

mujeremprendedora



Una oportunidad laboral, una nueva vida

25 de noviembre - Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer



Un Ready Business siempre está al otro lado de la línea

Centralita en la Nube

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

vodafone.es/ready-business



Vodafone
Power to you

mujerempresadora



ENTREVISTA A VALERIA CASTRO, DESARROLLADORA DE VIDEOJUEGOS Y COFUNDADORA DE PLATONIC GAMES



ENTREVISTA A MARTA ACEBO, DIRECTORA DE COMUNICACIÓN DE AEGON

5	PARA EMPEZAR Anna Conte	41	OPINIÓN Isabel Fernández
6	EN PORTADA Una oportunidad laboral, una nueva vida	42	DIRECTIVAS Marta Acebo, Aegon
8	El compromiso de las empresas	45	Noelia Amoedo, Mediasmart
13	OPINIÓN Ana Muñoz de Dios Castro	49	OPINIÓN Marta Díaz Barrera
14	Proyectos que transforman vidas	50	EN RED Madresfera
16	Especial Precursoras del motor (III)	53	TOC TOC Inma Sánchez
18	INTERNACIONAL	54	ASOCIACIONES Evap/BPW Valencia
18	Argentina, más conquistas pero aún insuficientes	56	Conciertos Solidarios
20	Actualidad	58	CONOCE A...
23	LA VENTANA Isabel García	61	BRAINSTORMING María Cano
24	NACIONAL	62	CON NOMBRE DE MUJER
24	Una apuesta en femenino por el ámbito STEM	62	Nombramientos
26	Girls in Tech	64	Galardonadas
30	Valeria Castro	66	SALUD
32	Actualidad	68	MAGAZINE
35	OPINIÓN M ^a Ángeles Tejada	71	Novedades literarias
36	EMPRENDER	73	Cine
36	Sara Giménez, Prometteo	74	Tendencias
38	María Vera, 'Ayuda-T Pymes	76	Motor
		78	Tecnología
		82	CON PERMISO 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^a Ángeles Tejada, Ana Pagador, Vanessa Calvo,

Ana María Herrero y Susana Muñoz

DIAGRAMACIÓN: Francisco Javier Collados

FOTOGRAFÍA: Archivo Mujerempresadora, Agencias

DIRECCIÓN, ADMINISTRACIÓN,

DISTRIBUCIÓN Y PUBLICIDAD:

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

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

ISSN 1575-9377

Depósito Legal: SE-3043-99

www.mujerempresadora.net

E-mail: mujerempresadora@mujerempresadora.net

redaccion@mujerempresadora.net;

digital@mujerempresadora.net

annaconte@mujerempresadora.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. Mujerempresadora es una publicación plural, los artículos y comentarios que en ella aparecen reflejan las opiniones de los respectivos autores.

Reescribe el futuro, ahora.

Convierte tu casa en una escuela, tu coche en tratamientos contra la desnutrición o tus ahorros en vacunas que salvarán la vida de miles de niños. Solo con tu firma tú puedes conseguir que tengan una vida mejor.

Incluye a UNICEF en tu testamento y reescribe el futuro ahora.

TESTAMENTO SOLIDARIO



unicef.es/testamentosolidario
902 31 41 31





para empezar
annaCONTE

annaconte@mujeremprendedora.net

Zapatos rojos, más allá del símbolo

Decenas, cientos de zapatos rojos de mujer dispuestos ordenadamente a lo largo de un recorrido urbano, como una procesión de dolor. Una marcha de mujeres ausentes que quiere dar forma y voz al sufrimiento que esta ausencia -de esposas, de madres, de hermanas, de hijas...- provoca en los familiares y en la sociedad. Cada par de zapatos, recogidos a través de la puesta en marcha de una red de solidaridad en un específico contexto cultural y territorial, representa una mujer y la huella de una violencia ejecutada.

“Zapatos Rojos” es un proyecto de arte público de la artista mexicana Elina Chauvet que nació en Ciudad Juárez, la ciudad fronteriza del norte de México, donde, desde 1993, cientos de mujeres han sido secuestradas, violadas y asesinadas. Inicialmente se trataba de unas pocas docenas de chicas y después se han multiplicado hasta alcanzar una cifra indefinida y tenida muy poco en cuenta por las autoridades.

En Juárez se mata a las mujeres porque se puede hacer. No hay impunidad, y hay una cultura que no logra educar e inculcar respeto por las mujeres. El Estado es como si no existiera y los cárteles del narcotráfico viven en un estado de guerra por el control del tráfico de drogas y de seres humanos.

En Juárez se utilizó por primera vez el término feminicidio. Y es ahí donde el 20 de agosto de 2009, “Zapatos Rojos” cobró vida con una instalación de arte público con 33 pares de zapatos.

“Zapatos Rojos” es un llamamiento a todos los ciudadanos para que expresen su soli-

daridad con las mujeres de todo el mundo que han sufrido violencia, por las mujeres asesinadas o secuestradas y de las cuales se ha perdido todo rastro. Una manera de denunciar y gritar al mundo el horror que el feminicidio cumple casi a diario y para transmitir la fuerza de voluntad para denunciar y así renacer. Un proyecto que ha cruzado las fronteras de México para multiplicarse en muchos países, también en el nuestro, en diferentes ciudades.

Casi todos los días nos llega una noticia de la violencia contra las mujeres, a menudo, lamentablemente, con una conclusión trágica. Son cifras alarmantes que requieren una respuesta de toda la sociedad. Desde la ventana de Mujeremprendedora hemos querido asomarnos de puntillas al mundo de las mujeres que han sufrido violencia, aquí en nuestro país, para ver las opciones que se les ofrecen para comenzar una nueva vida, sobre todo desde el mundo laboral. Son pocas pinceladas, aunque nos parecen que dejan entrever una pequeña luz al final del túnel.

Como cada año, el 25 de noviembre será la fecha que identifica la lucha contra la violencia a las mujeres. Un día para tomar conciencia de que son miles, tal vez millones de mujeres en el mundo, las que sufren violencia o se encuentran en una situación peligrosa y que, aun cuando objetivamente se ha avanzado en la sensibilización y en la conciencia colectiva, todavía hay mucho, mucho por hacer.

Leía recientemente en un informe: “Vivimos en una sociedad que enseña a las mujeres a defenderse de la violación, en lugar de enseñar a los hombres a no violar a las mujeres”. Incisiva observación que, sin embargo, en última instancia, es una invitación a profundizar a fondo en este fenómeno terrible y combatirlo, porque la lucha contra la violencia a las mujeres tiene que ver con el estilo de vida en el que creemos y que aplicamos en nuestra vida diaria, inseparable del respeto y del amor. Es desde esta perspectiva desde la que debemos comenzar nuestra batalla. ●



Una oportunidad laboral, una nueva vida

Abordamos la importancia de las oportunidades laborales para que las mujeres logren salir de forma positiva de situaciones de violencia de género así como las medidas puestas en marcha por el Gobierno para lograr este objetivo

Según los datos facilitados el pasado mes de octubre por el Observatorio contra la Violencia Doméstica y de Género del Consejo General del Poder Judicial, los juzgados españoles reciben de media cada día 266 denuncias de mujeres por maltrato de sus parejas o exparejas. En concreto, en el segundo trimestre del año se presentaron un total de 32.023 denuncias por maltrato, un 1% más que en el mismo período de 2014. Las denuncias fueron interpuestas por un total de 30.869 mujeres distintas, frente a las 29.153 mujeres que acudieron a la justicia en el primer trimestre de 2015. De media en toda España, 13 mujeres de cada 10.000 acudieron a los tribunales para dar parte del maltrato que sufren por parte de sus parejas. Cifras terribles que unidas a las 39 mujeres asesinadas a manos de sus parejas o exparejas en lo que va de 2015

(cifras a fecha del cierre de edición) evidencian la magnitud del problema de la violencia de género en nuestro país.

Todos los expertos coinciden en destacar que no hay un perfil único de víctima de violencia de género. Mujeres inmigrantes sin red social de apoyo en España, mujeres rurales y mujeres con alguna discapacidad; mujeres con estudios, con títulos superiores; e incluso empresarias atrapadas en el mismo círculo vicioso.

Un círculo del que para salir necesitan no sólo plantar cara al maltratador sino también lograr la tan necesaria integración social y laboral que les permita lograr la independencia económica para poder así reiniciar una nueva vida alejada de la situación de maltrato que sufren.

Una integración que sólo se puede conseguir si administraciones, empresas, asociaciones y organismos públicos unen esfuerzos para facilitar el acceso al empleo a estas mujeres. Pero, ¿por qué se considera a las mujeres víctimas de violencia de género como un colectivo con necesidades de apoyo en la inserción laboral? Porque, aún sin un perfil único de víctima, las mujeres que sufren o han sufrido violencia de género presentan, en muchas ocasiones, especiales dificultades para acceder a un empleo debido a circunstancias derivadas de la situación de violencia sufrida, tales como el consiguiente aislamiento del mundo laboral y social, el deterioro de la propia autoestima personal o el hecho de tener que hacerse cargo en exclusiva de los familiares dependientes. En otras ocasiones, se hallan en la necesidad de trasladar su residencia habitual a una localidad distinta en aras de su protección personal, lo que a menudo implica la búsqueda de un nuevo puesto de trabajo.

Por ello, la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género, establece en su artículo 22 que “en el marco del Plan de

Empleo del Reino de España, se incluirá un programa de acción específico para las víctimas de violencia de género inscritas como demandantes de empleo. Este programa incluirá medidas para favorecer el inicio de una nueva actividad por cuenta propia". Para dar cumplimiento a este artículo 22 se aprueba el Real Decreto 1917/2008, de 21 de noviembre, por el que se aprueba el programa de inserción sociolaboral para mujeres víctimas de violencia de género. Este Decreto establece una serie de ayudas para contribuir al incremento de la empleabilidad de las mujeres víctimas de la violencia de género inscritas en los Servicios Públicos de Empleo como demandantes, facilitando y promoviendo la inserción sociolaboral tanto en el empleo por cuenta ajena como en la constitución como trabajadoras autónomas o en la creación de empresas.

En concreto, el Real Decreto 1917/2008 prevé que estas mujeres, cuando estén inscritas como demandantes de empleo, podrán ser beneficiarias de este programa de inserción sociolaboral, que incluye el siguiente conjunto de medidas de actuación:

- **Itinerario de inserción sociolaboral, individualizado y realizado por personal especializado.** La orientación se prestará de forma individual por personal técnico especializado, con formación necesaria para realizar un acompañamiento tutelado de la mujer en el proceso de inserción sociolaboral.

- **Programa formativo específico para favorecer la inserción social y laboral.** Este programa contará con dos fases. Una primera fase es la de preformación, cuyo objetivo es facilitar a las beneficiarias el desarrollo de habilidades sociales y, en su caso, una cualificación básica, así como motivarlas en su incorporación o reincorporación al mercado de trabajo y afrontar la segunda fase de formación. Se tendrá en cuenta las necesidades específicas de las mujeres extranjeras, como puede ser el idioma, y de las mujeres discapacitadas, en su caso. La segunda fase es la de formación para el empleo, cuyo objetivo es proporcionar a las participantes formación profesional para el empleo en distintas especialidades que se adapten a su perfil inicial y pertenezcan a sectores de actividad con capacidad para generar empleo, garantizando así su inserción en el mercado laboral. Las acciones formativas, en la medida de lo posible, se desarrollarán fundamentalmente a través de acciones for-

mativas que incluyan compromisos de contratación, de al menos el 60% de las participantes. Durante el tiempo de participación en una acción formativa la mujer tendrá derecho a percibir una beca por asistencia de 10 euros por día lectivo hasta la finalización del curso.

- **Incentivos para favorecer el inicio de una nueva actividad por cuenta propia** y que incluye la concesión con arreglo a lo previsto en el Programa de Promoción del Empleo Autónomo. Además, las subvenciones y ayudas se incrementarán hasta un 10%, respecto a las establecidas para las demás trabajadoras, al ser consideradas uno de los colectivos con especiales dificultades de inserción laboral.

- **Incentivos para las empresas que contraten a mujeres víctimas de violencia de género.** En este marco, se recoge que los empleadores que contraten indefinidamente a mujeres víctimas de violencia de género tendrán derecho, desde la fecha de celebración del contrato, a una bonificación mensual de la cuota empresarial a la Seguridad Social de 125 euros/mes (1.500 euros/año), durante cuatro años. En el caso de que se celebren contratos temporales, tendrán derecho a una bonificación mensual de la cuota empresarial de 50 euros/mes (600 euros/año), durante toda la vigencia del contrato. En ambos casos, no será necesario la inscripción de las víctimas de violencia de género como demandantes de empleo, para la aplicación de las bonificaciones.

- **Incentivos para facilitar la movilidad geográfica de las mujeres.** En este punto se recoge que las mujeres que, como consecuencia de su contratación, tengan que trasladar su residencia habitual, podrán recibir las siguientes subvenciones: gastos de desplazamiento (destinados a cubrir los gastos de desplazamiento de la beneficiaria, así como los de sus familiares a su cargo que convivan con ella); gastos de transporte de mobiliario y enseres (en la cuantía del coste de dicho traslado, hasta un máximo de 4 veces el Indicador Público de Renta de Efectos Múltiples mensual vigente (año 2015, cuantía: 532,51 euros); gastos de alojamiento (incluido el alquiler o adquisición de vivienda u otros gastos de hospedaje, de la beneficiaria y de los familiares a su cargo que convivan con ella, durante los doce primeros meses de vigencia del contrato, con una cuantía máxima de 10 veces el IPREM mensual vigente); y gastos de guardería y de atención a personas dependientes.

- **Incentivos para compensar diferencias salariales.** Tienen derecho a estos incentivos, las mujeres cuyo contrato laboral se haya extinguido por decisión de la trabajadora que se vea obligada a abandonar definitivamente su puesto de trabajo como consecuencia de ser víctima de violencia de género, y el contrato subsiguiente que formalice ya sea indefinido o temporal, con una duración efectiva igual o superior a seis meses, implique una disminución salarial. Durante un tiempo máximo de doce meses, podrán percibir hasta un máximo de 500 euros al mes.

Convenios con grandes empresas y entidades sin ánimo de lucro. Paralelamente a todas estas medidas, la Dirección General para la Igualdad de Oportunidades, en colaboración con la Delegación del Gobierno para la Violencia de Género, a través de la Secretaría de Estado de Servicios Sociales e Igualdad, suscribe convenios de colaboración con grandes empresas de ámbito nacional y en distintos sectores de actividad para promover la sensibilización en materia de violencia de género y para fomentar la integración social y laboral de las mujeres víctimas y, cuando la situación así lo requiera, facilitar su movilidad geográfica.

Para facilitar la intermediación laboral entre las empresas y las mujeres víctimas de violencia de género, el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, también suscribe convenios de colaboración con entidades sin ánimo de lucro, en concreto con Cruz Roja Española y Fundación Integra. El objetivo es que las mujeres víctimas de violencia de género reciban la atención individualizada que precisen, proporcionando apoyo psicológico, formación en habilidades sociales, en técnicas de búsqueda de empleo, prácticas prelaborales, etc, diseñando el itinerario personalizado de inserción que requieren cada uno en función de sus necesidades, de modo que puedan acceder al puesto de trabajo ofertado por la empresa en las mejores condiciones para desempeñarlo eficazmente. En el Programa participan actualmente casi un centenar de empresas que han suscrito convenio con el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad y se han adherido a la iniciativa 'Red de Empresas por una sociedad libre de violencia de género'. Muchas mujeres que sufren o han sufrido maltrato, se están beneficiando de estas actuaciones que facilitan su integración social y laboral. ●

El compromiso de las empresas

Hablamos con tres de las 91 empresas que hoy por hoy componen la Red de Empresas por una Sociedad Libre de Violencia de Género, iniciativa del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad puesta en marcha en el año 2012 con el objetivo de apoyar la reinserción laboral de mujeres víctimas de violencia machista

Uno de los actores esenciales en la sensibilización y concienciación sobre determinadas causas sociales son las empresas. La lucha contra la violencia de género es una prioridad social. Las cifras lo evidencian. Y es que, a fecha de cierre de esta edición, se elevan a 39 el número de mujeres asesinadas por violencia machista en lo que va de 2015. Sumar esfuerzos se hace más necesario que nunca y ayuda a fortalecer la eficacia de las políticas contra esta lacra social. En este sentido se enmarca la iniciativa Red de Empresas por una Sociedad Libre de Violencia de Género, promovida por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad desde 2012 y que pretende la unión de esfuerzos y de actuaciones en un campo tan crucial para la difusión de mensajes como el de la empresa. Se trata de una muestra más de lo importante que es la coordinación en las políticas contra la violencia de género.

La Red de Empresas por una Sociedad Libre de Violencia de Género, de la que ya forman parte cerca de un centenar de empresas, se creó con dos objetivos claros: sensibilizar a la sociedad frente a la violencia de género, así como promover la inserción de las víctimas. **La integración laboral desempeña un papel esencial en el proceso de recuperación de la mujer que ha sufrido malos tratos.** De ahí, que éste sea uno de los grandes objetivos de esta iniciativa. Así lo expresaba además el propio ministro del ramo, Alfonso Alonso, el pasado mes de julio durante el acto de adhesión de las últimas empresas que se han incorporado a esta red, donde reconoció

el papel esencial que en esta batalla desempeñan las empresas como vehículo de transmisión del mensaje de intolerancia hacia la violencia contra las mujeres y como canal de inserción laboral de las víctimas de esta lacra. Para Alonso, la participación e implicación de las empresas en la erradicación de la violencia contra la mujer es “un factor clave” de la Estrategia Nacional contra la Violencia de Género del Gobierno.

Grupo Norte.

Compañía especializada en la prestación de servicios con más de 40 años de experiencia, es una de las empresas pioneras en la contratación de víctimas de violencia de género en todo el territorio nacional y una de las empresas adheridas a la Red de Empresas por una Sociedad Libre de Violencia de Género. **Eduardo Rodríguez**, director de Comunicación de Grupo Norte, explica que, de hecho, “las primeras contrataciones se remontan a 1999” y que “en este momento son más de 115 las mujeres que han sufrido esta violencia y que forman parte de la plantilla de la compañía”. Grupo Norte ha ido incluso un paso más allá. Por un lado, facilitando a las víctimas que lo han requerido formar parte de un programa de movilidad geográfica que les ha permitido iniciar una etapa de vida en otra ciudad española, lejos de su maltratador. Por otro, siendo **pioneros con este mismo programa en Chile** y en plena coordinación con el Servicio Nacional de la Mujer del Gobierno chileno. Sobre esta coordinación, el director de Comunicación de la compañía sostiene que

“la responsabilidad social no es una moda y por eso precisamente en plena crisis nuestras políticas han permanecido activas e incluso algunas como ésta se han potenciado llegando a Chile”. “Chile también es nuestra casa y hasta el momento hemos logrado la inserción de 12 víctimas. Estamos empezando y acabamos de renovar nuestro compromiso con la ministra chilena del Servicio Nacional de la Mujer, Claudia Pascual. Estamos seguros de que entre todos conseguiremos resultados muy positivos”, añade.

Formar parte de la Red de Empresas por una Sociedad Libre de Violencia de Género, afirma Eduardo Rodríguez, “supone un paso más, muy importante, en el camino que hemos venido recorriendo y confiamos en que dé también sus frutos”. En cuanto al convenio firmado con el Ministerio, Rodríguez explica que “no especifica un número de inserciones concreto, porque todo dependerá de los contratos que se pueden establecer” pero sí fija “los mecanismos de colaboración que facilitarán la coordinación e interlocución entre los asesores públicos de empleo que atienden a las mujeres víctimas de violencia de género y los responsables designados por las empresas para gestionar las ofertas que surjan y que se adapten a los perfiles requeridos”. “Sí se fija además el **compromiso de crear itinerarios personalizados** ajustados a las necesidades de las víctimas en función de su situación, contemplando elementos como la formación inicial, flexibilidad horaria o la confidencialidad de todas las actuaciones”, añade. El Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades es el encargado, según sostiene Eduardo, “de analizar el buen desarrollo de las actuaciones, al menos con una periodicidad semestral”.

Ayre Hoteles.

