (GASNAM).

Este informe indica además que para el año 2045, el 79% de los vehículos pesados urbanos y el 45% de los interurbanos utilizarían gas como combustible, lo que sitúa al gas natural vehicular (GNV) como la alternativa real al diésel en transporte profesional. ●

## AENOR CERTIFICA LA GESTIÓN DE SEGURIDAD VIAL LABORAL DE LA DGT

La Dirección General de Tráfico ha recibido de la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR) la certificación del Sistema de Gestión de Seguridad Vial Laboral para los servicios centrales de este organismo, convirtiéndose así en la primera administración pública española en obtener dicho reconocimiento.

Esta certificación conforme a la norma UNE-ISO 39001 permite ayudar a las organizaciones a reducir la incidencia y el riesgo de tener fallecidos o heridos graves por accidentes de tráfico.

Para obtener esta certificación, la DGT ha desarrollado, entre otras medidas, un Plan de Seguridad Vial Laboral de Tráfico que prevé la definición de las necesidades de formación de conductores, gestores del sistema y auditores internos en relación con la seguridad vial; la organización de cursos teóricos de seguridad vial a los



trabajadores DGT y de un curso práctico de seguridad vial a los usuarios de moto, consejos sanitarios de seguridad vial laboral; la realización del control y revisión semestral de vehículos de flota y criterios de seguridad en su adquisición; el establecimiento de normas de actuación en caso de emergencia en la vía, la señalización de los viales de acceso a los centros de trabajo de la organización y el envío de una carta informativa a las empresas y edificios incluidos en el entorno como parte interesada que pudieran verse afectados. ●

## UNA RED SOCIAL PARA EL DEPORTE AMATEUR

Nace la nueva versión de la Revolución Amateur, o, en su nombre abreviado, amateur, la red social de los deportistas.

La plataforma tiene como objetivo facilitar y fomentar la práctica del deporte amateur y extender sus beneficios personales y sociales, a través de numerosas utilidades.

Entre ellas se encuentran herramientas para quedar, para promocionar eventos, para organizar competiciones, para buscar patrocinio mediante "crowdsponsoring", una guía de profesionales y negocios, foros o perfiles adaptados.

Próximamente, se lanzará un apartado de consumo colaborativo.

Además, también es una red social que permite compartir, conocer gente e interactuar de una forma muy fácil. La plataforma está adaptada a los dispositivos móviles, con versión responsive para un perfecto uso y navegación. ●



## UNA VUELTA DE TUERCA AL CLÁSICO PUZZLE

El estudio de desarrollo independiente VRTRON, en asociación con Tilting Point, ha anunciado el lanzamiento de Languinis, un juego que mezcla la composición de palabras y los puzzles. Languinis está disponible de forma gratuita en la App Store y Google Play.

El argumento del juego muestra como el vengativo dios Phoenix ha capturado a la pacífica tribu de los Languinis. Dependerá del jugador que se combinen adecuadamente las gemas de colores para descubrir

letras con las que crear palabras y liberar a los Languinis. Este juego ofrece un espectacular acabado gráfico, y 50 niveles de dificultad progresiva en una isla-paraíso inspirada en la cultura Azteca. Además, las futuras actualizaciones de Languinis introducirán nuevos niveles y desafíos. ●



## UNTIL DAWN LLEGARÁ A ESPAÑA EL 26 DE AGOSTO

Los amantes del terror y las emociones fuertes están de enhorabuena porque, a partir del 26 de agosto, podrán decidir el destino de los ocho protagonistas del survival horror exclusivo de PS4, que narra cómo su viaje anual a una enorme y lúgubre cabaña en las montañas de Blackwood Pines acaba convirtiéndose en una noche de puro terror, tras descubrir que no están solos en este paraje.

El usuario se verá forzado a tomar decisiones que pueden suponer vivir o morir para todos los personajes, mediante unas innovadoras mecánicas de elección y una interfaz 'Efecto Mariposa', donde tendrá que elegir la senda de su propia línea argumental entre miles de líneas posibles. Escoger entre distintas opciones es el principio fundamental de Until Dawn. Incluso elegir un determinado camino



ante los dilemas morales más triviales puede suponer un drástico cambio en cada historia única.

Estas decisiones no solo determinarán quién sobrevive "hasta el amanecer", sino que también afectarán a las relaciones y reacciones entre los personajes. En base a esta dinámica, cada experiencia de juego será única y con numerosos finales posibles. ●

## EL FIFA 16 INCLUYE 12 SELECCIONES FEMENINAS

El Fifa 16 de EA SPORT incluirá 12 selecciones nacionales femeninas de fútbol por primera vez en la historia del juego. El juego, que en Norteamérica se pondrá a la venta a partir del 22 de septiembre 2015, incluirá las selecciones de Alemania, Australia, Brasil, Canadá, China, España, Estados Unidos de América, Francia, Inglaterra, Italia, México y Suecia.