Cadena urbana del Grupo Palladium, es otra de las empresas que forman parte de esta iniciativa (del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad). Sobre la experiencia de



Miguel Serres, director de Recursos Humanos de Ayre Hoteles

"Darles la posibilidad de tener un trabajo sin duda alguna hace que ganen autoestima y que crezca su auto reconocimiento. A partir de ahí es cuando pueden empezar a crecer, a hacerse fuertes para tomar decisiones importantes para su nueva vida"



Mercè Almendros, directora general de Momentum Task Force

"No creemos que las empresas se sientan reticentes a contratar mujeres que han sido maltratadas, más bien es el estigma alrededor de la violencia de género que se ha transmitido a través de los medios de comunicación, lo que hace que la inserción de mujeres que han sido víctimas sea más difícil, sobretodo en trabajos de cara al público"



Eduardo Rodriguez, director de Comunicación de Grupo Norte

"Son mujeres excepcionales, que ven mejor que nadie el valor que hoy tiene un puesto de trabajo y que sin duda merecen una oportunidad para recuperar su dignidad"

la compañía como miembro de la red y como una de las empresas comprometidas con la integración laboral de mujeres víctimas de violencia de género, nos habla **Miguel Serres**, director de Recursos Humanos de la cadena: "Palladium Hotel Group es desde su creación, miembro del Patronato de la Fundación Integra. A través de esta Fundación, siempre hemos colaborado en este tipo de iniciativas en favor de la integración de personas con discapacidad, o con personas con riesgo de exclusión social y por supuesto, con las mujeres que han sido víctimas de la violencia de género. La **Fundación Integra** fue la que nos presentó esta iniciativa del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad y no dudamos ni un momento en apoyarla". Y es que esta red, como explica Serres, ha servido al Grupo para subrayar la verdadera intención de la compañía "de desarrollar un compromiso social con el que tanto trabajadores como empresa estamos totalmente comprometidos".

En cuanto a la participación de **Ayre Hoteles** en esta red, la empresa se ha comprometido tanto "en la promoción de la sensibilización en materia de género" como en el fomento de

"la inserción laboral de mujeres víctimas de violencia de género". "En el primer caso, publicitando e informando de todas las acciones que realice el propio Ministerio, entre nuestros trabajadores, en nuestras instalaciones, en la cartelería, en los cursos de formación... Y en el segundo caso, contratando mujeres que hayan vivido o estén viviendo esta situación", sostiene Serres.

Con estas dos patas como ejes del convenio, la valoración que desde Ayre hace de su participación en esta red de empresas es, en palabras del director de Recursos Humanos, "inmejorable". "Es gratificante poder ayudar a estas mujeres a encontrar una salida a este problema. Mujeres de las que pueden también depender niños que han vivido con ellas esta situación traumática", explica Serres relatando su propia experiencia personal: "Cuando las conoces, te das cuenta que estas mujeres tienen un "extra"; no sólo trabajan por la relación laboral que puedan tener con la empresa. Trabajan desde el corazón. Quieren agradecértelo demostrándotelo esforzándose de una manera poco habitual, aunque no tengan experiencia en lo que estén haciendo". Sobre el funciona-

miento en la práctica de la inserción laboral de estas mujeres, Miguel añade que "internamente la mayor parte de las veces los trabajadores no saben que la compañera que tienen a su lado ha sido víctima de violencia de género, pero saben que la empresa está realizando acciones para evitar que sigan produciéndose estos hechos y para ayudar a estas mujeres a encontrar una salida a los mismos". Otras veces, añade, "ellas mismas lo dicen". Lo sepan o no, sostiene, "los trabajadores se sienten orgullosos de pertenecer a una empresa que se involucra en estas acciones y que favorece su integración al mundo laboral, y actúan apoyándolas desde el primer momento. Y eso siempre es positivo para cualquier empresa".

Momentum Task Force.

Ejemplo también de colaboración y compromiso con la inserción laboral de mujeres víctimas de violencia de género es el de **Momentum Task Force**, especialistas en marketing comercial y promocional aportando equipo humano a las compañías que requieren de dichos servicios y que, ya antes de la existencia de esta Red de Empresas, comprendió la importancia de poner su pequeño/gran grano

de arena. Y es que en el año 2011, junto a Danone y la Fundación Ana Bella, Momentum lanzó un proyecto de inserción laboral de mujeres que han superado la violencia de género. “Nos dimos cuenta que, dentro del proceso de recuperación de una mujer víctima de violencia de género, era de vital importancia la independencia económica. Para ello era necesario tanto una oportunidad laboral, como su inserción en el mercado laboral”, explica Mercè Almendros, directora general de Momentum Task Force. “Cuando una mujer está siendo maltratada la sociedad la sigue viendo como una víctima y sólo tiene acceso a trabajos invisibles, poco remunerados y sin ningún reconocimiento social, lo que llega a causar una doble victimización que las lleva a la exclusión social”, añade.

Es en ese momento cuando se crea la **Escuela Social Ana Bella para el Empoderamiento de la Mujer**, “un proyecto de co-creación en el que formamos a mujeres supervivientes de violencia de género, para que liberen su potencial y lo enfoquen en su inserción laboral como mujeres empoderadas, que contribuyen al desarrollo económico y social de las empresas”. En la Escuela Social Ana Bella ofrecen formación profesional, talleres de empoderamiento, coaching individual y una oportunidad laboral trabajando como embajadoras de marca en los puntos de venta. “Nuestro modelo se basa en la necesidad de las empresas por vender sus productos a través de proyectos promocionales y comerciales. Para ello, necesitan un equipo humano que lo haga realidad, y ahí es donde la Escuela aporta mujeres supervivientes, motivadas y comprometidas que realizan una gran labor”, nos cuenta Mercè. Un año más tarde Momentum conoce la existencia de la Red de Empresas por una Sociedad Libre de Violencia de Género: “En ese momento pensamos que nosotros ya estábamos haciendo una labor importante, y que suscribirnos a estos convenios podía aportar un valor añadido para las mujeres con las que trabajamos día a día”, explica. Desde entonces, Momentum participa a través del proyecto de la Escuela Social Ana Bella en esta Red de Empresas: “A través de estos proyectos incorporamos a mujeres que proceden de violencia de género a nuestra plantilla, dándoles una oportunidad laboral e integrándolas en nuestra plantilla”. Además, la enseña que dirige Mercè participa y ayuda “en la difusión de todas las campañas de comunicación que el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales



e Igualdad pone a nuestra disposición”. En estos años de trabajo si hay una empresa a la que Mercè quiere destacar como modelo es a **Danone**, “la primera empresa que ha creído en las mujeres supervivientes contratando el servicio de Embajadoras Danone en puntos de venta por toda España”. Desde el año 2011 hasta hoy, “Danone y Momentum Task Force **han conseguido empoderar a 550 mujeres y crear 148 puestos de trabajo**”. “A través de empresas como Danone, mostramos a la sociedad que una mujer que ha sido maltratada, con apoyo, es válida para realizar cualquier tipo de trabajo con eficacia y compromiso”, afirma. Una idea innovadora de cambio social que además ha sido reconocida dentro de nuestro país y a nivel europeo con varios premios y reconocimientos como el Premio al mejor proveedor de Danone en mayo de 2013, el reconocimiento por parte de la Fundación Seres por el proyecto de integración y formación a mujeres supervivientes de violencia de género (2013), y entre otros, el Premio europeo al mejor proyecto de co-creación otorgado por Ashoka.

La importancia de la inserción laboral.

Si algo tienen claro las 91 empresas que forman parte de esta Red de Empresas por una

Sociedad Libre de Violencia de Género es la importancia de la inserción laboral de las víctimas de violencia de género y de que posean independencia económica para poder salir de la situación que sufren. Así expresa su opinión al respecto Miguel Serres: “En estos momentos acceder al mercado de trabajo es una tarea complicada para muchísimas personas, pero más si eres mujer y sobre todo si has sido víctima de violencia de género”. Estas mujeres, añade, “suelen depender económicamente de sus parejas, les cuesta tomar la decisión de denunciarles o de abandonar su casa o a sus maridos, lo que puede llegar a agravar el problema”. Al final, afirma, “todo esto termina deteriorando su propia autoestima y la confianza en sí misma. Se deteriora su salud física y psicológica, terminan infravalorando sus capacidades...”. “Darles la posibilidad de tener un trabajo sin duda alguna hace que ganen autoestima y que crezca su auto reconocimiento. A partir de ahí, es cuando pueden empezar a crecer, a hacerse fuertes para tomar decisiones importantes para su nueva vida, romper de raíz con su problema para decidir independizarse económicamente y adquirir una mayor autonomía personal”, explica Miguel. En la misma línea se expresa Eduardo Rodríguez, quien apunta cómo desde Grupo Norte han podido comprobar “cómo la inte-



Acto de adhesión de las últimas empresas incorporadas a la Red de Empresas Libres de Violencia de Género

gración laboral desempeña un papel crucial en el proceso de recuperación de la mujer que ha sufrido malos tratos porque el empleo lleva a la independencia económica, factor clave en el camino de salida de la violencia de género”. “También es verdad”, añade, “que hace falta un tiempo de adaptación para que la víctima pueda reencontrarse con la vida y, en ocasiones, resulta imprescindible adoptar soluciones de urgencia para facilitar su integración”. Por eso, Grupo Norte ha ido incluso un paso más allá, “poniendo en marcha un programa de movilidad geográfica que les ha permitido iniciar una etapa de vida en otra ciudad española, lejos de su maltratador”.

Por su parte, Mercè Almendros recuerda que “las mujeres víctimas de violencia de género pasan por diferentes etapas y suelen presentar secuelas específicas. Estas pueden repercutir en su vida cotidiana, como en el caso de la búsqueda de empleo”. Por eso es, tan importante, añade, “orientar, asesorar y formar a estas mujeres de cara a que adquieran seguridad y recuperen la autoestima perdida. En definitiva, empoderarlas para su inserción laboral”. Además, explica, “adquieren una independencia económica que es vital para tomar sus propias decisiones y no depender de nadie más que de ellas mismas”.

¿Existe reticencias en las empresas?

Aún es evidente la importancia del papel del tejido empresarial en el apoyo a la inserción laboral de mujeres víctimas de violencia de género, todavía son muchas las empresas que, sin confesarlo, rechazan la contratación de estas mujeres. Un ‘miedo’ que, en opinión de Serres, tiende a desaparecer: “Puede haberlos, pero cada vez mucho menos. **La sociedad cada vez está más concienciada con este problema.** Tengo la creencia de que la sociedad se está haciendo más colaborativa y más responsable con estas circunstancias y cada vez le da menos la espalda”. De hecho, explica, no cree que lo que exista en estas empresas sea miedo sino más bien “alguna reticencia, porque el perfil profesional o la experiencia curricular de la persona que viene a la entrevista a través de estas fundaciones puede no ser el que tú estás buscando en ese momento”. Pero, añade, “creo que hay muchísimos trabajos en los que pueden aprender y pueden adaptarse pronto sin haber tenido previamente esa experiencia. Con las ganas que tienen de salir adelante es suficiente para salvar muchos inconvenientes”.

De la misma opinión es Eduardo Rodríguez, quien reconoce que “puede que aún se de-

tecten determinadas actitudes de rechazo o duda” aunque, cree, “cada vez menos, entre otras cosas, porque está comprobado que las propias empresas salen beneficiadas gracias al compromiso de las mujeres que han pasado por esta situación dramática”. “Son mujeres excepcionales, que ven mejor que nadie el valor que hoy tiene un puesto de trabajo y que, sin duda, merecen una oportunidad para recuperar su dignidad”, explica.

En la misma línea se expresa la directora general de Momentum Task Force, quien tiene claro que “**las empresas somos fuente de riqueza y a la vez un motor de cambio social,** siempre dispuestas a colaborar, para lograr un desarrollo sostenible de nuestro entorno”. “No creemos que las empresas se sientan reticentes a contratar mujeres que han sido maltratadas, más bien es el estigma alrededor de la violencia de género que se ha transmitido a través de los medios de comunicación, lo que hace que la inserción de mujeres que han sido víctimas sea más difícil, sobretodo en trabajos de cara al público”, argumenta. En este sentido, Mercè explica que “tenemos en nuestra conciencia social las imágenes de mujeres con el ojo morado cuando se nos habla de maltrato, y por tanto, los canales de inserción, pasan por oportunidades laborales en trabajos ocultos”. Por eso, desde Momentum Task Force, han querido “abrir una vía de inserción laboral pionera. Contratando a mujeres no víctimas, sino mujeres supervivientes que forman parte de la Fundación Ana Bella, en trabajos de cara al público”.

Grupo Norte, Ayre Hoteles o Momentum Task Force son sólo tres ejemplos de las 91 empresas que forman parte, a fecha del cierre de esta edición, de la Red de Empresas por una Sociedad Libre de Violencia de Género. Tres ejemplos que, con sus palabras, evidencian el importante papel que las empresas y agentes intermedios pueden ejercer en la erradicación de la violencia de género y la inserción socio-laboral de las víctimas, como parte esencial para su recuperación. Porque **avanzar en la construcción de una sociedad libre de violencia de género es tarea de todos,** es importante poner en valor el trabajo de estas empresas que con sus pequeños y grandes granitos de arena ayudan a que estas mujeres puedan volver a participar activamente en la sociedad. ●

Isabel García

Planes de Pensiones y Previsión

Acierta hoy con la decisión que marcará tu futuro:

EXPERTOS en Planes

Experiencia

Amplia Gama

Rentabilidad

Trato personalizado

Asesoramiento
Permanente



Y regalos



Llévate un
magnífico regalo*
Hasta el 31 de diciembre



Formamos parte de ti

* Promoción válida para importes desde 1.500 € en aportaciones o traspagos solicitados entre el 1 de noviembre y el 31 de diciembre de 2015 a Planes de Pensiones (excluidos Planes de Previsión Asegurados). Los regalos se asignarán según el importe de las aportaciones o traspagos. Excluidos traspagos internos entre productos comercializados por Caja Rural. Bases de la promoción depositadas ante notario a su disposición en la oficina.

902 310 902

blogcrsur.es

cajaruraldelsur.es

11151. Entidad Gestora de Planes de Pensiones: RGA Rural Pensiones C.I.F. A. 19480025. Plan de Previsión Asegurado contratado con RGA Rural MGS S.A. de Seguros y Reaseguradora. Domicilio Social C/ Bascon, 14, 28023 Madrid. C.I.F. A. 78229693. Reg. Merc. Madrid, Tomo 6.333. Sección P. Libro 0. Folio 215. Insc. M. - 101912. A través de RGA. Distribución Operador de Banca-Seguros Vinculados, miembro del registro de la Dirección General de Seguros con la clave DV-0006. Reg. Merc. Madrid, Tomo 6205. Folio 88. Sección 6. Insc. Merc. actual como tal de distribución del Operador.



Ana MUÑOZ DE DIOS Castro

Directora General de Fundación Integra

Un trabajo para cerrar el círculo de la violencia de género

“ Me casé con un hombre que me prohibió hacer las cosas normales que hace cualquier mujer... Llegó la última paliza, me desvió el tabique nasal, tuve la cara morada 15 días y sus últimas palabras fueron: si no eres mía, no serás de nadie. Tu fin es el cementerio.

Denuncié y me fui con un hijo a cada mano, pero tenía mucho miedo; miedo a perder la custodia de mis hijos porque no tenía trabajo, ni casa, ni dinero. Sólo tenía una orden de protección... así que me propuse aferrarme al camino de la lucha”.

Son palabras reales de una de las mujeres que cada día llegan a Fundación Integra. Llegan con historias desoladoras pero con una firme intención de seguir adelante y conseguir un trabajo que les permita obtener la independencia económica necesaria para asegurar su futuro y el de sus hijos.

Cuando estas mujeres llegan a nosotros buscando un apoyo para encontrar un empleo, presentan graves secuelas provocadas por el maltrato. Están aisladas, sin recursos, su autoestima es muy baja y, en muchas ocasiones, carecen de habilidades socio-laborales para afrontar la búsqueda de empleo, no tienen experiencia previa o llevan años retiradas del mundo laboral. Por eso, en Fundación Integra, las ayudamos a poner en valor sus capacidades y fortalezas y a saber trasladar en las entrevistas de trabajo su valía personal y no su necesidad. Lo conseguimos acompañando a cada mujer en su proceso de búsqueda de empleo y gracias al apoyo de decenas de formadores voluntarios de empresas colaboradoras, que trabajan con ellas su fortalecimiento emocional, motivación y habilidades laborales.

Tras esta formación, toman conciencia de que son mujeres fuertes y preparadas que necesitan una oportunidad de trabajo por la que están dispuestas a dar el 100% de sí mismas. Esto es lo que hemos aprendido en 14 años de experiencia, en los que más de un centenar de empresas han confiado en nuestra capacidad de formar y seleccionar personas, ofreciendo puestos de trabajo a mujeres que buscan su oportunidad de dejar atrás un pasado de exclusión.

Muchas de estas empresas que apuestan por el trabajo como herramienta para salir del círculo de la violencia de género, pertenecen a la Red de Empresas por una Sociedad Libre de Violencia de Género, una iniciativa del Ministerio de Sanidad, Asuntos Sociales e Igualdad. Como parte de esta red, Fundación Integra ayuda a las empresas en la contratación de mujeres que han sufrido violencia de género y en la sensibilización de sus plantillas frente a esta lacra social.

“Desde 2001 hemos conseguido más de 2.100 trabajos a víctimas de violencia de género, que han demostrado ser trabajadoras productivas y muy comprometidas”

Desde 2001 hemos conseguido más de 2.100 trabajos a víctimas de violencia de género, que han demostrado ser trabajadoras productivas y muy comprometidas. Para estas mujeres, tener un trabajo significa independencia económica, un futuro para su familia y sobre todo, una nueva vida lejos de la violencia de género.

“Con el contrato laboral llegó la independencia con mis hijos, pude alquilar un piso y todo empezó a funcionar hasta hoy... ¿Qué ha aportado Fundación Integra a mi vida? Estabilidad, felicidad y sobretodo recuperar la autoestima que hace años perdí”. ●

Proyectos que transforman vidas

Son emprendedoras y son supervivientes. Hablamos con las promotoras de dos proyectos empresariales nacidos a raíz de una situación de violencia de género

No son víctimas. Son mujeres supervivientes. Mujeres que cada día se levantan pensando y trabajando por salir adelante. Mujeres que se han apoyado en un trabajo, en un proyecto, para dejar atrás su pasado. Para olvidarse de él. O para aprender a vivir con ese pasado. Pero siempre adelante. Son mujeres víctimas de violencia de género y son mujeres emprendedoras. Mujeres que saben que la supervivencia empieza por un empleo o mujeres que necesitan una ilusión a la que aferrarse cada día.

Mujeres como las integrantes de la cooperativa **Le Vin Violette** que buscan con su proyecto la independencia económica que les permita no sólo reiniciar una nueva vida alejada de la situación de maltrato sino también poder ayudar en el mantenimiento de una asociación que trabaja con y por estas mujeres. O mujeres como **Pilar Algas**, emprendedora valenciana que ha buscado el “encanto” de la vida, ese encanto que había perdido tras ser víctima de maltrato psicológico, en un proyecto que hoy es el culpable de sus sonrisas diarias.

Porque emprender no sólo significa independencia económica. Es satisfacción, es libertad, es ilusión. De eso sabe mucho Pilar Algas, promotora de ‘**Encanto de la costura**’, un proyecto de elaboración de bolsos y capazos personalizadas que arrancó el pasado año a raíz de sufrir una situación de maltrato psicológico por parte de la que era su pareja. “Enamorada de la persona equivocada, de una persona que no existía”, como ella misma nos cuenta, creyó haber encontrado el amor a los 45 años. Pero eso no era amor. Porque recibir 132 llamadas en un solo día no es amor. Porque perseguir a una mujer no es amor. Porque aislarla del resto del mundo no es amor. Porque hacerla culpable de todo y de nada no es amor. “Y siempre buscaba una sonrisa de él que me sirviera para justificarme el por qué seguía en esa relación”, nos cuenta. Pero Pilar dejó de encontrar esa sonrisa y afrontar la situación de maltrato psicológico que estaba sufriendo. Y empezó a coser, un hobby que ya había tenido de pequeña y que ahora le servía para evadirse. La vuelta a ese hobby desencadenó en un precioso proyecto con el que, nos cuenta, “espera triunfar”. “‘Encanto en la costura’ me ha devuelto la ilusión, me ayuda a levantarme todos los días pensando en un proyecto. Me ayuda a sonreír cada vez que veo que la gente me llama, que a la gente le gusta lo que hago”, explica.

Esa es la sonrisa que ahora Pilar dice haber recuperado. Una recuperación en la que mucho ha tenido el trabajo y este nuevo proyecto. “Empiezo a crear con la esperanza de hacer algo que me permitiera dejar de pensar. Gracias a este proyecto, le doy otra vida a mi cabeza, otro encanto. De ahí su nombre”, afirma Pilar. ‘Encanto en la costura’, nos cuenta, “nace de la tristeza y se desarrolla sobre el encanto de la vida. Nace de la desesperación”. Y, aunque explica que no le gusta etiquetar su proyecto en el maltrato, “sí que es verdad que nace de la decepción de una mujer de 45 años que creía que aún había esperanza en el



Pilar Algas, promotora de ‘Encanto en la costura’

amor y se encontró todo lo contrario”. “No quiero dar sensación de víctima. Prefiero dar una imagen de una mujer que ha sido capaz de salir adelante desde lo malo que quedarme solo con lo malo”, sostiene Pilar. Hoy esta emprendedora ha vuelto a salir a correr, hobby que abandonó porque le recordaba a él. Se ilusiona cada mañana con ‘Encanto en la costura’ y continúa al frente del negocio del que se hizo cargo tras la muerte del padre de su hija, ‘Persianas Malilla’.

Ejemplo de superación son también las cuatro mujeres que están detrás de la cooperativa Le Vin Violette, un vino que ha servido como vehículo para la sensibilización, el compromiso y la transformación social. **Nerea Sanchís, Antonia Avalos, Amanda Conde y Carmen Sánchez** son las cuatro supervivientes que están detrás de esta iniciativa emprendedora nacida en el seno de la Asociación de Mujeres Supervivientes de Violencias de Género de Sevilla y que cuenta con el asesoramiento del Programa de Emprendimiento Social para entidades no lucrativas en Andalucía, desarrollado por Acción contra el Hambre, dentro del programa Vives Proyecto. Antonia Avalos nos cuenta cómo este proyecto “tiene mucho que ver con la esperanza”: “Nos han llegado muy pocas subvenciones para el mantenimiento de la Asociación y el proyecto surge como una manera de hacernos autosostenibles y poder seguir realizando los programas que desde la Asociación que tenemos en marcha para las mujeres víctimas de violencia de género”. “Ser capaces de generar” sus “propios recursos” es, en palabras de Antonia, el objetivo de estas cuatro emprendedoras para quienes la puesta en marcha de este proyecto no ha resultado nada fácil. Un camino que han logrado recorrer gracias al apoyo de Acción contra el Hambre: “Emprender para una mujer víctima de violencia de género no es nada fácil. Nosotras lo hemos logrado porque desde esta organización nos han hecho un seguimiento continuo y porque además las cuatro contamos con una serie de estudios. Es cierto que nosotras hemos tenido el coraje, el empeño, el carácter y la personalidad para sacarlo adelante pero ellos, con Gloria Rodríguez a la cabeza, han sido como el hada madrina de este proyecto”.

De hecho, Le Vin Violette es de los primeros proyectos de Acción contra el Hambre que ya están funcionando al cien por cien, que ya vende su vino en catas que organizan, en las



Nerea Sanchís, Antonia Avalos, Amanda Conde y Carmen Sánchez, las cuatro integrantes de la cooperativa Le Vin Violette

universidades, en la web,... Además con la compra de cada botella de vino se contribuye a la sostenibilidad de una iniciativa que implica la transformación y el cambio en la vida de las mujeres, apoyando al empoderamiento de éstas y a la eliminación de la violencia de género. Le Vin Violette es un vino ecológico de gran calidad gracias a una alianza con una productora de vinos ecológicos de Cazalla de la Sierra en Sevilla, Colonias de Galeón, y de Montilla Moriles, Bodegas Robles. Cada botella está etiquetada por las mujeres de esta entidad, con el fin de “poder vivir, y ayudar a aprender a vivir en libertad”.

Y es que como nos cuenta Antonia, estas cuatro emprendedoras quieren que Le Vin Violette sirva no sólo para “la autonomía económica” de ellas y de la propia asociación, sino también para poder en un futuro generar empleo para ayudar a otras mujeres. Porque “tener un empleo para una víctima de violencia de género es otra vida, es recuperar tu autoestima y la confianza en ti misma. Es poder conquistar tu proyecto vital y el de tus

hijos, alquilar una vivienda y no recibir más golpes porque te mantengan. Es la posibilidad de otra vida”. Un trabajo que muchas de estas víctimas se ven obligadas a buscar en el emprendimiento porque, según Antonia, “el Estado no te brinda otra oportunidad”. “Para salir de la violencia necesitas vivienda y empleo. Si el empleo no te lo brinda ni la Administración ni las empresas, una puerta a la esperanza puede ser el emprender”. Pero, repite, “no es nada fácil”. “Emprender requiere una serie de procedimientos administrativos y consejos legales de asesoría con los que la mayor parte de estas mujeres no cuentan”, añade.

Afortunadamente algunas lo consiguen. Pilar, Antonia, Nerea, Amanda y Carmen son ejemplo de ellos. Mujeres víctimas pero, sobre todo, mujeres supervivientes. Mujeres con una nueva sonrisa que cada mañana dibujan pensando en un proyecto que les mantiene vivas, que les ha transformado la vida.

Isabel García

Precursoras en el mundo del motor (III)

Las mujeres escriben la historia del sector automovilístico desde hace más de un siglo y la empresa de automoción compramostu coche. es ha querido rendir homenaje a todos aquellos hitos e innovaciones que protagonizaron las pioneras al mundo del volante. Con este especial continuamos el reportaje 'Precursoras en el mundo del motor' que tendrá continuidad a lo largo de los próximos meses



1932

CELIA RIVAS CASAIS, PRIMERA MUJER CON PERMISO DE CONDUCIR CAMIONES

En 1932, la española se convertía en la primera mujer con permiso de conducción de camiones. Empresaria y conductora, dedicó su vida al transporte de bienes de un negocio heredado que se convertiría, encabezado por ella y sus tres hermanas camufladas bajo el nombre masculino 'Hijos de Joaquín Rivas', en un imperio empresarial formado por más de 250 trabajadores durante la dictadura de Franco. ●

1935

PIEDAD ÁLVAREZ, PRIMERA TAXISTA EN TIEMPOS DE LA REPÚBLICA

La revista Mundo Gráfico presentaba en 1935 a la primera mujer taxista de España: la leonesa Piedad Álvarez, también conocida como "Peñina", que dejó sus estudios de maestra para conseguir un trabajo con el que ayudar a su familia. En 1974, Piedad se sentó por última vez al volante de su taxi, un Seat 600, tras más de 40 años de trabajo. ●

1981

MICHÈLE MOUTON Y FABRIZIA PONS, PRIMERAS MUJERES EN GANAR EL CAMPEONATO MUNDIAL DE RALLY

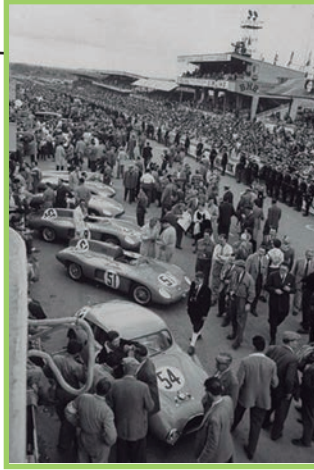
La francesa nacida en 1951 y su copiloto italiana se hicieron con la primera posición en el Rally de San Remo. En 2011, Mouton se convertía en directiva del Campeonato Mundial de Rally, organizado por la Federación Internacional del Automóvil. Apodada como la 'Reina de la velocidad', hoy sigue siendo considerada la mayor piloto femenina de la historia. ●



1950

EN LOS AÑOS 50, VARIAS MUJERES PARTICIPARON EN LAS 24 HORAS DE LE MANS

En la carrera de resistencia por excelencia, destacó entre otros el equipo femenino liderado por la británica Betty Haid y la francesa Yvonne Simon. Subidas en su Ferrari 166 MM Coupé, compitieron a una velocidad media de 130 kilómetros por hora. ●



1950

GENERAL MOTORS CREA SU PRIMER EQUIPO FEMENINO DE DISEÑO DE INTERIORES

Marjorie Ford, Ruth Glennie, Jeanette Linder... son solo algunos de los nombres de las 'Damiselas del diseño', un equipo de diseñadoras reclutado durante los años cuarenta y cincuenta por la General Motors, cuyas innovaciones merecieron una gran notoriedad durante la época. ●

1958

MARIA TERESA DE FILIPPIS, PRIMERA MUJER EN CORRER EN FÓRMULA 1

La italiana, nacida en 1926, se lanzó a la competición en el Campeonato Mundial de Fórmula 1 de Bélgica. En total, participó en tres Grand Prix de la mano de Maserati; de todos ellos, consiguió su mejor marca en el de Bélgica, donde quedó en décima posición. ●



1975

MARIA GRAZIA "LELLA" LOMBARDI, PRIMERA MUJER PUNTUADA EN LA FÓRMULA 1

La italiana consiguió medio punto al quedar en sexta posición en el Grand Prix de Barcelona, convirtiéndose así en la primera piloto femenina que accedía al sistema de puntos. Además, Lombardi fue la primera mujer que participó en la Deutsche Tourwagen Masters. ●

1978

UN ICONO DE LA ERA DEL AUTOMÓVIL: TAMARA DE LEMPICKA

Diosa de la era del automóvil con ojos de acero, así bautizó el New York Times a la artista Art decó gracias al excepcional autorretrato que esta se pintó, en el cual aparece al volante de un Bugatti verde, convirtiéndose en todo un icono de la mujer segura de sí misma e independiente. ●



Fuente: compramotucoche.es

Argentina, más conquistas pero aún insuficientes

El país latinoamericano se enfrenta a desafíos significativos para alcanzar una igualdad práctica así como la íntegra protección de los derechos humanos de su población

Con un Producto Interior Bruto (PIB) de más de 540.000 millones de dólares, si por algo se caracteriza la economía argentina es por sus valiosos recursos naturales. Recursos que han llevado al país a ser uno de los principales productores de alimentos, de la mano de la agricultura y la ganadería vacuna. En buena parte gracias a ellos, el país ha crecido sostenidamente durante la última década. Si bien, en los últimos meses, su economía transita debilitada, entre otras razones, por la caída de las exportaciones.

Con todo, Argentina, cuya población supera los 42 millones de habitantes, **sigue siendo hoy día una de las economías más grandes de América Latina** con una voz destacada en la formulación de políticas para la región gracias a su presencia en el G-20, donde representa junto a Brasil y a México a Latinoamérica.

En materia social, según datos de la Cepal, Argentina tiene una de las tasas de gasto público social más altas de América Latina. De hecho, en los últimos años, ha invertido fuertemente en salud y educación, áreas en las que se destina el 8% y el 6% del PIB, respectivamente. Además, ha priorizado el gasto social a través de diversos programas, entre los que se destaca la creación de la Asignación Universal por Hijo, un seguro social que otorga a personas que ganan menos del salario mínimo un beneficio por cada hijo menor de 18 años o hijo discapacitado y que alcanza a aproximadamente 3,7 millones de niños y adolescentes, el 9,3% de la población del país.

En el terreno de la igualdad de género, el país se enfrenta todavía a desafíos significativos para alcanzar esa igualdad en la práctica así como la íntegra protección de los derechos humanos de su población. Sin embargo, parece ir por buen camino. Según el último Informe Global de la Brecha de Género, que clasi-



Marcha 'Ni una menos'

fica el desempeño de 142 países respecto a la brecha entre mujeres y hombres en términos de salud, educación, economía e indicadores políticos, Argentina se ubica en el puesto 31 de estos 142 países.

Especialmente bien situado se encuentra precisamente el país en la categoría en que la brecha de género es más estrecha, la que hace referencia a la salud y supervivencia de las mujeres. Y es que esta brecha mundial es del 96%, ya que tan sólo 35 países han logrado cerrarla por completo Argentina es uno de ellos. Sin embargo, este índice sólo analiza las

expectativas de vida y la proporción hombre-mujer en el país. Es decir, no tiene en cuenta una realidad contra la que la sociedad civil viene movilizándose en los últimos meses, la violencia de género.

Y es que, cada 32 horas, una mujer es asesinada en Argentina como consecuencia de la violencia de género. El dato surge del informe anual 2014 que elabora el Observatorio de Femicidios en Argentina 'Adriana Marisel Zambrano' de la Asociación Civil Casa del Encuentro, y que recoge que en el año 2014 fueron asesinadas 277 mujeres. Las leyes hoy

vigentes (Ley de Protección Integral a las Mujeres o la Ley contra la Trata de Personas) respecto a los diferentes tipos de violencia contra las mujeres en Argentina son de muy reciente aprobación. De hecho, la incorporación del delito de femicidio al Código Penal, que es el agravante de homicidio por la condición de mujer, no tuvo lugar hasta el año 2012. Recientes avances, pero escasos aún, para un problema acuciante en la sociedad argentina y responsable del lema 'Ni una menos', que empezó a escucharse en las calles argentinas este mismo año y a escribirse en las redes sociales (#NiUnaMenos), para que el país no deje de hablar de los asesinatos machistas.

En cuanto a la representación de las mujeres en el ámbito político, Argentina ocupa el puesto 21 en el Informe Global de la Brecha de Género en la categoría en la que se valora la representación de las mujeres en las estructuras de toma de decisiones. Un puesto que obedece principalmente a dos factores, la presencia de una mujer en la presidencia del país (Cristina Fernández de Kirchner) y la alta participación de la mujer en el Congreso de la Nación como consecuencia de la Ley de Cupo que cumplió 20 años en 2011 y que establece que las listas de partidos políticos para cargos electivos nacionales deben tener como mínimo un 30% de candidatas mujeres. Gracias a esta Ley, y como afirma la Red Internacional de Información sobre Mujeres y Política, "la inclusión de mujeres en el parlamento favoreció la aparición de nuevas perspectivas sociales, nuevos temas en la agenda pública, especialmente en materia de igualdad de género y defensa de derechos".

La mujer argentina en el mercado laboral. En el otro lado de la balanza se sitúa el papel de la mujer en el mercado laboral, donde Argentina, en el Informe Global de la Brecha de Género, cae estrepitosamente hasta el puesto 96. En términos generales, se puede decir que en el país las mujeres han ido avanzando en su participación en el mercado laboral. Los cambios demográficos, la baja en la tasa de natalidad y la postergación en la edad de la maternidad, la propia necesidad del sistema económico o el acceso de las mujeres a la educación y el incremento de su nivel educativo, son algunos de los motivos de este avance aún insuficiente. Las mujeres siguen participando menos y peor en el mercado laboral.



Cristina Fernández de Kirchner

Según el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de Argentina, si bien las mujeres representan la mitad de la población, su tasa de empleo es más baja que la de los hombres (43,1% para las mujeres y 67,8% para los varones). Además, las que acceden al mercado de trabajo no lo hacen en igualdad de condiciones que los hombres. No ocupan puestos directivos de forma equitativa y no perciben los mismos salarios que los varones por el mismo trabajo.

Sin embargo, hay que destacar que la brecha salarial disminuye a medida que aumenta el nivel de calificación de las mujeres, dado que la calidad y condiciones del empleo mejoran (las brechas salariales son de 20% entre los trabajadores del nivel profesional, 23% del nivel técnico y 18% operativo). Por el contrario, las brechas aumentan entre los trabajadores sin calificación (36%). Paralelamente, las trabajadoras en negro ganan un 40% menos que sus compañeros.

La desigualdad entre los salarios de hombres y mujeres en algunos puntos del país (Comodoro Rivadavia, Bahía Blanca, Neuquén, Santiago del Estero, entre otras) la brecha salarial media es mayor al 30%. El crecimiento económico en sí mismo no implica que haya una mejor redistribución del ingreso. Lo mismo ocurre con las brechas de género: necesitan políticas activas que apunten a modificar una dinámica que en la actualidad restringe las posibilidades laborales de las mujeres. Sólo dos cifras más: según la argentina SEL

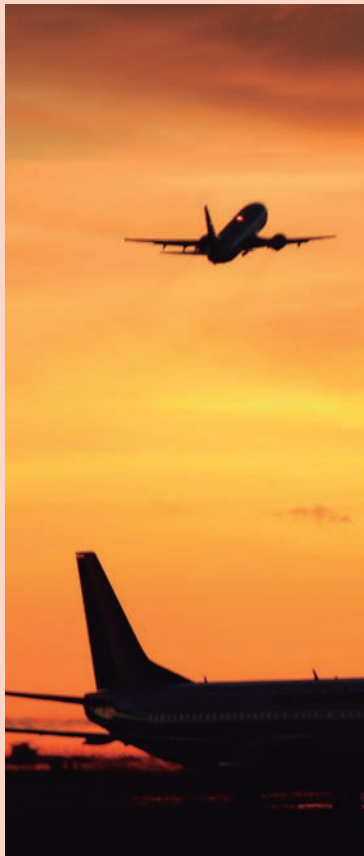
Consultores, el 75% de las empresas no cuenta con un plan específico de diversidad y promoción del talento femenino, y según el sondeo 'Mujer y trabajo' elaborado por Grupo RHUO, casi el 68% de las argentinas consultadas considera que las probabilidades de obtener un puesto o un ascenso laboral se reducen al tener un hijo menor de cinco años. La realidad sigue demostrando que, a pesar de los avances, aún existen patrones culturales y estereotipos difíciles de revertir que, en definitiva, vulneran sus reales posibilidades de crecimiento.

Con este panorama, no es de extrañar las propias declaraciones de la presidenta del país, Cristina Fernández, el pasado mes de septiembre en la reunión sobre 'Igualdad de Género y Empoderamiento de la Mujer: Un Compromiso a la Acción' en la sede central de la Organización de Naciones Unidas (ONU), donde advirtió que, a pesar de que Argentina cuenta con una mujer como jefa de Estado, "la discriminación aún permanece". "Soñar con igualdad de género en un país inequitativo, con grandes brechas sociales, es simplemente retórica o ilusión", afirmó la presidenta.

Conclusión, falta mucho por hacer. Ahora, el nuevo Gobierno resultante de las elecciones del pasado mes de octubre tiene la obligación, no sólo de proseguir y afianzar los programas sociales aprobados en los últimos años, sino también de trabajar por pasar de la igualdad formal a la igualdad real. ●

MUJERES PILOTO, EN INDIA

Las mujeres podrán pilotar aviones de combate indios de las Fuerzas Aéreas. Así lo anunciaba el pasado octubre el jefe de las Fuerzas Aéreas de India, Arup Raha, dando así por hecho uno de los reclamos que durante años venían solicitando las mujeres que forman parte del ejército indio. “Tenemos mujeres en el ejército que ya pilotan helicópteros y aviones de transporte, por lo que ahora planeamos introducir las mujeres en la división de combate, para satisfacer las exigencias de las mujeres jóvenes en India”, ha señalado Raha. El anuncio por parte de Raha ha llegado después de que hace unos meses el ministro de Defensa del país, Manohar Parrikar, dijera que no podían permitirlo por una cuestión de seguridad, ante el temor del Gobierno a que las mujeres puedan ser raptadas, torturadas o violadas. ●



900 MUJERES, CANDIDATAS EN LAS ELECCIONES MUNICIPALES DE ARABIA SAUDÍ

Casi 900 mujeres han presentado su candidatura para las elecciones municipales que se celebrarán el próximo 12 de diciembre en Arabia Saudí, unos comicios en los que por primera vez podrán votar y ser candidatas. Según los datos publicados por el Ministerio de Asuntos Municipales y Rurales y recogidos por ‘Saudi Gazette’, un total de 6.140 candidatos se han registrado para optar a los puestos en los 284 consejos municipales que se elegirán en todo el reino.