Estos equipos representarán a sus correspondientes asociaciones en varios modos



de juego del FIFA 16, incluidos Kick Off, un torneo offline y partidos amistosos online.

El equipo desarrollador responsable ha estudiado meticulosamente los movimientos y la fisonomía de las jugadoras para recrear con autenticidad a 12 de los mejores equipos femeninos de la clasificación mundial.

El juego estará disponible para PC, Xbox One, Xbox 360, PlayStation4 y PlayStation 3. ●



# Un **Ready Business** trabaja seguro desde cualquier dispositivo

## Seguridad en la Nube

Con Vodafone tienes los archivos de tu empresa en un espacio virtual seguro y privado.

[vodafone.es/ready-business](http://vodafone.es/ready-business)

**Vodafone**  
Power to you





con permiso  
manuelBELLIDO

bellido@mujeremprendedora.net

www.manuelbellido.com

## Caminar es bueno y nos pone de buen humor

**R**edescubrir ritmos más pausados, escuchar los sonidos de la naturaleza o conocer en profundidad un lugar que nunca habíamos visitado, son algunas de las ventajas de escoger unas vacaciones donde el medio de transporte sea nuestros pies. Un modo antiguo y ecológico de viajar. Muchos amigos han decidido este año usar el coche lo menos posible y, con la mochila a cuestas buscar nuevos alicientes caminando.

Alejandra me decía que el médico se lo había recomendado para perder peso; un programa hecho de dieta y fitness. Tiene programada una alimentación para eliminar grasas innecesarias con un esquema muy completo y nutritivo que pensaba llevar a rajatabla. En cuanto al fitness, no se inscribirá a un gimnasio, seguirá las recomendaciones de su médico: caminando podrá adelgazar en modo sano y duradero. Requisito fundamental: constancia, diversión y motivación.

María se levantará temprano y dedicará cada día 30 o 40 minutos a caminar con paso sostenido. Me decía: “Dejar el coche y caminar cada vez que puedo es una estrategia inteligente para mantenerse en forma sin hacer esfuerzos espectaculares”. Una receta que recientemente encontré en una enciclopedia médica decía que caminar por la mañana, en las horas más frescas del día, estimula el metabolismo y ayuda a combatir la celulitis. Lo ideal, decía este artículo, es levantarse temprano y beber un poco de agua templada con limón y después emprender una buena caminata sin haber todavía desayunado. Solo después del esfuerzo realizado se desayunará saludablemente, hidratándose al mismo tiempo con agua a temperatura ambiente, bebida en pequeños sorbos.

Intentar caminar en compañía es ciertamente mejor que hacerlo solos, sobre todo, si nuestra constancia no es de hierro.

Cuando se camina en grupo y además se tiene un objetivo en común, como por ejemplo eliminar unos pocos de kilos, la fatiga se percibe menos y si alguno se siente menos motivado, los otros pueden tirar de él manteniendo el training constante y el espíritu alegre.

Afortunadamente, Andalucía es una tierra rica de bellísimos parajes naturales variados. Nuestro campo, nuestro mar o las zonas de montaña ofrecen senderos variados y atractivos para poner a prueba nuestras piernas

**“Una simple caminata puede influir positivamente sobre las endorfinas relacionadas con la sensación de placer y, de consecuencia, actuar positivamente en la regulación de nuestro humor”**

y, al mismo tiempo, ofrecemos experiencias llamativas desde el punto de vista emotivo y sensorial. Nutrir el espíritu y la mirada mientras ayudamos a nuestro físico a estar mejor y a perder peso, es una experiencia impagable.

También nuestras ciudades tienen espacios abiertos y parques hermosísimos donde se puede ejercitar este modo saludable de mantenerse en forma.

Y todavía hay más. He leído que un grupo de científicos de la Stirling University, en Escocia, estudiando el comportamiento de un grupo de 300 personas, ha llegado a la conclusión de que una simple caminata puede influir positivamente sobre las endorfinas relacionadas con la sensación de placer y, de consecuencia, actuar positivamente en la regulación de nuestro humor. ●

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



 **informaria**

Dondequiera que estés,  
el mundo estará más cerca



# Financia tus impuestos en 3 meses con el Santander desde 500 euros

En julio, puedes financiar a 3 meses el pago del IVA y el IRPF con el Préstamo Pago de Impuestos Pymes.

Entra en [www.bancosantander.es](http://www.bancosantander.es) y descubre ésta y otras opciones de financiación para tu pyme.



Santander

Advance