Arabia Saudí es uno de los países en los que los derechos de las mujeres están más coartados. Según Amnistía Internacional, “sufren una discriminación sistemática en la ley y en la práctica” pese a los “pequeños pasos hacia delante” dados, como el que se les haya autorizado a votar. ●



MÉXICO: FORO GLOBAL DE MUJERES PARLAMENTARIAS

Del 7 al 9 de octubre en Ciudad de México tuvo lugar la celebración del Foro Global de Mujeres Parlamentarias (WIP). Una cita en la que se resaltó la importancia de trabajar y abrir espacios a este género en diferentes sectores y reducir la brecha del tiempo para la participación y empoderamiento del sector. El presidente de la Mesa Directiva del Senado, Roberto Gil Zuarth, fue el encargado de inaugurar el foro aprovechando su intervención para recordar que en México no se ha cerrado la brecha histórica de la desigualdad material entre los derechos de los hombres y las mujeres. Zuarth explicó que los derechos de las mujeres siguen sin ser reconocidos como derechos humanos, pues todavía se tienen que promover legislaciones especiales y acciones afirmativas para que se respeten, desde el Congreso de la Unión o legislaturas locales. El senador Gil Zuarth comentó que hay avances importantes, ya que actualmente el 40% del Congreso de la Unión, y casi 35% del Senado, está ocupado por mujeres; sin embargo, esta “afortunada” realidad es aún insuficiente. Por su parte, Silvana Koch-Mehrin, fundadora de Women in Parliaments (WIP), señaló que trabajar a favor de los derechos de la mujer no significa ceder, sino cerrar la brecha para tener una gobernanza. ●



PRIMERA 'CIUDAD MUJER' EN HONDURAS, EN 2016

Con la finalidad de brindar atención integral a las mujeres, el próximo mes de mayo será cuando comience a operar en Honduras la primera 'Ciudad Mujer', un exitoso modelo de atención de mujeres víctimas de violencia y maltrato. En concreto se tratará de centros en los que se atenderán de forma integral a mujeres en situación de vulnerabilidad, con especialistas en salud sexual y reproductiva, atención de la violencia de género, autonomía económica, educación colectiva y atención infantil.

En concreto en Honduras se construirán en total tres centros: uno en la capital, otro en San Pedro Sula y otro más en el occidente. Con este objetivo, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) ya ha aprobado un préstamo de 22 millones de dólares para construirlos y equiparlos. Sobre 'Ciudad Mujer', Ana Madrid, titular del Instituto de las Mujeres de Honduras, ha afirmado que en la capital hondureña ya se cuenta con el espacio físico donde se construirá la ciudad. ●



PARAGUAY, SEDE DEL XXVI CIME

La ciudad de Asunción en Paraguay ha sido este año la encargada de acoger la celebración del XXVI Congreso Iberoamericano de Mujeres Empresarias 2015 (CIME), una cita anual que cada año convoca la Federación Iberoamericana de Empresarias FIDE y que, en esta ocasión, ha estado organizada por la Asociación Paraguaya de Empresarias, Ejecutivas y Profesionales. Y es que esta cita internacional, celebrada el pasado mes de octubre, se realiza anualmente de forma alterna en un país de América del Sur y un país de la Península Ibérica (España-Portugal). El lema del Congreso de esta edición ha sido: 'Pymes, motor de la economía mundial'. ●

ROMPIENDO BARRERAS 'DESDE LA MIRADA'

Mujeres de varios países integran ya el colectivo 'Desde la mirada', iniciado hace apenas cuatro años como un proyecto personal de la escritora ecuatoriana Ghislaine Izaguirre, para superar a través del arte las barreras impuestas a las mujeres. Actualmente, este empeño aglutina a 120 mujeres de Angola, Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Cuba, España, México, Estados Unidos, Venezuela, Francia, Irán, Suiza, Alemania, Rusia, Portugal y el país sede, Ecuador. La propia Izaguirre ha convertido su casa en espacio para las exposiciones que han llegado también a la sede del Ministerio de Cultura; la Fiesta de la Cultura Iberoamericana, en Cuba; la Feria Internacional del Libro, el Centro español de Quito; o la Feria de Baricharte, en Colombia.

Destacar que más allá de las artes plásticas, las acciones culturales incluyen el desarrollo de talleres y varios textos, entre ellos Diarios de Mujeres 'Cazadas'. 'Desde la mirada' está integrado por pintoras, escultoras, cineastas, fotógrafas, escritoras, poetisas, artesanas, "teatreras", maestras de danza, psicólogas, correctoras de textos, editoras, estudiantes, amas de casa y promotoras de arte. ●



FUNDACIÓN
ATLANTIC COPPER

Con el futuro de Huelva



Comprometidos con el desarrollo humano,
social, cultural y medioambiental de la provincia.

www.fundacion-atlantic-copper.com



La ventana Isabel GARCÍA

redacción@mujeremprendedora.net

Coherencia, realidad y Photoshop

“Verte y no reconocerte, descubrir que tu imagen está en manos de personas que tienen un sentido de la belleza absolutamente irreal”. Así se expresaba el pasado mes de octubre la actriz Inma Cuesta en su cuenta de Instagram al ver su imagen completamente retocada en un reportaje promocional de su nueva película ‘Los miércoles no existen’ y publicado en la portada de un dominical. “Indignada como mujer”, decía, su voz servía para dar la voz de alarma sobre el uso excesivo de una herramienta conocida por todos, el Photoshop, para conseguir la belleza ideal o, más bien, la belleza irreal.

Sin embargo, no es ni mucho menos la primera vez que se desata la polémica por un retoque excesivo. De hecho, hace tan solo unos días, la firma ‘Victoria’s Secret’ publicaba por error una foto en su Facebook en el que aparecía una modelo sin uno de sus glúteos. Su piel estaba totalmente lisa, sin los pliegues propios de la unión con el muslo. La polémica estaba servida.

Que los medios tenemos la capacidad de manipular la imagen que otros miran es algo ya prácticamente asumido por todos. Caras sin apenas expresividad, rostros planos, pelos de muñeca, mujeres de 40 que aparentan 20, cinturas imposibles, cutis de tersura inalcanzable, sonrisas de diseño, ... es el día a día de las portadas de revistas de moda, prensa rosa o imágenes publicitarias que, al fin y al cabo, perduran en nuestras retinas como si de una verdad absoluta se tratase. Un retoque por aquí y otro por allá pero, ¿cuáles son las líneas que no se debe traspasar? ¿Cuál es la responsabilidad de cada uno con la imagen que la gente recibe?

Las palabras de Inma Cuesta han servido, gracias a la difusión de su mensaje por las redes sociales, para abrir una puerta a la reflexión. Porque una cosa es retocar el color o la luminosidad de una imagen y otra, muy diferente, transformar la anatomía de una mujer para que encaje en un estereotipo de mujer perfecta. Porque no se puede negar que el Photoshop es una herramienta útil, eso sí, útil siempre que se utilice con sentido común, coherencia y no altere

las proporciones del ser humano lanzando un mensaje equivocado sobre la imagen de la mujer, estableciendo un canon de belleza tan inalcanzable como irreal.

Un mensaje equivocado que no todos son capaces de captar. Y es que no todo el mundo, especialmente el público más adolescente, es capaz de ver que detrás de una imagen está la ‘barita mágica’ del Photoshop. Que eso que ve y que eso que anhela no es real. Los cánones de belleza irreales son, según los expertos, una de las fuentes de insatisfacción y descontento con la propia imagen más comunes entre las mujeres, y esto, indican, tiene una fuerte repercusión entre las generaciones más jóvenes. Este tipo de impacto puede derivar en otros trastornos más graves re-

lacionados con la autoestima y la percepción de la propia imagen.

Es hora de ser realistas. Es hora de pensar en la realidad. Es hora de hacer ver que el cuerpo de una mujer es ya, de por sí, sexy sin retoques. Es hora de ver mujeres reales, con curvas o sin ellas pero reales. Es hora de aceptar y tolerar la diversidad biológica que tienen los cuerpos en la humanidad, lo que por otro lado resulta una grandeza. Cuerpos imperfectamente únicos y humanos. ●



Una apuesta en femenino por el ámbito STEM



Un incremento de mujeres en el sector STEM impulsaría la economía

STEM es el acrónimo en inglés de ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas. Disciplinas que, aunque se han caracterizado por un progresivo incremento de la mujer a lo largo de los últimos años, aún están lejos de la plena equidad. Éste es un debate recurrente

y de gran relevancia, que ha ido adquiriendo una importancia creciente. Tanto es así, que la dimensión de género en ciencia y tecnología se encuentra en la próxima agenda de diversos organismos internacionales e instituciones, gobiernos y empresas del sector.





Los últimos datos del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad relativos a 2013, muestran que **las mujeres empleadas en el sector I+D en España alcanzan el 40,16%**. Un porcentaje que disminuye, aún más, en el área de las tecnologías físicas. Así, un informe del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) muestra que las investigadoras especializadas en esta disciplina tan sólo cubren el 20, 45% de su centro, muy por debajo de otras disciplinas. Con respecto al sector de la informática, los datos tampoco son optimistas, ya que el género femenino ocupa un porcentaje inferior al 25% de los empleos de esa industria, desde un punto de vista internacional.

A pesar de las cifras, la brecha se reduce cada año gracias al esfuerzo de numerosas empresas del sector STEM que fomentan e impulsan políticas de contratación femenina, con el objetivo de poner fin a esta dinámica y equilibrar la balanza de la igualdad. Pero aun así, esta tendencia que ha caracterizado el contexto socio-laboral durante años, no puede cambiar drásticamente de la noche a la mañana, por lo que a pesar de los programas de género de determinadas compañías, los resultados no son optimistas.

Así, mientras que Apple y Google cuentan con un 30% de mujeres en su plantilla, Yahoo ha hecho un poco mejor sus deberes y ha conseguido alcanzar el 37% de empleabilidad femenina.

Es importante recalcar que la desigualdad de género en el ámbito STEM no sólo se limita a una mayor o menor visibilidad de la mujer, sino que también se ha caracterizado por una indiscutible dificultad para acceder a los puestos directivos y de responsabilidad de las grandes compañías, además de por poseer salarios inferiores frente a sus compañeros.

Una de las hipótesis de estas cifras teñidas por la desigualdad se atribuye a la formación. Desde el punto de vista educativo, **la presencia del género femenino en las carreras científicas y tecnológicas es considerablemente inferior a la de sus colegas masculinos**. Así, según 'The Global Gender Gap Report', publicado en el año 2014, el porcentaje de mujeres que estudian carreras enmarcadas en el ámbito STEM en España se encuentra en el 31,69%.

Previsiblemente, el hecho de que las jóvenes apenas se decanten por una formación técnica repercute en que el ámbito STEM sea mayoritariamente masculino. Girls in Tech es una organización que potencia la participación de la mujer en la tecnología y fomenta su espíritu emprendedor, con el fin de contribuir al impulso del éxito profesional en proyectos relacionados con estos sectores. Fundada en febrero 2007 por Adriana Gascoine, se ha puesto en marcha en España este año de la mano de Elena Cruz, Molly Sears-Picavey, Marina Serranodad y Valeriya Zaytseva con el nombre de Girls in Tech Spain. Estas cuatros profesionales del

ámbito STEM plantean un incremento de la presencia femenina del sector actuando desde edades tempranas. Con este objetivo, han diseñado una serie de iniciativas como talleres que fomentan la pasión del género por las matemáticas o la física y dan a conocer las ventajas que tienen las profesiones relacionadas con las disciplinas STEM además de la historia de mujeres que han jugado un papel muy importante en el desarrollo de la tecnología. Asimismo, Girls in Tech también tiene una serie de programas específicos para mujeres que ya están trabajando en el sector con el fin de que su contribución al desarrollo tecnológico sea cada vez más valorada y, ante todo, demandada.

Diversos estudios ponen de manifiesto que la creciente incorporación de las mujeres en el sector STEM impulsaría la economía y se traduciría en una mayor rentabilidad del tejido empresarial. **Incorporar la perspectiva de género en las disciplinas tecnológicas, favorece un cambio de actitud frente a los prejuicios sociales**. De este modo, la escasa representación femenina en el ámbito puede influenciar negativamente tanto desde un punto de vista económico como social.

En definitiva, es fundamental que los organismos internacionales y los gobiernos fomenten el incremento de la presencia femenina en el ámbito STEM, tanto desde el punto de vista educativo como laboral, con el fin de erradicar la desigualdad en el sector y contribuir a un mayor crecimiento, económico y empresarial, lo que repercutirá directamente en la evolución de estas disciplinas y, en consecuencia, de la sociedad.

María Cano Rico

Fuente:

- Unión Europea. She Figures. 2013.

- Foro Económico Mundial. The Global Gender Gap Report. 2014.

“Ser mujer no debe ser un desafío en el mundo de la tecnología”

Girls in Tech es una organización sin ánimo de lucro cuyo objetivo es potenciar la participación de la mujer en la tecnología y fomentar su espíritu emprendedor. Esta entidad, fundada en febrero 2007 por Adriana Gascoine, tiene su sede principal en San Francisco y sucursales en más de 27 países de Asia, América del Norte, América del Sur, África, Oriente Media y Europa

El pasado mes de marzo, Elena Cruz, Molly Sears-Piccavey, Marina Serrano y Valeriya Zaytseva impulsaron este proyecto en España y en apenas medio año Girls in Tech Spain cuenta con más de un centenar de inscritas y cada día recibe nuevas peticiones de colaboración y participación por parte de empresas privadas, entidades públicas y particulares

¿Con qué objetivo nació Girls in Tech?

Girls in Tech nació de la necesidad de proporcionar una comunidad donde las mujeres pudieran cultivar ideas en torno a sus carreras profesionales relacionadas con la tecnología y el emprendimiento. Se crea con un enfoque inclusivo que permita la promoción, el crecimiento y el éxito de las mujeres en el ámbito de ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas.

¿A quién está dirigido Girls in Tech?

Girls in Tech incluye distintos perfiles de mujeres, de distintas áreas y edades: startups, grandes compañías, emprendedoras, estudiantes universitarias y niñas que se encuentran en colegios e institutos.

¿Qué les impulsó a embarcarse en el proyecto Girls in Tech Spain?

Nuestro día a día se desarrolla en el mundo de la tecnología. Éramos y somos conscientes de la necesidad de equilibrar la balanza. Nuestra presencia en las aulas universitarias en carreras técnicas es escasa y en el ámbito laboral

la situación se repite. Nos sentimos una pieza más en el equipo, pero es necesario incrementar nuestra presencia.

Nos encanta nuestra profesión y, nos gustaría transmitir esta pasión, creando esta comunidad que potencia la diversidad en STEM y con ello, las grandes ventajas que aporta; y, de este modo, acabar con los estereotipos y la falta de referentes. Ser mujer no debe ser un desafío más en el mundo de la tecnología.

¿Cómo ha sido el proceso de dar a conocer Girls in Tech en España y qué acogida ha tenido hasta el momento?

Lanzamos el proyecto en marzo 2015, con un evento en el que tuvimos la suerte de contar con mujeres relevantes del ámbito STEM a nivel nacional y, a partir de ese día, continuamos a través de redes sociales y prensa, así como en las diferentes actividades que hemos colaborado con otras entidades. Actualmente, somos más de 100 inscritas en Girls in Tech España y cada día nos llegan nuevas peticiones de colaboración y participación por parte de otras empresas privadas o entidades públicas, así como particulares.

Es pronto para preguntar, pero si hacen balance desde la fundación, ¿creen que Girls in Tech Spain está cumpliendo los objetivos con los que nació?

Sí, desde el momento que lanzamos Girls in Tech Spain hace seis meses, no hemos parado. Nos ha sorprendido el gran interés que existe y cómo desde diferentes ámbitos y distintos perfiles nos han pedido colaboración y nos han mostrado interés en formar parte de esta comunidad.

¿Qué objetivos plantean desde Girls in Tech a corto y largo plazo?

Incrementar la conciencia de los perfiles de STEM entre las mujeres en España; animar a las mujeres a considerar la formación y carreras profesionales en el ámbito de STEM;



Elena cruz, Marina Serrano y Molly Sears-Piccavey

tratar de analizar los factores que influyen a las mujeres para seleccionar carreras técnicas o acciones emprendedoras a edades tempranas; crear una red de emprendimiento e innovación en el área técnica que proponga acciones para inspirar y animar la promoción y el éxito de la mujer en el ámbito de STEM; identificar fortalezas y debilidades de la mujer en el ámbito de STEM en negocios y llevar a cabo acciones para actuar sobre estas; cubrir el hueco existente de las mujeres en el ámbito de la tecnología, focalizando en el incremento del número de mujeres en compañías de tecnología y miembros de equipos directivos en el sector STEM y aumentar la conciencia en estas compañías para promocionar las ventajas que supone la diversidad en los equipos de trabajo.

¿Girls in Tech Spain ha recibido apoyo o subvención de alguna entidad?

Telefónica I+D “amadrinó” nuestro lanzamiento. Y, como hemos comentado, Girls in Tech España forma parte de una organización

internacional, de modo que también se buscan sponsorizaciones a nivel internacional

En septiembre participaron en el evento XSpain 2015 ¿Qué balance hacen?

XSpain fue un evento que tuvo lugar entre el 10 y el 12 de septiembre en Madrid, uniendo profesionales en tecnología, cine, música y emprendimiento. La verdad es que estamos encantadas de haber podido participar en algo como xSpain, donde dimos una charla sobre el papel de la mujer en el ámbito tecnológico. La acogida fue buena y estamos ya en contacto con varias personas y organizaciones que conocimos en este evento para explorar vías de colaboración.

Asimismo, ¿podrían mencionarnos otros encuentros en los que haya participado Girls in Tech Spain desde su nacimiento?

Desde nuestro nacimiento hemos participado en varios eventos, además de en nuestro propio evento de inauguración. Estuvimos en las XIV Jornadas Profesionales ‘Contenidos

“Creemos que para emprender es muy importante tener una idea muy clara y una dosis muy fuerte de ilusión”

Digitales: Una Industria Global y Transversal en Sevilla', hemos colaborado con el Campus Tecnológico para Chicas que organiza la Universidad de Granada, asistimos al TEDxBarcelonaWomen, a la presentación de los resultados de la encuesta sobre la escasa presencia femenina en la profesión de TI en el Instituto de la Mujer, en el ya mencionado xSpain...y en Octubre hemos tenido el Hackathon por la Diversidad con Fundación Telefónica... ¡nos faltan horas al día!

Girls in Tech tiene su sede principal en San Francisco y sucursales en países de Asia, América del Norte, América del Sur, África, Oriente Media y Europa. ¿Llevan a cabo el diseño de proyectos o estrategias comunes?

Sí, aparte de las actividades que organizamos internamente en cada capítulo y país, mantenemos una serie de acciones comunes, por ejemplo: becas para estudiantes, conferencias y competiciones para emprendedores, etc. Y, entre todos, diseñamos estrategias para implementarlas. Intentamos aprender y mejorar cada día y todas las sedes perseguimos un mismo objetivo. Mantenemos reuniones globales y discutimos los distintos proyectos nacionales e internacionales en marcha.

¿Qué opinan de la presencia de la mujer en el mundo de la tecnología?

Creemos que la presencia de la mujer en tecnología es algo necesario. El número de mujeres en este ámbito deberían aumentar, ya que en la actualidad es demasiado bajo y esto hace que el potencial creativo que tenemos las mujeres no se esté incluyendo como parte de la cadena de valor de desarrollo de productos. Es importante que la visión de las mujeres se incorpore a los productos tecnológicos, ya que así se desarrollarán mejores productos y más adaptados a las necesidades de los clientes finales (en los que sí hay paridad entre hombres y mujeres). El porcentaje de mujeres en tecnología sigue manteniéndose más o menos estable en los últimos años, y es por eso que nos decidimos a lanzar Girls in Tech en España.

Desde Girls in Tech ¿qué tipo de iniciativas se ponen en marcha para fomentar el protagonismo femenino en este ámbito?

Ponemos en marcha iniciativas a varios niveles: desde niñas o adolescentes a profesionales que están desarrollando su carrera en disciplinas técnicas. En el caso de las niñas,

intentamos que no pierdan el interés por las asignaturas y conocimientos técnicos, así como dar a conocer la historia de mujeres que han triunfado en este ámbito para que les sirvan de inspiración; participamos también en actividades para adolescentes o chicas en etapas pre-universitaria o universitarias. Asimismo, para aquellas mujeres que ya se han incorporado al mercado laboral, estamos lanzando ahora un programa de Mentoring con el que estamos muy ilusionadas. La idea es que las mujeres que nos dedicamos a esto seamos cada vez mejores profesionales

El número de mujeres en las carreras relacionadas con la ingeniería y la tecnología es considerablemente inferior a la de sus colegas masculinos. ¿A qué creen que se debe?

Creemos que se debe a una combinación de factores que hacen que, desde pequeñas, haya pocas niñas que se decanten por seguir una formación técnica: falta de conocimiento sobre ejemplos de mujeres que han contribuido activamente a que la tecnología actual sea lo que es, como Ada Lovelace, cuyo día se ha celebrado en octubre; el que los padres no sepan muy bien cómo motivar a las niñas a las que les gustan las disciplinas técnicas a que sigan esa vía; el que la sociedad en general vea este tipo de carreras como masculinas o para 'frikis'... todo esto al final contribuye a que haya muchas vocaciones que se quedan en el camino.

¿Cómo creen que se podría fomentar la presencia femenina en este tipo de estudios?

Nuestro planteamiento es que hay que atacar tanto en aquellas etapas en las que las chicas se están formando como cuando ya las mujeres se han incorporado al mundo laboral. En el caso de la etapa de formación, queremos trabajar con niñas en talleres que les ayuden a seguir interesándose por las matemáticas o la física, dándoles a conocer las ventajas que tienen las profesiones relacionadas con disciplinas STEM y la historia de mujeres que han jugado un papel muy importante en el desarrollo de la tecnología.

Asimismo, ¿qué recomendarían a las mujeres que se plantean la posibilidad de sumergirse en este ámbito profesional?

Que se atrevan y se lancen. Son trabajos tan creativos y cambiantes que nunca se van a aburrir, pueden reinventarse profesionalmen-

te cada día y nunca van a dejar de aprender. A nosotras nos encanta nuestra profesión y nos gustaría poder transmitir a las mujeres que están pensando en dedicarse a esto la pasión por nuestro trabajo.

¿Piensan qué las empresas están llevando a cabo medidas para equilibrar el número de mujeres y hombres en su plantilla así como en los puestos de responsabilidad?

Creemos que sí. Se ha demostrado que los equipos diversos mejoran la productividad y el resultado, por lo que el interés de las empresas en incorporar mujeres a sus equipos es algo real. El problema, como comentábamos antes, es que el número de mujeres con formación técnica sigue siendo bajo, y hay un cierto porcentaje de mujeres técnicas que evolucionan sus carreras hacia otro tipo de perfiles. Por ello, es muy importante conseguir que las mujeres sigamos programando y contribuyendo técnicamente a lo largo de toda nuestra vida laboral.

En la actualidad, ¿qué opinan de la posibilidad de emprender en España en el ámbito STEM?

Creemos que para emprender es muy importante tener una idea muy clara y una dosis muy fuerte de ilusión. El camino del emprendedor es un camino difícil y complicado, pero con ganas todo se supera, y la satisfacción de ver tu propia empresa en marcha es algo que merece la pena. El sector tecnológico es muy dinámico y eso hace que haya que recorrer ese largo camino más rápido que en otros sectores, pero también es un sector donde las oportunidades de crecimiento son muy grandes, por lo que también hay más campo de exploración para nuevos productos.

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

Que se lancen y si tienen una idea la lleven a cabo. Las mujeres solemos tener buenas habilidades comunicativas, por lo que esa fase de hablar con el cliente es algo que sabemos hacer bien.

Por el contrario, solemos ser también más conservadoras, y eso hace que no nos atrevamos tanto a probar nuestros productos en el mercado... hay que perder el miedo. ●

María Cano Rico

La revista

con toda la información

necesaria

para conocer el

mundo

empresarial



SECTOR EJECUTIVO

Paseo de Santa María de la Cabeza, 42 ■ 1º ■ 28045 MADRID (España) ■ Tel. +34 91 539 28 50 ■ Fax + 34 91 467 37 16

sector-ejecutivo.com ■ sectorejecutivo@telefonica.net

“Los videojuegos son la forma de expresión artística definitiva”

Valeria Castro es desarrolladora de videojuegos y cofundadora de Platonic Games, una compañía que nació en 2015 y se dedica al desarrollo de juegos para plataformas móviles y tablets. ‘Sweet Sins’ ha sido el primer videojuego lanzado por Platonic Games y ahora están a punto de publicar el segundo que, bajo el título ‘Cartesian’, ha recibido unas críticas excelentes. Tal y como señala Valeria, “hay algo mágico en crear un juego de la nada”

¿Podría hablarnos de su trayectoria académica y profesional?

Empecé estudiando Publicidad y RR.PP. porque me imaginaba a mí misma organizando grandes eventos de videojuegos y lanzando las campañas más exitosas de la historia (¡pero Sandi Gardiner se me ha adelantado!). Me especialicé en diseño gráfico, lo que me dio la oportunidad de trabajar en países tan diferentes como Alemania o China y, finalmente, me animé con un Máster de Informática Gráfica, Juegos y Realidad Virtual.

¿Cuándo y qué le llevó a sumergirse en el mundo de la creación de los videojuegos?

Llevo toda mi vida jugando y disfrutando de la extensa variedad de experiencias que ofrecen los videojuegos. Pero no supe que quería crearlos hasta que tuve 20 años y asistí por primera vez a un evento internacional de videojuegos, en el cual tuve la suerte de conocer a gran cantidad de desarrolladores. Desarrolladores que, pese a tener perfiles de lo más variopintos, compartían algo en común: a todos les brillaban los ojos cuando hablaban de sus proyectos. Me sentí identificada, parte de todo aquello. Fue entonces cuando decidí que quería unirme al club de los ojitos brillantes (¡y lo conseguí!).

La creación de videojuegos tiene diversas fases ¿en cuál de ellas está especializada y con cuál disfruta más?

Actualmente estoy “especializada” en el ámbito de la Producción, coordinando equipos y

proyectos y asegurándome de que se cumplen los plazos y presupuestos. Pero de la parte que más disfruto, con diferencia, es la del diseño de juegos. Hay algo mágico en crear un juego de la nada. He descubierto más cosas sobre mí misma en estos últimos años creando juegos que en todo el tiempo que pasé leyendo e investigando sobre cómo crearlos.

Platonic Games desarrolla juegos para plataformas móviles y tablets. ¿Cuándo y cómo surgió?

Platonic Games nace en Febrero de 2015 cuando mi socio Álvaro Gutiérrez y yo decidimos que era hora de lanzarse a la piscina. Decidimos que era momento de dejar de simplemente tener ideas y empezar a ejecutarlas. A día de hoy puedo decir que ha sido una de las mejores decisiones que he tomado en mi vida.

¿Cómo es su día a día en Platonic Games?

Siempre que me lo preguntan respondo que “me levanto, y 16 horas y 5 téis más tarde, me acuesto”. Mi día a día es tan intenso y caótico que no sabría por dónde empezar. Un posible acercamiento incluiría: definir/redactar documentos con el diseño y balanceo de los juegos, diseñar y hacer análisis de usabilidad de las interfaces, testear los avances y corregir bugs, mantener al día las redes sociales, responder a dudas/sugerencias de jugadores, analizar las métricas de nuestros juegos (y los de la competencia), organizar nuestros espacios en distintos eventos, responder cientos de mail, etc.

¿Qué factores le impulsan a crear un videojuego?

La pregunta es, ¿quién no querría crear un videojuego? Para mí, los videojuegos son la forma de expresión artística definitiva. Combinan a la perfección lo narrativo y lo visual y añaden a la mezcla el toque extra que los convierte en algo único: la interactividad.

¿Podría hablarnos de los videojuegos creados por Platonic Games?

Pretendemos desarrollar 4-6 proyectos en un año, diferentes entre sí y diferentes de todo lo que hemos hecho hasta ahora. ‘Sweet Sins’ fue nuestro primer juego como Platonic Games y, aunque tiene sus defectillos, estamos muy satisfechos con el resultado. Ahora estamos a puntito de lanzar el segundo, ‘Cartesian’, que ha recibido unas críticas excelentes y estamos ansiosos por publicarlo.

¿Qué estrategias comerciales han llevado a cabo para impulsar Platonic Games?

Mentiría si dijera que planteamos estrategias comerciales desde el principio. Lo cierto es que pecamos de ingenuos e improvisamos sobre la marcha. Pero bueno, ¡todavía estamos aprendiendo! Ahora tenemos un plan de negocio y visión de futuro, por lo que resulta más fácil definir y planificar las estrategias a seguir.

Desde que fundaron Platonic Games, ¿cuáles son los principales obstáculos que se han encontrado en esta aventura empresarial y qué destacaría como lo más gratificante?

El mayor obstáculo lo tenemos a nivel burocrático-empresarial. Se nos exigen las mismas condiciones que a macro-estructuras empresariales sin disponer de los recursos y capacidades de las mismas. El marketing también nos supone un esfuerzo extra por el sacrificio en tiempo y recursos que requiere.

Lo más gratificante es que invertimos toda nuestra energía en crear proyectos afines a nosotros y disponemos de libertad para desarrollarlos a nuestro ritmo, sin perder la ilusión por el camino.



Valeria Castro es desarrolladora de videojuegos y cofundadora de Platonic Games

Si hace balance desde la fundación de Platonic Games, ¿cuáles cree que son las claves para emprender un proyecto en la actualidad?

Lo manido sería hablar de energía y pasión (aunque estoy de acuerdo en que son muy necesarias), pero creo que **lo más importante de emprender es que te obliga a enfrentarte al fracaso**. Es algo que no se nos enseña y es tan importante saber lidiar con el éxito como con el fracaso. Nos bombardean todo el tiempo con historias de éxito, felicidad y amor y apenas se publican historias de fracaso, angustia y pérdida; tan reales (si no más) como las primeras. El optimismo extremo al que estamos sometidos puede llegar a resultar más dañino que beneficioso. Dicho esto, considero que emprender es difícil y aterrador, pero necesario, porque nos impulsa a crecer tanto a nivel personal como profesional.

El mundo de los videojuegos es considerado como un sector mayoritariamente masculino. ¿A qué cree que se debe?, ¿considera que la tendencia está cambiando?

Aunque no lo parezca por la cantidad de infraestructura que mueve actualmente, la industria del videojuego es todavía muy, muy

joven. Teniendo esto en cuenta, y sabiendo que los videojuegos, consolas y ordenadores se vendían en los 80-90 como productos orientados al mercado masculino, resulta lógico encontrar más hombres que mujeres en la industria actual. Con el paso del tiempo (y con cierta ayuda y responsabilidad social por nuestra parte) cada vez habrá más jugadoras y, por ende, más mujeres interesadas en formar parte del ámbito profesional del videojuego.

¿Cómo se podría impulsar un incremento de mujeres en el sector?

Hace falta un empujón social. En general, no sólo en el sector del videojuego. Hay que deshacerse de los roles impuestos y empezar a educar. Educar de verdad, dejando prejuicios y 'verdades absolutas' a un lado. Niños y niñas nacen con las mismas habilidades y talentos, pero la desigualdad les asalta muy temprano. Tenemos que pelear todos juntos para que, desde pequeños, se nos ofrezcan las mismas oportunidades independientemente de nuestro género.

Madrid Games Week tuvo lugar la primera semana de octubre ¿Qué valoración hace del encuentro?

Muy positiva. Pese a los problemas técnicos con los que tuvimos que lidiar el primer día (algo habitual en eventos de estas características), la acogida por parte de los medios y los asistentes ha sido increíble.

¿Qué supone este tipo de encuentros para empresas como Platonic Games?

Un evento como la MGW nos permite principalmente recopilar feedback de los usuarios. Es una oportunidad fantástica para analizar las reacciones de los jugadores: ver qué funciona y qué no.

Además, conseguimos un plus de visibilidad, que siempre viene bien, y compartimos unos días con otros desarrolladores de la industria, que siempre es instructivo (¡y divertido! No todo tiene que ser trabajo, trabajo y más trabajo).

¿Qué le recomendaría a aquellas personas que se plantean la posibilidad de introducirse en el mundo de la creación de los videojuegos?

Siempre doy dos consejos a las personas que quieren desarrollar juegos:

1. Haced juegos. A hacer juegos se aprende haciendo juegos (y jugándolos). Por suerte, actualmente disponemos de un sinfín de recursos que nos permiten crear videojuegos a bajo coste y con equipos pequeños.
2. Hacedlos con cabeza. Buscad proyectos acordes a los recursos de los que dispongáis. Puede que tengáis una idea buena y ultra original, pero si requiere de un equipo de cincuenta personas trabajando a jornada completa durante tres años, y en realidad sólo sois dos, NO se puede. Id poco a poco, analizad y aprovechad lo que tenéis y tirad adelante con eso. Como poco, habréis ganado experiencia y conocimientos que podréis aplicar a futuros proyectos más ambiciosos. Y como colofón: MOVEOS. Id a eventos, conferencias, charlas y Meetups. A Game Jams. Uníos a grupos de discusión de Facebook y LinkedIn. A foros. Seguid a desarrolladores nacionales e internacionales en Twitter y canales de Youtube. Escuchad podcast. Leed la prensa especializada y bloggers. Interesaos. Aprended. Profundizad. Y, casi sin daros cuenta, estaréis formando parte de una de las industrias más apasionantes, solidarias y enriquecedoras (a nivel económico, sí, pero especialmente a nivel personal) del mundo. ●

María Cano Rico



LAS MEJORES DIRECTIVAS DE RRHH

El pasado 22 de octubre se dieron a conocer las ganadoras de los I Premios Iniciativas y talento organizados por Adecco y DKV Seguros Médicos junto a Womenalia. Más de 80 asistentes, profesionales del mundo de los recursos humanos, de la comunicación, financieros, entre otros, se dieron cita en la gala de entrega de estos reconocimientos otorgados con el objeto de destacar a las profesionales de los Recursos Humanos, cuyo desempeño haya resultado sobresaliente durante el pasado año, valorando, tanto criterios de liderazgo y gestión, como el impacto que sus políticas de RRHH hayan producido en su organización y empleados.

En la categoría de mediana empresa, la elegida por el jurado fue la directora de RRHH de RooMate Hotels, Rosana Fernández. Por otro lado, Rocío López, directora de RRHH del Grupo PSA Peugeot Citroen, resultó premiada en la categoría de gran empresa. Y en la de pequeña empresa, el premio a la mejor directiva fue para Rosa Allegue, directora de RRHH y Financiera de Skechers USA Iberia. ●

PRIMER PLAN PARA LA MUJER RURAL

El Consejo de Ministros del Gobierno de España dio el pasado octubre el visto bueno al Plan para la Promoción de las Mujeres del Medio Rural (2015-2018). Se trata del primer plan específico que se elabora en relación con las mujeres del medio rural, que parte de un diagnóstico claro de la situación actual: aunque las mujeres en el medio rural representan el 48,02% de la población y cuentan con una mayor preparación que los hombres (el porcentaje de tituladas con estudios superiores es mayor, 11,9% frente a 8,4% de los varones),

están infrarrepresentadas en organizaciones políticas, sociales y sindicales, con una importante brecha en las organizaciones profesionales agrarias y en los consejos rectores de cooperativas agrarias. Como objetivos destacables del Plan, cabe señalar la visibilización del papel de las mujeres en el medio rural, superar la brecha de género en empleo y emprendimiento, la conciliación, la promoción de la incorporación de mujeres en los órganos y puestos de decisión y participación rurales y el apoyo a las asociaciones del medio rural como elemento clave de dinamización social, económica y cultural. ●



WOMEN'S AGE, UN IMPULSO A LAS EMPRENDEDORAS

Telefónica Open Future y FEDEPE reunieron el pasado 20 de octubre a 150 emprendedoras en la presentación de 'Women's Age', un encuentro para analizar el presente y el futuro del emprendimiento femenino con mujeres emprendedoras, inversores y representantes de las administraciones públicas y del ecosistema privado del emprendimiento. El encuentro responde a la necesidad de impulsar a la mujer emprendedora como uno de los elementos que pueden animar el crecimiento económico y la creación de empleo, ya que según el Informe 'SEE Women Entrepreneurship: Best Practices 2014', a pesar de que la población femenina es superior a la masculina, sólo un 30% de los negocios son liderados por mujeres, por lo que existe un potencial emprendedor a favor de la mujer. Con este primer encuentro, se han iniciado una serie de actividades que ambas entidades llevarán a cabo en el próximo año para incentivar el empoderamiento femenino en el área del emprendimiento y la innovación abierta, como la creación de sesiones de mentorización exclusivas para mujeres y la financiación de proyectos que sean liderados por ellas. ●



¿PERMISOS IGUALES PARA MADRES Y PADRES?

Así se titulaba el debate celebrado el pasado mes de octubre en la sede del Ayuntamiento de Madrid y organizado por la Plataforma Por Permisos Iguales e Intransferibles de Nacimiento y Adopción (PPIINA). Una cita a la que asistieron representantes de todos los partidos políticos y a los que la presidenta de la PPIINA, Virginia Carrera, pidió que les “escuchen”. “Tenemos una propuesta muy concreta que acabaría de manera efectiva con la desigualdad. La PPIINA es una plataforma con una reivindicación única, que se equiparen inmediatamente el permiso de paternidad y de maternidad”. A su juicio “el sistema actual de permisos mantiene una socialización diferenciada desde el mismo momento en el que nace una criatura. Etiqueta a la mujer en su faceta de cuidadora y limita el potencial cuidador de los padres”. Durante el transcurso del debate, todos los partidos coincidieron en la necesidad de llevar a cabo políticas que impliquen una reforma legislativa en esta materia, aunque no todos ponen el mismo énfasis. ●

ATALANTA, ANÁLISIS DE LA PRESENCIA DE LA MUJER EN LAS TIC

Organizado entre el Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades y la Universidad de Santiago de Compostela, se ha celebrado el ‘Encuentro Atalanta: La creación de empresas de base tecnológica promovidas por mujeres’. En el acto de inauguración participaron el rector de la Universidad de Santiago, Juan Viaño; la directora del Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades, Rosa Urbón Izquierdo; la secretaria general de la Igualdad de la Xunta de Galicia, Susana López Abella; la decana de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Emilia Vázquez Rozas y el adjunto al Rector para Transferencia, Innovación y Emprendimiento, José Manuel Cotos Yáñez. En el marco del encuentro, que tiene como tema principal el emprendimiento de las mujeres en el ámbito científico y tecnológico, Susana López Abella destacó que durante el año pasado se constituyeron en Galicia 4.246 nuevas empresas con 5.394 socios/as fundadores/as, siendo mujeres el 26,6%, porcentaje muy similar al de los dos años anteriores, y que pone de manifiesto, la presencia de mujeres en la generación de nuevas iniciativas emprendedoras, al tiempo que disminuye su diferencia con respecto a los hombres a lo largo del proceso. Por otro lado, la cita sirvió además para presentar el programa ‘Innovatia 8.3’, para promover desde la universidad la creación de proyectos empresariales de base tecnológica, por parte de las estudiantes. ●



ENCUENTRO ATALANTA

Santiago de Compostela

21
OCTUBRE



WOMEN'S WEEKEND CÁDIZ

La Asociación de Empresarias y Profesionales de la Provincia de Cádiz (Amep) ha puesto en marcha el proyecto ‘Women's Weekend’, el mayor festival de empresas en femenino de la provincia de Cádiz. El evento tendrá lugar los próximos días 13, 14 y 15 de noviembre en la plaza de San Antonio de Cádiz y coincide con la clausura de los actos relativos al 18 aniversario de la asociación. Durante la presentación del evento, Nuria Sánchez, presidenta de AMEP, destacó que “en la provincia gaditana, de la población activa femenina tan sólo el 40% está trabajando o en búsqueda activa de empleo y el resto se encuentran con muchos obstáculos para incorporarse al mercado laboral o empresarial y deberíamos hacer algo entre todos y todas para incorporar ese potencial femenino a nuestra economía”. ●



ENTREGADOS LOS PREMIOS ALMUR 2015

La Asociación de Mujeres Empresarias de la Provincia de Almería, que preside Rosario Alarcón, ha celebrado la V edición de los Premios ALMUR 2015. El premio a la ‘Trayectoria Empresarial’ se entregó a María Lourdes Robles Garzón por “su brillante trayectoria empresarial liderando durante casi 20 años la empresa Mudanzas Alcazaba”. María Antonia Belzunces, gerente de Comercial Belzunces Rojas, empresa dedicada a la distribución de Bebidas y Alimentación en Hostelería, recibió el premio ‘Visibilización de la Mujer en el Entorno Empresarial’. El premio a la ‘Innovación’ se entregó a María Heredia López, directora general de Industrias Cárnicas Conchillo Castillo. ●



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





Ma Ángeles TEJADA

Directora General de Public Affairs
de Randstad y presidenta de Fidem

Por fin, baja el paro

Estamos tan acostumbrados a las malas noticias, que casi nos sorprenden -para bien- los últimos datos de la EPA. Hemos bajado de un 25,7% a un 21,18% el número de parados y con 18 millones de ocupados, nos alejamos de estos casi crónicos 5 millones de parados, y esto está muy bien.

Supongo que ahora, todos se van a apuntar el éxito y no me parece mal, porque también “todos” de alguna manera éramos responsables del aumento de paro, pasar del 8,6 en 2008 hasta el casi 26%, nos preocupó a todos, pues no debemos perder de vista que en una economía global, todos tenemos algo ver, los que producimos, los que compramos, los que circulamos y claro, están los que han permitido que hayan cientos de miles de jóvenes que no saben qué hacer, esperando que entre padres, maestros, empresarios y la administración les ayudemos a encontrar algún camino.

Las mujeres sabemos mucho de este drama cotidiano que viven muchos de nuestros hijos, la mayoría con estudios que no eligieron y enfrentados a un mundo incierto y que sólo conocen por la extraña excitación y estrés que parece envolver a la gente hasta el punto de ignorar y por tanto no potenciar, el interés por leer, pensar, comunicar o simplemente escucharse; hay muchas familias que apenas llegan a fin de mes, otras, que requieren ayudas para sobrevivir; hipotecas, cuyos plazos vuelan con la misma velocidad con que el mercado consumista saca cada día nuevos productos que nadie necesita y que tampoco pueden comprar, pero que la sociedad y los medios, fomentan este uso y tenencia de cosas, por encima del aprendizaje, la iniciativa o el descubrimiento individual, que tanto les valdría para encontrar su lugar en la vida.

A lo mejor el error consiste en crearles la expectativa de un trabajo de por vida, en vez de educarlos para aspirar a “tener trabajo” toda la vida, aunque sea enlazando contratos. También se les dice que la obtención de un oficio o un grado, es la garantía de un trabajo bien remunerado, cuando todo esto para mí es casi una utopía, pues no basta una buena formación sino se conjuga con el talento individual, la competencia profesional y especialmente la actitud, ya que todo lo que hacemos se desarrolla en un mercado universal muy complejo y sujeto a las leyes de la oferta y la demanda.

Es muy buena noticia que haya bajado el paro, pero la auténtica razón es el fomento de la temporalidad que está relacionada con el funcionamiento de esta economía de mercado, interdependiente, frágil y acostumbrada a flujos constantes, que obliga a las empresas que quieren competir, a disponer de profesionales bien preparados y dispuestos a trabajar por proyecto, por tanto, de forma temporal; de esta forma las empresas tienen recursos adecuados en cada tiempo y situación, con ello, se ha evidenciado el valor decisivo de las entidades de trabajo temporal, especialmente aquellas que tienen una visión holística y son capaces de integrar servicios completos para aportar soluciones a las empresas de una manera rápida y eficiente.

¿Qué se consigue con ello? Simplemente garantizar que muchos jóvenes puedan entrar en el mundo del trabajo y a la vez formarse y también aspirar a la sostenibilidad de las empresas, al disponer de recursos activos, cuando los necesitan.

Estoy convencida que las empresas necesitan todo el talento y los trabajadores la seguridad de un empleo fijo, pero aunque suene paradójico, por ahora podríamos decir que una justa temporalidad fomenta más trabajo. ●

Prometteo, la red social de viajeros sordos

Sara Giménez es la responsable de la creación en el año 2013 de Prometteo, la primera red social de turismo para personas sordas que, como ella explica, tiene por objeto "facilitar la experiencia turística al colectivo sordo". Hoy hablamos con esta joven emprendedora tras su reciente reconocimiento en los VII Premios Jóvenes Emprendedores Sociales de la Universidad Europea, galardón que suma a los muchos que ya tiene en su vitrina

¿En qué momento se decide a poner en marcha 'Prometteo'? ¿Tenía experiencia previa en el sector?

Prometteo nace en 2013 a partir de un trabajo de la universidad. Al ver la gran necesidad que tiene el colectivo decidí emprender el proyecto para facilitar una mejor calidad de la experiencia turística. El objetivo es facilitar la experiencia turística al colectivo sordo y fomentar la visibilidad que tiene ante los ojos del oyente. Yo no tenía ninguna experiencia en el sector, ni con el grupo de personas sordas ni con el mundo emprendedor, pero como todo, sólo se trata de empezar y tener ganas.

¿Cómo definiría Prometteo y por qué ese nombre? ¿Cuál es su objetivo?

Prometteo es una plataforma para encontrar sitios adaptados para personas sordas. Es un tipo de "trip advisor" para el viajero que quiere conocer hoteles, museos o restaurantes para sordos. Por otro lado también hay información en lengua de signos. El nombre nació leyendo un poco de mitología. Prometteo era un titán de Zeus que un buen día decidió robarle el fuego. Seguidamente, le entregó el fuego a los humanos y estos lo bautizaron como el "dios de la ayuda". La historia cuadraba y, lo más importante, ... ¡me encantaba el nombre!

¿Cómo se financia un proyecto como Prometteo?

El modelo de negocio en una app siempre es difícil. Trabajamos con la app pero estamos especializados en adaptación en espacios físicos para personas sordas. Adaptamos museos, por ejemplo, como lo hemos hecho con la Casa Batlló, o ayuntamientos, como el de Barcelona.

¿Está España preparada para el turismo accesible? ¿Qué echaría en falta?

España es un país muy accesible para personas que van con silla de ruedas. Para el colectivo sordo es casi inexistente la accesibilidad. Son muy pocos los museos accesibles de Barcelona para personas sordas, se ha trabajado la movilidad reducida pero muy poca la auditiva. Falta mucho por hacer, el colectivo sordo es uno de lo más invisibles de todos.

¿Qué países diría que cuentan con las mejores prácticas de turismo accesible?

Alemania, por ejemplo, es un país muy desarrollado en cuanto a accesibilidad para personas sordas. Tienen bucles magnéticos en las iglesias, catedrales y muchos museos, que facilitan la comunicación a las personas sordas portadoras de audífonos. Siempre me gusta destacar el gran trabajo que han hecho ciertas instituciones o empresas, por ejemplo, en Francia, el parque temático Walt Disney es uno de los más accesibles del mundo, casi el 80% de sus atracciones cuenta con bucles magnéticos para audífonos, y cada día hay intérpretes de lengua de signos en los espectáculos. Todo un ejemplo para los demás.

A una persona con discapacidad, ¿le resulta más caro viajar?

Depende de la discapacidad. Realmente, el que va en silla de ruedas, tiene bastantes barreras para moverse. El hecho de poder coger un avión ya es una barrera, el moverse por la ciudad, tener un hotel adaptado... se necesita un poder adquisitivo medio o alto. En el caso de la discapacidad auditiva el problema no es tanto de dinero, sino de entender el viaje o no entenderlo. Por supuesto, el público sordo es muy intrépido y proactivo, quien es sordo de nacimiento está acostumbrado a tener que

"A todo aquel que quiere empezar nosotros siempre decimos que en este país **no falta apoyo al emprendedor por parte de entidades privadas**"



VII Edición
**Premios Jóvenes
 Emprendedores Sociales**



Sara Giménez

“sacarse las castañas del fuego”, solucionarse problemas y moverse para entender al mundo. Eso hace que sea más fácil para ellos moverse, pero aun así, ¿cómo se van a despertar de un hotel si no hay un despertador que vibre?, ¿cómo entienden que hay un incendio si la alarma no tiene avisos luminosos?, ¿cómo van a entender un museo si no hay lengua de signos? Hay muchas cosas que se desconocen del viajero sordo, muchas cosas por mejorar.

Vuestra red social ha recibido ya numerosos premios y reconocimientos. ¿Qué supone para ustedes todos estos premios? ¿Alguno que destacaría por lo que significase para el proyecto?

A todo aquel que quiere empezar nosotros siempre le decimos que en este país no falta apoyo al emprendedor por parte de entidades privadas. Los premios y programas nos han

servido para aprender mucho y poder desarrollar la app que ya tenemos lanzada. Destacáramos nuestro viaje a San Francisco, fue un premio que ganamos Carlos y yo cuando aún no nos conocíamos. Gracias al concurso nos conocimos en un avión camino a California para visitar Silicon Valley, la meca del emprendedor. Al volver ya habíamos unido los proyectos.

¿Qué espera de Prometteo?

Espero que sirva de concienciación, que sirva para mejorar, que abra los ojos al público oyente. Que el beneficio vaya más allá de la app, de la ayuda de la red social. Espero que cada nota de prensa, cada noticia que lea una persona oyente ayude a que el mundo entienda un poco más que la gente sorda tiene más problemas de los que parece y que es el público oyente el que tiene que dar un paso hacia la accesibilidad.

Las estadísticas hablan de que faltan mujeres en el mundo de las startups... ¿qué opina?

Opino que es cierto, he conocido a muchos más hombres intentando desarrollar proyectos que a mujeres.

Yo siempre animo a que empiecen a todas las chicas que conozco con ganas de hacer cosas. De primera mano puedo decir que hasta el momento no he tenido ningún problema en esto de emprender, al revés, todo han sido manos tendidas.

¿Un consejo para las mujeres que nos lean y estén pensando en emprender?

Yo les aconsejo que se tiren a la piscina, que es una experiencia espectacular que te cambia la vida. ●

Isabel García

“La confianza del cliente se gana día a día en el trabajo diario”

Se llama María Vera y es, junto a su marido Alfredo Pérez, cofundadora de 'Ayuda-T Pymes', gestoría online líder en España con más de 2.000 clientes repartidos por todo el país

¿Cuándo y por qué se deciden su pareja y usted a poner en marcha 'Ayuda-T Pymes'?

Tras varios años desde que ambos terminásemos nuestras carreras, llevábamos tiempo conociendo el mundo laboral y en el fondo siempre había estado el anhelo de tener algo propio, “algo por tu cuenta” como se suele decir. Un día nos dijimos los dos “¿y si montamos algo por nuestra cuenta?”. Entonces pusimos en marcha este engranaje que es hoy Ayuda-T Pymes.

¿Tenían experiencia previa en el sector?

Yo estudié Derecho y el mundo empresarial siempre me ha tocado muy de cerca. En mi familia todos eran autónomos en distintos sectores, pero siempre trabajando por sacar adelante el negocio. También había hecho recientemente un Máster en Dirección de Empresas y todo lo demás lo hicieron las ganas y la ilusión.

¿Cómo definirías 'Ayuda-T Pymes'?

Ayuda-T Pymes es una empresa tecnológica que dirige todo su potencial a las empresas clientes para ofrecerles un servicio cada vez mejor. Se comienza por la gestión fiscal, laboral y contable y después se ofrecen herramientas para facilitar su trabajo y ges-



María Vera, cofundadora de 'Ayuda-T Pymes'

tión diaria, ofreciendo un único lugar desde donde tener todas las soluciones que pueda necesitar.

¿Qué servicios ofrece y qué diría que es diferencia de otras plataformas similares?

Lo importante es llegar a que el cliente te diga “os siento más cercanos, estando a cientos de kilómetros, que si estuviérais en la asesoría de la esquina”. Esto se consigue mostrando empatía por el cliente, siendo claros y prestando el mejor servicio.

¿Cuál es el perfil del cliente que acude a vosotros?

Pequeñas y medianas empresa y autónomos, que es nuestro mayor target, ya que nuestra especialidad son ellos. De hecho, a día de hoy somos la asesoría que gestiona más pymes y autónomos en España. Si bien los clientes que se sienten más a gusto con nuestro servicio son empresarios que ya han trabajado con otras asesorías o que ellos mismos lo han estado gestionando por algún tiempo, ya que cuando nos conocen se quedan encantados de la sencillez, la transparencia y de ‘Ayuda-T Pymes’.

¿Qué ventajas puede encontrar un profesional contratando los servicios de ‘Ayuda-T Pymes’?

Ante todo la tranquilidad y la comodidad que le ofrecemos a nuestro cliente al trabajar con nuestro equipo de profesionales y todas nuestras herramientas online. Trabajamos día a día para intentar que cada empresario/a se dedique solo y exclusivamente a su trabajo, para que sea el mejor y no tenga que preocuparse por lo accesorio que conlleva un negocio. Utilizamos muchas líneas para intentar día a día mejorar en nuestro trabajo; tenemos un programa de calidad constante, con encuestas, llamadas, verificaciones... pero lo que es más importante, estamos en constante adaptación para cubrir las necesidades de nuestros clientes y ofrecerles el mejor servicio. La cercanía que se le brinda al cliente, ofreciéndole un asesor asignado que en todo momento va a conocer su expediente, hace que el cliente te considere uno más en su empresa. De esta forma pasamos de ser una contratación ajena a ser un miembro más de su empresa. Alfredo Pérez y María Vera

¿Qué debe buscar una empresa o un profesional autónomo a la hora de decantarse por una u otra gestoría?

Debe valorar los servicios que se le presta y que están incluidos en el servicio, debe valorar que esos servicios se adaptan a sus necesidades y buscar una asesoría que constantemente evoluciona en beneficio a sus clientes, buscando nuevas herramientas y evaluando sus necesidades.

¿Es complicado ganarse la confianza del cliente vía online?

Siempre es difícil ganarse la confianza de un cliente, pero no por ser un servicio online es mucho más complicado. La barrera online se traspasa en el momento que se contacta con el cliente y se establece el diálogo necesario entre la empresa cliente y su asesor.

Por eso es tan importante que el cliente siempre tenga una persona a la que acudir, un asesor que está pendiente de su expediente y se preocupe por sus obligaciones y necesidades con contacto directo con él. La confianza del cliente se gana día a día en el trabajo diario y en la resolución de gestiones y búsqueda de soluciones para sus necesidades.

¿Cuál es la clave para pasar de ser una pequeña empresa online a una de las asesorías más grande de España?

La principal clave siempre ha sido nuestro trabajo y un crecimiento escalable. Fuimos poco a poco, demostrando lo que era ‘Ayuda-T Pymes’, demostrando que el servicio de asesoría podía prestarse de otra forma. ‘Ayuda-T Pymes’ supo valorar el estado de nuestro sector y las mejoras que este necesitaba, aplicando la lógica y la transparencia en cada paso que dábamos hasta hacernos un hueco en un sector que llevaba tiempo sin sufrir los cambios de una evolución empresarial que se estaba produciendo en paralelo.

¿Cómo definiría la burocracia en nuestro país en comparación con otros países?

Lamentablemente, demasiado complicada. A pesar de contar con organismos estatales y toda una red de funcionariado que trabaja en ellos, que podría hacer muy sencillo cualquier trámite, se echa en falta la coordinación entre ellos, el entusiasmo y la productividad que se vive en una empresa privada.

¿Qué es lo que más le asusta en cuestión de “papeleos” a un emprendedor cuando arranca su actividad?

Lo que más asusta a un empresario novel es el desconocimiento, la organización y el con-

trol que conlleva el mundo empresarial. Pero ahí entra ‘Ayuda-t Pymes’. Nuestro equipo de profesionales y nuestra experiencia en el sector, aseguran al cliente que alguien vela por sus obligaciones. Nuestra plataforma on line, a la que pueden acceder las 24 horas del día durante los 356 días del año, ayudan a tener toda la documentación organizada, lista para revisar o consultar en cualquier documento. Nuestras herramientas on line; APP, programas de facturación... ayudan a controlar el negocio del cliente, ayudándole en su facturación y en el control de sus gastos.

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

En los inicios, el principal obstáculo fue hacer ver al tejido empresarial que nuestro sector tenía que evolucionar y que la forma en la que lo estábamos haciendo era la mejor forma.

Abrir camino supuso tener que enfrentarnos a obstáculos nuevos, obstáculos que fueron salvándose con la evaluación de cada uno de ellos en cada momento y con los que fuimos aprendiendo de nuestra propia experiencia.

¿Lo mejor de emprender?

Emprender no es solo montar un negocio por tu cuenta y ver cómo va, emprender es innovar, arriesgar, aventurarse, aprender cada día, ilusionarte con cada paso que das, querer hacerlo cada vez mejor y sobre todo que todo eso se refleje en tu trabajo y que sea visible hacia fuera de tu empresa. Partiendo de todo esto, lo mejor de emprender es la adrenalina que supone trabajar día a día en algo que te encanta, que tú puedes modelar, sobre lo que tú decides.

¿Un consejo a las mujeres que estén pensando en estos momentos en montar su propia empresa?

Mi mayor consejo es que actúen y piensen con lógica, y dentro de la lógica que hagan caso a sus instintos más locos, ya que nuestra historia está llena de ideas locas que han llegado muy lejos. La lógica es necesaria para no perder el contacto con la realidad, al fin y al cabo no por emprender te vas a librar de burocracia, gastos, problemas a afrontar... La locura es el combustible de un emprendedor. ●

Isabel García



Este invierno no dejes que el frío entre en tu casa

Instala el **gas natural**, disfruta del calor homogéneo en toda tu casa y olvídate del frío. No lo pienses más y aprovéchalo también para la cocina y el agua caliente. ¿A qué esperas? Instalarlo es rápido, fácil y cuesta menos de lo que piensas.

Pide ya tu presupuesto y disfruta de todas las ventajas del gas natural.

Solicítalo llamando gratis al **900 222 033**
o entra en gasnaturaldistribucion.com


gasNatural
Andalucía



Isabel FERNÁNDEZ

Rectora de la Universidad Europea

Emprender en la Universidad

Cuando recibo a los nuevos estudiantes todos los años les hago algunas preguntas que me permiten entender cómo están cambiando los bachilleres. *¿Cuántos de vosotros queréis ocupar un puesto en la administración pública? ¿Cuántos queréis gestionar vuestro propio negocio?* Curiosamente, hace pocos años, no más de cuatro, el número de manos que se alzaban ante la primera pregunta llegaba al 60%.

Ahora sólo queda reducido prácticamente a parte de los estudiantes de salud, que desean incorporarse al sistema público, y siguen creciendo aquellas que nos dicen *“yo puedo desarrollar mis proyectos, puedo impactar en la sociedad”*. Numerosos jóvenes apuestan cada año por sus ideas y trabajan muy duro para sacar adelante sus iniciativas. Pero, ¿qué papel juega la Universidad en este contexto?

En primer lugar, debemos definir qué entendemos por emprendimiento. Si bien puede resultar que en la creación de un proyecto concreto, no sólo es emprendedor aquel que gesta una idea de negocio concreta y la ejecuta.

El emprendimiento es una competencia que se refiere a la creatividad, a la capacidad de liderar el desarrollo de nuevas iniciativas, de crear valor... Habla de innovación, en definitiva. Una habilidad no contenida en los conocimientos técnicos de la titulación escogida, pero que puede y debe incorporarse en los planes de estudio de manera transversal.

Ésta, junto al trabajo en equipo, el liderazgo o la responsabilidad social, entra otras, conforman el perfil competencial que demandan los empleadores en el mercado de trabajo global. Numerosos expertos han llamado la atención sobre el

salto que en ocasiones parece existir entre la Universidad y el contexto profesional y, de hecho, muchos empleadores han afirmado no encontrar perfiles que se ajusten a determinadas demandas. Es vital que este tipo de competencias se incorporen al modelo educativo si queremos una formación de calidad que haga de nuestros futuros egresados, sea cual sea la profesión que escojan, profesionales competitivos. En España y en cualquier parte del mundo.

En este sentido, además de aplicar métodos y contenidos adecuados, el emprendimiento debe formar parte del aprendizaje inmerso en la profesión que se va a ejercer. Los emprendedores deben entrar en el campus para transmitir a los estudiantes su experiencia, cómo lograron hacer realidad su idea.

Pero también los obstáculos encontrados y los fracasos cosechados. Todo cuenta. El aprendizaje desde el ejemplo.

El emprendedor es alguien que está dispuesto a asumir sacrificios, con responsabilidad. Una persona comprometida con lo que hace, valiente y

“No sólo es emprendedor aquel que gesta una idea de negocio concreta y la ejecuta”

trabajadora. Y, como consecuencia, atractiva para cualquier compañía o proyecto. Si queremos que nuestros futuros egresados sean agentes del cambio, debemos formarles y proporcionarles las herramientas para que sepan cómo hacerlo.

Nuestros jóvenes necesitan que potenciemos su talento para que lleguen a ser los profesionales que impulsen el progreso. Este es el importante papel que juega la Universidad. ●

“España tiene un nivel de **aseguramiento bajo**”

Sobre el sector de los seguros y, entre otros muchos temas, la presencia de la mujer en el mismo, hablamos con **Marta Acebo**, directora de Comunicación de Aegon

Como directora de Comunicación... ¿cómo “nos vendería” Aegon?

En Aegon hacemos algo muy importante, ayudamos a la gente a responsabilizarse de su futuro financiero. Nos encargamos de ofrecer a nuestros clientes la protección que ellos o su familia necesitan en los momentos más frágiles de su vida. Por ello, ponemos a su disposición todos los canales posibles desde los que les ofrecemos un asesoramiento profesional con

soluciones capaces de adaptarse a las necesidades personales de cada cliente. Aegon está compuesto de personas cargadas de talento y motivación que trabajan día a día para ofrecer el mejor servicio, y que están en constante búsqueda de fórmulas innovadoras que nos permitan además superar las expectativas de nuestros clientes.

¿Qué valoración realizaría del sector de los seguros en España?

España, en comparación con otros países europeos, continúa contando con un nivel de aseguramiento bajo. Como país hemos estado muy anclados en la conciencia del crédito, pero la situación ha cambiado y debemos empezar a pensar más en el ahorro. A esta circunstancia se le suma la incertidumbre sobre el futuro de las pensiones o el sistema público de salud, lo que convierte la situación en una oportunidad para que la industria aseguradora desarrolle una labor formativa e informativa entre la sociedad y conseguir así que la gente tome conciencia de la necesidad de proteger su futuro financiero y el de los suyos.

¿Cómo definiría la evolución del mismo en los últimos años?

Según los datos de UNESPA, este último año el sector ha experimentado una significativa atenuación en la caída de los volúmenes de negocio. Nos encontramos en el buen camino y la evolución a cierre de 2014 representa una tendencia hacia la recuperación.

¿Cuáles diría que son a día de hoy los grandes retos del sector?

Las tendencias que están marcando los retos del sector están centradas en la multicanalidad, que se presenta como una nueva realidad a la que el sector se está adaptando a pasos agigantados para ser capaz de dar respuesta a las necesidades de sus clientes. Y para finalizar, la entrada en vigor de Solvencia II ha empujado al sector a adecuar sus procesos y políticas a este nuevo entorno de gestión, basado en el control de riesgos y del capital. En Aegon hemos estado empleando criterios



Marta Acebo, directora de Comunicación de Aegon



similares a los de Solvencia II para fijar los precios de nuestros productos desde 2008.

¿Cómo han influido las redes sociales en un sector como el de los seguros?

Creemos que las tecnologías y las nuevas necesidades de la sociedad son catalizadores de la transformación necesaria del sector asegurador. Gracias a internet y a las redes sociales el cliente ha evolucionado a un usuario avanzado que quiere contactar con la compañía a través de nuevos canales, a cualquier hora del día, cualquier día de la semana, y que pide soluciones rápidas y sencillas. Está en nuestra mano adaptarnos a estas nuevas demandas y ser capaces así de ofrecer un servicio satisfactorio. Pero todavía quedan muchas novedades por llegar. Cada día observamos modelos disruptivos en otros sectores y nosotros como empresa global aseguradora estamos constantemente identificando oportunidades.

¿Cómo definiría el papel de la mujer en la industria del seguro en España?

Poco a poco las mujeres vamos obteniendo mayor protagonismo en los distintos sectores del mercado español. En el caso del asegurador, sin ir más lejos, contamos con una mujer como Presidenta de UNESPA (Unión Española de Entidades Aseguradoras y Reaseguradoras), asociación empresarial que agrupa las entidades aseguradoras de España, o a Flavia Rodríguez-Ponga como directora de la Dirección General de Seguros y Planes de Pensiones (DGSFP), aunque aún estamos lejos de conseguir cuotas equitativas. Según la Memoria Social que publica UNESPA, la distribución del personal por sexos en el sector varía en función de los niveles profesionales. Por ejemplo, las mujeres consiguen mayores porcentajes de presencia en los niveles más bajos, mientras que a partir del nivel 5 la presencia de los hombres es mayoritaria, reduciéndose hasta un 11% el porcentaje de mujeres que ocupan puestos directivos.

¿Y la presencia de la mujer en Aegon?

La plantilla de Aegon está compuesta más o

menos a partes iguales por mujeres y hombres. De ese porcentaje, aproximadamente el 7% ocupa puestos directivos, lo que no nos sitúa demasiado lejos de la media del sector, que se sitúa en el 11%. En el resto de posiciones de la compañía el número de mujeres se encuentra en el 38%. En Aegon, potenciamos a las personas por su talento, e intentamos rodearnos siempre de los mejores. Por eso hemos creado un equipo de trabajo sólido capaz de crear sinergias que ayuden a la compañía a mejorar cada día.

Según el Estudio de Preparación para la Jubilación 2015 realizado por Aegon, el 53% de los españoles considera fundamental contar con un plan de pensiones de empresa a la hora de elegir un empleo. ¿Es hoy en día el ahorro para la jubilación más necesario que nunca?

Las últimas conclusiones que arroja el Estudio de Preparación para la Jubilación, es que los planes de pensiones con contribución de la empresa serían bienvenidos en cinco de cada 10 casos, pero los españoles también se muestran interesados en aquellos productos que no cuentan con el apoyo financiero de la compañía. De hecho, el 42% también valora de forma positiva los planes de pensiones sin contribución cuando optan por una empresa. Es decir, que cada vez existe mayor concienciación sobre la necesidad de planificar nuestro futuro y, en consecuencia, se demandan más ayudas y herramientas que nos faciliten este proyecto.

¿Quiénes son, mayoritariamente, los que contratan los seguros en casa, el hombre o la mujer? ¿En quién suele recaer la decisión sobre qué compañía elegir?

Por lo general, son los hombres los que se ocupan de la contratación de los seguros de hogar o de vida, mientras que las mujeres se encargan de la protección de la salud. A la hora de elegir contratar con un seguro, por ejemplo en el caso del de salud, es la mujer quien en la mayoría de los casos toma esta decisión. Esto se debe habitualmente a que el momento de la contratación suele coincidir con el de la creación de una

“Las mujeres consiguen mayores porcentajes de presencia en los niveles más bajos, mientras que a partir del nivel 5 la presencia de los hombres es mayoritaria”

familia. Ante esta situación, observamos que los clientes le aportan el máximo valor a la recomendación que sus familiares o amigos puedan realizar de una compañía u otra. Habitualmente preguntamos sobre las experiencias de uso a nuestro entorno más cercano y tenemos muy en cuenta sus recomendaciones. Los agentes y corredores de seguros son también una fuente muy recurrente a la que acudimos para conocer más información sobre las ventajas de una compañía, así como la búsqueda por internet. Según un estudio interno, en cuanto a la elección de la compañía de seguros, los principales motivos por los que los clientes de salud deciden elegir una u otra son la recomendación de amigos y/o familiares (25%), el precio (19%) y el cuadro médico (10%).

Según vuestro Estudio de Preparación para la Jubilación, el 55% de las mujeres españolas considera los ingresos de su pareja un fuerte respaldo económico durante la jubilación. ¿Siguen las mujeres ancladas en aquella conciencia de “hombre, sustento del hogar”?

Nuestros resultados de este año destacan el cambio del papel de la mujer en la sociedad y en el ámbito laboral y ofrecen indicios de por qué a las mujeres les sigue costando ahorrar para la jubilación. Según nuestro estudio, las mujeres tienen la misma probabilidad que los hombres de terminar el bachillerato y de disfrutar de una educación universitaria satisfactoria. Esto significa que hombres y mujeres están igualmente preparados para desempeñar una carrera profesional. Sin embargo, las diferencias sociales y laborales comienzan a surgir con el cuidado de los hijos y de las personas mayores. Las responsabilidades de la vida familiar siguen recayendo principalmente en las mujeres, al igual que la necesidad de conciliar los compromisos laborales y familiares. Como consecuencia, el número de mujeres con empleos a tiempo completo disminuye. Las mujeres suelen interrumpir su carrera profesional más a menudo y/o pasar a trabajar a tiempo parcial o por proyectos. La probabilidad de que trabajen en empleos a tiempo parcial es más del doble que la de los hombres (el 24% de las mujeres trabaja a tiempo parcial Vs el 11% de los hombres): empleos que suelen conllevar pocos o nulos beneficios de planes de pensiones. No es de extrañar que esto tenga un impacto directo sobre los ingresos de las mujeres y sobre su capacidad para ahorrar. Las mujeres se ven doblemente perjudicadas por

ello: menores ingresos y menor acceso que los hombres a los beneficios de jubilación de la empresa.

¿Cómo es posible que el 74% de las mujeres participe activamente en la gestión de los presupuestos y las finanzas de su hogar, y no se preocupen tanto de sus cuentas personales?

A menudo pensamos en el problema al que se enfrentan las mujeres trabajadoras en términos de conciliación familiar y laboral. Pero parece que también deberíamos pensar en conciliar la familia y los planes de pensiones. La falta de preparación de las mujeres para la jubilación contrasta enormemente con la conducta segura y comprometida al decidir los presupuestos familiares. La inmensa mayoría de las mujeres españolas (74%) participa activamente en la gestión de la economía y los presupuestos del hogar. La necesidad de que las madres trabajadoras se concentren en las finanzas a corto plazo es clara. Lamentablemente conceden menor prioridad a la necesidad a largo plazo de prepararse suficientemente para la jubilación.

¿Tenéis en Aegon productos específicos para mujeres?

Aegon cuenta desde junio de 2012 con Línea Mujer, una división orientada al colectivo femenino que nace con el objetivo de satisfacer a un segmento de población con necesidades muy especiales, que además requieren una comunicación diferente. Dentro de esta Línea Mujer de Aegon se encuentran varios productos: Aegon Contigo – póliza específica para el cáncer de mama-, CuenTAEgon Mujer – producto de ahorro a medio y largo plazo- y Jubilación Mujer. Además, en Aegon se está reforzando el tema del ahorro y la mujer a través de jornadas periódicas organizada por mujeres y para mujeres en las que se aborda este tema desde distintos puntos de vista. La idea de estos encuentros nace de la necesidad de responsabilizar especialmente a las mujeres de planificar su futuro financiero. Aegon publica cada año su Estudio de Preparación para la Jubilación que arroja conclusiones tan alarmantes como que tan solo el 5% de las españolas cree que podrá jubilarse manteniendo su estilo de vida. Por ello es tan necesario concienciar a las mujeres de que pasen a la acción y comiencen a planificar su jubilación. ●

“La mujer ocupa el 7% de los puestos directivos de Aegon, lo que no nos sitúa demasiado lejos de la media del sector, que se sitúa en el 11%”

Isabel García

LAS
VENTAS
SE HAN
PARADO

DISPARADO.

EL EFECTO CESCE: CAMBIA E IMPULSA RADICALMENTE
TU NEGOCIO CON NUESTRO SEGURO DE CRÉDITO.

Entra en www.efectocesce.com y únete al cambio.

900 90 71 98



“El mobile marketing es ya una necesidad para las empresas”

Noelia Amoedo es la CEO y socia fundadora de mediasmart, la primera compañía tecnológica 100% española centrada en la optimización de resultados en publicidad display para móvil. Sobre marketing y publicidad hablamos con esta experta en el mundo de los servicios móviles

Háblenos de mediasmart. ¿Cómo definiría exactamente los servicios que ofrece?

mediasmart ha desarrollado una plataforma de software que permite a los anunciantes impactar, de forma efectiva, en los usuarios de dispositivos móviles, tanto Smartphones como tabletas. Nuestro software optimiza todo el proceso de compra de los espacios publicitarios en tiempo real y decide qué espacios publicitarios comprar, cuáles no o qué precio pagar, entre otras cosas, con el objetivo de que los anuncios sean lo más relevantes posibles. El objetivo al final, es una mejor experiencia del usuario y mejores resultados para los anunciantes, con los que hablamos directamente o a través de agencias de medios.

Hablemos de mobile marketing. ¿Cuál es su evaluación general acerca del mercado español en publicidad móvil? ¿Cuál es la perspectiva de inversión en España?

En términos de penetración, España está siempre a la cabeza de Europa, tanto en número de usuarios con dispositivos como en el uso que hacemos de los mismos: uno de los últimos informes afirma que 9 de cada 10 internautas utilizan el smartphone como principal dispositivo de conexión a internet y 6 de cada 10 tienen una tableta; otro de los últimos informes asegura que el usuario medio pasa más de 3 horas con su móvil. Sin embargo, a nivel de inversión en campañas publicitarias en móviles, estamos muy por debajo. En cuanto a la perspectiva, se espera que a nivel

global, en 2016, represente el 51% de toda la inversión digital.

¿En qué punto está España en este campo en relación con otros países?

España es un mercado más pequeño, comparado con otros países. Pero lo que llama la atención no es tanto la inversión publicitaria en términos absolutos, que en este sentido España posee un mercado más pequeño, sino el hecho de que la inversión en móvil como porcentaje de lo que ya se invierte en digital es todavía, no solo muy inferior a lo que debería ser por audiencia que eso sucede en general en todo el mundo, sino muy inferior a lo que se hace en otras partes.

“España está siempre a la cabeza de Europa, tanto en número de usuarios con dispositivos como en el uso que hacemos de los mismos”

¿Cómo diría que es la percepción de la publicidad móvil entre los españoles?

A nivel de usuarios la percepción de la publicidad móvil es la misma que la que se tiene de la publicidad en otros medios. La gente la tolera, la percepción solo se vuelve más negativa cuanto más intrusiva es. Por este motivo, intentamos centrarnos siempre en formatos que sean lo menos intrusivos posi-

bles, asegurarnos de que evitamos al máximo el efecto del clic no intencionado y que la campaña sea lo más relevante posible. Hacemos que los usuarios toleren más fácilmente la publicidad.

¿Qué oportunidades ofrece el mobile marketing que no ofrece otro tipo de publicidad a las empresas?

La capacidad de poder llegar a toda esa audiencia que se conecta a internet a través del móvil y que se pasa la mayor parte de las horas a través de este dispositivo. De manera que los anunciantes que no aprovechan toda esa audiencia pierden la oportunidad de impactar al usuario en una parte cada vez más relevante de su vida y en un medio que para ellos cada vez es más relevante. Más que una oportunidad se trata de una necesidad. A través del móvil las empresas pueden llegar al usuario donde quiera que esté y en función de donde haya estado.

¿Cómo se miden los resultados?

Hay multitud de herramientas que permiten medir la interacción del usuario. Tanto dentro del mundo de aplicaciones como del mundo web. Cuando empezamos nosotros (enero 2012) no había muchas herramientas que te permitiesen medir, nosotros desarrollamos nuestras herramientas y las proporcionamos a anunciantes. Al final esto se trata de meter en el mundo de las aplicaciones en meter un código dentro de tu aplicación y si tienes un sitio móvil meter también un código dentro de la HTML. Nosotros tenemos nuestras herramientas pero también hay multitud de empresas que han surgido centradas en el tema del tracking y atribución dentro del móvil. De manera que los anunciantes tienen multitud de opciones.

¿Qué sectores invierten más en publicidad móvil?



Noelia Amoedo, CEO y socia fundadora de mediasmart

Claramente el sector automovilístico siempre ha sido líder en móvil. Otro de los sectores más importantes es de viaje y turismo, posiblemente por el tema de la ubicuidad. Le sigue el de telecomunicaciones, y por último, tecnología y entretenimiento.

¿Qué formatos publicitarios prefieren usuarios y marcas?

El formato nativo, publicidad que está embebida en el contenido cuando los usuarios navegan. De manera que se trata de anuncios que no son intrusivos y no les interrumpen. En este caso, el usuario lo identifica como publicidad pero puede seguir navegando en el caso de que no le interese. Además este formato nativo les gusta a las marcas porque les da la oportunidad de comunicar más al usuario, como un párrafo, imagen o vídeo, de manera que los clics que se generan son mucho más cualificados y hay mucha más interacción posterior. Otro de los formatos que está creciendo tanto en disponibilidad en

los soportes como en interés por parte de los anunciantes es el vídeo. Nuevos formatos de vídeo que no sean intrusivos.

¿Por qué la mayoría de las apps son gratuitas?

Aunque los usuarios a priori siempre que les preguntas prefieren las experiencias sin anuncios, lo que demuestra que la mayor parte de los desarrolladores encuentran más rentable el dar app gratuitas, es que si el usuario se encuentra con la opción de pago por esta aplicación o me la bajo y veo anuncios, elegimos lo segundo.

Muchas de nuestras lectoras son promotoras de tiendas online. ¿Qué consejos le darías para optimizar su negocio para la experiencia móvil?

Si tienen tiendas físicas deben aprovechar la ubicuidad del móvil y asegurarse que sus tiendas están siempre en todo tipo de sistemas que al final le permitan encontrar al

PERFIL

La carrera profesional de la CEO y socia fundadora de mediasmart está jalonada de retos y éxitos. Una buena mezcla de responsabilidad, valores humanos y un carácter que no se arredra ante nada han hecho realidad proyectos como el de Mediasmart, la primera compañía tecnológica 100% española centrada en la optimización de resultados en publicidad display en móvil, con varios premios de excelencia empresarial en su haber. Noelia Amoedo es experta en el mundo de los servicios móviles, donde cuenta con experiencia desde el año 2000. Tiene un profundo conocimiento de la cadena de valor tras haber tenido experiencia directa con múltiples modelos de negocio en más de una docena de mercados internacionales. Ha ocupado diversos puestos ejecutivos: VP de marketing y desarrollo de negocio para WebOS en EMEA en la subsidiaria de HP, Palm (2009-2011); VP de Móvil en la red social Hi5 Networks (2008-2009) y múltiples puestos senior con Buongiorno (2002-2008), el último de ellos fue el de Directora General de Buongiorno USA. Antes del 2002 la CEO y Socia Fundadora de Mediasmart también trabajó en MyAlert España y iPINTransaction-Services en San Francisco. Fullbright Scholar licenciada en Ciencias Físicas y con un Máster en Electrical Engineering, Noelia colabora activamente con el ASPEN Institute España y el proyecto ProBono ProYouth. ●

usuario lo que esté cerca de él. Por otro lado, si lo que quieren es ofrecer a los clientes la posibilidad de comprar a través del móvil, deben asegurarse de que la experiencia está optimizada para los dispositivos móviles. Y por último, tener en cuenta que más allá de ofrecer servicios en el móvil, el móvil siempre puede utilizarse como un medio en el que generar notoriedad, porque aunque no ofrezcas un servicio a través del móvil puedes llegar a la audiencia para que sepan que existes y para que puedan ver dónde estás y cómo localizarte. ●

Isabel García



CLUB DE DIRECTIVOS ANDALUCÍA

Instituto de Estudios | Cajasol

Bienvenido al Club de Directivos Andalucía. Bienvenido a la excelencia.

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

www.clubdedirectivosandalucia.es

Deutsche Asset & Wealth Management





Marta DÍAZ Barrera

Asesora de Talento

Fundadora y CEO de Talentoscopio

@MartaDzBarrera

@Talentoscopio_

www.talentoscopio.com

El extraordinario potencial emprendedor de las mujeres

El Talento ha dado un vuelco en los últimos ocho años dada la gran dificultad económica que hemos vivido en España. No sólo se ha transformado nuestro mundo, sino que se ha producido un fenómeno que ha empezado dando pasos tímidamente y que ahora es un hecho: la irrupción en escena de la mujer emprendedora.

Mujeres emprendedoras han existido siempre y en todas las etapas de la historia, cada una ha contribuido enormemente al avance. Sin embargo, la transformación digital de estos últimos años hace más visibles a las mujeres tanto en el ámbito de trabajo por cuenta ajena, con la incorporación de la mujer a los puestos directivos, como en el entorno emprendedor.

A lo largo del año pasado, tres de cada cinco empresas que se crearon en el mundo fueron impulsadas por mujeres. Esta cifra demuestra la valentía de mujeres que están rompiendo tabúes en determinadas economías del mundo (en ocasiones no precisamente en los países más desarrollados) y que suman ya, según datos de la OCDE, el 38% de todos los pequeños negocios a lo largo y ancho del mundo. En España, desde 2007, casi el 50% de las nuevas empresas fueron creadas por mujeres.

Hay un dato digno de mencionar que está extraído de una encuesta realizada en 2015 por Kleinwort Benson y YouGov y que muestra que, mientras el 17% de los hombres fracasaba en su primera startup, este porcentaje se reducía hasta el 11% en el caso de las mujeres. ¿Diferente mentalidad y visión? ¿Distintos estilos de gestión para sacar adelante un proyecto? De todo un poco.

Pero aun hay más. Numerosos estudios muestran que aquellas empresas creadas por mujeres o en las que las mujeres tienen un peso relevante tienden a incrementar sus beneficios y a ser más competitivas. Sin olvidar que tienen un mayor impacto en el entorno y generan valor a la sociedad.

Y es que la presencia de mujeres en el ecosistema empresarial aporta valores fundamentales en la actual dinámica de las compañías, que valoran hoy el Talento mucho más allá de las habilidades técnicas o concretas de una función. Empatía, capacidad para trabajar en equipo, capacidad de comunicación y ne-

“A lo largo del año pasado, tres de cada cinco empresas que se crearon en el mundo fueron impulsadas por mujeres.”

gociación para solucionar problemas, competencias emocionales o tendencia a la cohesión del equipo, son algunas de las características que, sin ser exclusivas de la mujer, se están introduciendo con fuerza a medida que se incorporan en primera persona al entorno productivo.

El potencial emprendedor de la mujer, aunque es difícil de medir, es algo que deberían seguir de cerca organismos y bancos a nivel mundial. Una oportunidad que debemos cuidar con la mayor delicadeza posible porque el cambio también llega por esta vía. Como ejemplo muy ilustrativo, no tenemos más que recurrir al cálculo que ha hecho la consultora Ernst & Young y que dice lo siguiente: si el nivel de financiación de los proyectos liderado por mujeres fuera igual al de hombres, podrían crearse 6 millones de puestos de trabajo en la UE en los próximos 5 años. Debería de gritarse esta cifra a voces. ●



Casi 3.000 blogs componen ya esta comunidad de bloggers de familia en castellano

“La educación, la crianza y el bienestar de los niños desde que nacen es la primera preocupación y la temática central” de estos blogueros que llevan a sus rincones en internet el día a día con sus hijos.

Madresfera

El escaparate de la blogosfera maternal



Mónica de la Fuente, creadora de Madresfera



Que las mamás y los papás blogueros se han convertido en todo un fenómeno en las redes sociales es ya una realidad que no asombra a nadie. Un fenómeno relativamente nuevo que supo descubrir hace cuatro años Mónica de la Fuente. Ella es la creadora de Madresfera que ella misma nos define como “una comunidad de bloggers de familia, en castellano, con un ranking semanal y en el que ponemos en marcha acciones con marcas interesadas en trabajar con blogs”. Una plataforma que hoy cuenta con aproximadamente 3.000 blogs inscritos y que Mónica creó a raíz de su propia maternidad: “Hace cuatro años trabajaba en una agencia de publicidad y tenía jornada reducida para cuidar a mi hija, además de tener un blog en el que, entre muchas cosas, hablaba de maternidad, y que me había permitido conocer este mundo de la blogosfera maternal, tanto como para empezar a pensar en proyectos propios. Cuando me invitaron amablemente a marcharme, lo vi claro. Y como había conocido recientemente a la creadora de Tots100.co.uk y me había parecido una idea genial crear un ranking de blogs de familia en castellano, directamente me lancé a por ello. Sin tampoco pensármelo mucho. Busqué un programador y una diseñadora y me puse manos a la obra”.

Así relata Mónica los inicios de Madresfera, desde donde esta emprendedora ha podido comprobar cómo cada vez son más y más los padres que han encontrado en internet una vía rápida y ágil para compartir sus experiencias, opiniones e intereses en torno al extenso universo que conforma la paternidad. Así explica Mónica el porqué del auge de estos blogs: “Porque permite crear una red virtual, que lue-

go se materializa muchas veces en el 1.0, y que supone apoyo, conversación, sinergias y a fin de cuentas, compañía, en una experiencia única y muy intensa como tener un hijo, o varios”.

“La educación, la crianza y el bienestar de los niños desde que nacen es la primera preocupación y la temática central” de estos blogueros que llevan a sus rincones en internet el día a día con sus hijos. Días en los que, como dice Mónica, buscan el tiempo de debajo de las piedras para poder actualizar sus blogs. “La razón principal para abrir este tipo de blogs es el desahogo, compartir una realidad, comunicarse y conversar con quien está viviendo algo muy similar a lo tuyo, y eso se hace por pasión y con ganas. Lo haces cuando los niños duermen la siesta, o al acostarlos por la noche, o los fines de semana con un atracón de posts, pero como lo que les mueve son las ganas de comunicarse, se encuentra el tiempo a base de sacrificarlo de tiempo personal, por ejemplo”.

Y lo hacen padres y madres. Porque aunque el perfil de estos bloggers es eminentemente femenino, la voz de la figura paterna empieza a hacerse notar también en la red: “Poco a poco van surgiendo las voces masculinas. Siempre ha habido una minoría de padres en este sector, y aunque ha aumentado el número es difícil que iguale al de las madres, totalmente especializadas en comunicarse, en compartir sentimientos y experiencias, en darse y pedir consejo, en aprender y enseñar utilizando las redes. Los padres están redefiniendo su rol en la sociedad, el padre presente, y eso se deja ver en la red sin duda, pero aún sin un rumbo fijo y determinado como el de las madres”.

Marcas y bloggers.

Son, hoy ya muchos, verdaderos líderes de opinión que los convierten en el foco de las marcas para la difusión de sus mensajes. Esta es precisamente otra de las patas de la red Madresfera, el papel de intermediarios entre marcas y bloggers. “Organizamos desde eventos, presentaciones de productos, concursos, hasta talleres, contenidos patrocinados, webinars, etc. Cualquier cosa que aporte valor a los bloggers y cree una relación positiva con las marcas es estudiada al detalle para crear una acción entre ambas partes”, explica Mónica. Y es que esta relación marca-blogger no siempre resulta fácil. “Madresfera busca que esa relación sea perfecta y no exista el menor problema entre ellos, y esperamos haber ayudado en ello, y seguir haciéndolo. Para nosotros lo más importante en lo que han fallado y fallan algunas agencias y marcas al trabajar con bloggers es no ponerse en su lugar, diferenciando y personalizando cada blog, e identificando las circunstancias de este sector”. Es, como sostiene Mónica, “un trabajo de fondo, y para campañas de corto recorrido hay que marcar objetivos realistas, algo que con los blogs y el social media aún cuesta entre las marcas”. “Esperamos que siga evolucionando hacia el respeto mutuo y la profesionalidad por ambas partes”, añade.

Pero, ¿se puede vivir de un blog de maternidad? La respuesta de Mónica es clara: “Sí, pero no siempre directamente con los ingresos obtenidos a través del blog”. Aquí es donde aparece ya la famosa idea de marca personal que en este caso los bloggers se construyen gracias al blog: “Hay muy pocas que se dediquen en exclusiva al blog y lo monetizan tanto como para vivir de él, pero sí es un estupendo complemento que poco a poco va permitiendo abrir otros proyectos profesionales a sus creadoras”. Por eso, el consejo de esta emprendedora a todos aquellos papás y mamás que estén pensando en abrirse un hueco en la blogosfera es contundente: “Que lo haga con pasión y porque le gusta escribir y abrir una ventana al mundo. Que busque su voz para diferenciarse y que sea constante. Y que comparta, que sea generoso, que comente en los blogs de los demás, que lea mucho otros blogs y los mueva tanto como el suyo propio. Así se enriquece la blogosfera y todos ganamos”. ●

Isabel García



Instituto Andaluz de Tecnología
Ingeniería y Gestión de la Innovación

Acompañando a las empresas en la mejora
de sus resultados de forma sostenible
y aportándoles valor mediante soluciones innovadoras

Sevilla - Málaga - Lucena (Córdoba)
Guadalajara (México) - Antofagasta (Chile)

www.iat.es



Toc Toc
Inma SÁNCHEZ
Periodista

El mar de Internet

Blaise Pascal decía: “La principal enfermedad del hombre es la curiosidad inquieta de lo que no puede conocer”. Y eso me pasa a mí. Y mucho. Soy una persona muy curiosa y siempre quiero saber más. De todo. De cualquier cosa que caiga en mis manos.

Hace poco me pasaba con la serie *Breaking Bad*. Casi llegando al final, me puse a averiguar quiénes eran los actores principales, cuántos premios han ganado, por qué, qué es de su vida ahora... y más y más y más. Y así con todo.

Por ejemplo, estos días me despertaba con la noticia de que J.K. Rowling va a sacar un octavo episodio sobre el niño mago que le ha hecho famosa en el mundo. Y ahí que estaba yo buscando como loca de qué iba la historia, cómo iba a ser, si iban a sacarla en libro (porque va a ser una obra de teatro)... todo lo que podía preguntarme en esos momentos.

Y a todo ello debo dar las gracias a Internet y san Google como le suelen llamar. Todo, absolutamente todo, se puede encontrar buscando en la red. Cualquier cosa que imaginemos, ahí lo encontramos, eso sí, haciendo las búsquedas adecuadas. Hasta a nosotros mismos, en un acto que, en una entrevista con un escritor, me llegó a decir que denominaba ‘ego surf’. Ahí es nada.

Internet nos ha abierto las puertas a un mundo totalmente desconocido que nos ayuda a saciar, sólo un poco, la tremenda curiosidad con la que nace el ser humano. Miles, millones de páginas con cualquier información que se nos ocurra la podemos

encontrar, aunque, eso sí, tenemos que tener cuidado de dónde podemos llegar.

La web, como cualquier cosa que imaginemos, tiene sus puntos buenos y sus puntos malos. Por un lado, es un gran pozo de información; por otro, es un gran pozo de información. No, no me he repetido sin querer. Lo que diferencia uno de otro es que determinadas informaciones llevan a otros fines y hay que ser precavidos.

La búsqueda nos puede conducir a cualquier sitio, por eso debemos de tener cuidado con el camino que estamos llevando. Me explico.

No sé si recuerdan, no pasó hace mucho, una polémica que hubo sobre unas páginas que ayudan a las

“La búsqueda nos puede conducir a cualquier sitio, por eso debemos de tener cuidado con el camino que estamos llevando”

chicas a reducir drásticamente de peso. En ellas, se enseñaban “trucos” para disimular los vómitos o dietas ‘milagro’, entre otras cosas.

Y entre esas, muchísimas más y de lo más variopintas. Por eso, hay que tener cuidado con las webs a las que se accede, y denunciar si hay algo que nos choca, que no veamos lógico o que no nos ofrezca una buena sensación.

Internet es como un gran mar y está lleno de peces. Sólo hay que saber cuáles son buenos ver y de cuáles es mejor mantenerse alejados. ●



“Valencia es la región que más emprende en femenino”

Más de 250 empresarias y profesionales de todos los sectores del mundo económico valenciano conforman hoy la Asociación de Empresarias y Profesionales de Valencia (Evap/BPW Valencia), entidad fundada en el año 2002. Entrevistamos a su presidenta, Empar Martínez

¿Cuándo y con qué objetivos nace Evap/BPW Valencia?

Evap se crea en el año 2002 con el objetivo de promover, en palabras de una de las socias fundadoras, la existencia de agentes de cambio comprometidas, mujeres que defiendan y trabajen por una sociedad más igualitaria, en la que hombres y mujeres tengan no sólo los mismos derechos, sino la misma participación efectiva y capacidad de decisión en la empresa y en la economía.

¿Cuántas empresarias conforman hoy la Asociación y cuál es el perfil de ellas?

Alrededor de 250 con un perfil muy diverso, de diferentes sectores de actividad, industria, agroalimentaria, metal, hotelera, servicios turísticos, jurídicos, logística, comercio, grandes y pequeñas superficies, educación, biotecnología, TIC, servicios a las personas,... Un abanico amplio y diverso de empresas.

¿Cuáles son los principales ámbitos de actuación de Evap/BPW Valencia?

El principal ámbito es el institucional. Trabajamos para garantizar que las mujeres estemos presentes en todos y cada uno de los órganos de representación y toma de decisiones empresariales. Otro ámbito es el del empoderamiento y capacitación; facilitamos referentes de mujeres de éxito, oportunidades de networking, mentoring, formación y aprendizaje en diversas formas. Un tercer pilar sería el de la denuncia y la comunicación, haciendo visible



Empar Martínez, presidenta de Evap/BPW Valencia

la incidencia del género en muchas y distintas realidades que aún hoy se producen. Brecha salarial, gap en el acceso a la tecnología, falta de paridad en la composición de consejos y órganos de dirección, insuficiente implantación de planes de igualdad, lenguaje sexista, roles y estereotipos transmitidos desde el sistema educativo, son ejemplos de algunas evidencias por las que desplegamos acciones concretas.

Háblenos de la iniciativa ‘Cuotas en Acción’ que llevan a cabo desde la asociación.

La iniciativa ‘Cuotas en acción’ responde a la necesidad de hacer visible que, expirado el plazo para el cumplimiento de uno de los artículos de la ley para la igualdad efectiva entre hombres y mujeres del 2007, es decir, pasados los 8 años que se daba de plazo, no se ha cumplido el porcentaje necesario de paridad en la composición de los consejos de empresas cotizadas. Este es un ejemplo de desigualdad que, de no haber denuncia pasa desapercibido, y un año más, o un siglo más, nuestras empresas, nuestra economía y nuestra sociedad sigue sin aprovechar todo el talento, sin hacer de la diversidad un factor de competitividad y sin contribuir a una sociedad más justa y sostenible. Es por ello que Evap se ha volcado en hacer visible este incumplimiento en diferentes medios, publicando y animando a hombres a publicar artículos divulgativos y de denuncia de este hecho.

Recientemente se celebraba bajo vuestra organización la primera edición de e-Woman Valencia 2015. ¿Cuál era el objetivo de esta jornada y qué balance haría del mismo? ¿Habrá segunda edición?

Por supuesto que habrá segunda edición, dado que la valoración ha sido muy positiva. Hace ya casi 10 años, en el primer congreso internacional ‘Mujeres en el mundo liderando el



Imagen correspondiente a la celebración de la primera edición de e-Woman Valencia 2015

milenio' que organizamos en Valencia, identificamos una línea estratégica en la que debíamos trabajar, la facilitación del acceso de las mujeres a la tecnología. Deshacer la brecha digital ha sido y sigue siendo uno de nuestros ejes estratégicos. Afortunadamente hoy somos capaces de mostrar potentes ejemplos de mujeres liderando empresas en las que las TICs, las tecnologías de la información y la comunicación, han sido el instrumento clave para su desarrollo, y en las que las mujeres han sabido poner en valor sus competencias, además, en la mayoría de los casos generando nuevas formas de prestar servicios, más sostenibles y muy innovadoras.

Háganos un breve boceto de la situación del empresariado valenciano y del papel que desempeña en él la mujer.

El tejido empresarial valenciano, como el del resto de España, está compuesto en su mayoría por pymes y micropymes al tiempo que algunas grandes empresas de relevancia, no sólo por su tamaño sino por su trayectoria y evolución empresarial. Destaca la industria agroalimentaria, con amplia diversificación, con empresas muy potentes en todos los eslabones de la cadena, también la automoción y derivados y, por supuesto, el turismo. Hemos sido un territorio con fuerte presencia de industria: mueble, calzado, textil, azulejo, plástico, sectores que han sufrido la crisis con fuerza y que están realizando esfuerzos frente a la carencia de políticas. En este entramado, las empresa-

rias representamos un alto porcentaje de empresas, siendo la región que más emprende en femenino. Sin embargo nuestro peso en los órganos de representación aun no es proporcional. Hemos avanzado mucho, ocupando porcentajes significativos, aún no paritarios pero sí relevantes, en los máximos órganos de representación empresarial. Tenemos un porcentaje mayoritario de mujeres egresadas de la Universidad, por tanto, hay talento y capacidad emprendedora, hay futuro.

¿Cree que, a pesar de la legislación, la igualdad de género continúa siendo un reto en las empresas?

Por supuesto, hay que seguir impulsando la existencia de planes de igualdad que se revelan como instrumentos útiles, para marcarnos objetivos concretos, para obligarnos a su revisión, para reflexionar y actuar sobre el tema. Lo de menos es el instrumento del que nos dotemos, lo relevante es que hay que seguir trabajando en ello y mucho.

¿Cuál sería el desafío más acuciante para la mujer empresaria desde Evap/BPW Valencia?

La sostenibilidad de sus empresas, trabajando desde la profesionalidad, la integridad y la diversidad que son los valores de Evap. Para ello hay que ocupar los espacios que nos corresponden y trabajar desde la complicidad con los hombres y mujeres que saben que la diversidad es riqueza.



¿Cree que llegará el día en el que no sean necesarias asociaciones empresariales femeninas como la que preside?

Por supuesto, llegará el día en que seremos una más trabajando por los intereses de la empresa y la sociedad.

¿En qué momento decidió involucrarse en el mundo empresarial? ¿Y en el del asociacionismo femenino?

Me incorporé a Evap en 2005, casi desde sus inicios, y antes participaba activamente en otras asociaciones empresariales de la comarca en la que está mi empresa. En mi organización, entendemos la cooperación y la implicación en el desarrollo del territorio en el que estamos como necesaria, como un valor, y yo formo parte de esta cultura.

¿Qué valores considera imprescindible en la actividad empresarial?

La innovación permanente, el compromiso ético, y la creencia en las personas y en su potencial.

¿Qué consejo le daría a las mujeres empresarias, emprendedoras o a las que quieran llegar a serlo?

Que se asocien, que se enganchen a una red, que no se queden aisladas. Que siempre estén abiertas a aprender. Que siempre estén abiertas a cambiar, a innovar, a reinventarse. No me gusta dar consejos, son sólo ideas de lo que yo haría y de lo que trato de hacer cada día. ●

Isabel García

Para más información:
<http://www.evap.es/>

“Somos personas comprometidas con la sociedad”

Irene Sánchez es una de las responsables del proyecto **Conciertos Solidarios**, una asociación sin ánimo de lucro cuyo objetivo es ayudar a conseguir financiación a ONG, asociaciones o particulares, a fin de que destinen dichos fondos a la realización de alguna causa solidaria y benéfica. Hablamos con ella de su proyecto, reciente ganador de los VII Premios Jóvenes Emprendedores Sociales de la Universidad Europea

¿Cuándo surge la puesta en marcha de ‘Conciertos Solidarios’?

Surge hace dos años cuando una amiga entró como voluntaria en una ONG y me pidió ayuda para organizar algún evento y obtener fondos, fue entonces cuando hicimos un par de conciertos y salió la cosa muy bien, a los meses se creó el Facebook de manera experimental y al ver la demanda de las ONG que nos necesitaban, de los artistas que se ofrecían... decidimos crear la asociación.

Cuéntanos exactamente qué es y a qué se dedica ‘Conciertos Solidarios’.

Conciertos Solidarios es una asociación sin ánimo de lucro y nos ocupamos de organizar conciertos y eventos solidarios, como magia, monólogos, espectáculos infantiles, teatro... incluso hace un año lanzamos la idea de los “cumpleaños solidarios”, una propuesta que está teniendo mucho éxito. Consiste en pedir a tus invitados que donen el dinero que iban a invertir en tu regalo en la causa solidaria que el cumpleaños decida, a cambio, nosotros organizamos una fiesta diferente, con música en directo, con monólogos, con magia, etcétera...

¿Cuál es el perfil del equipo que está detrás de este proyecto?

El perfil es muy variado, pero sobre todo somos personas comprometidas con la so-



Irene Sánchez, una de las fundadoras de z



ciudad, con mucha empatía por delante, y la mayoría de nosotros venimos del mundo del periodismo y la comunicación audiovisual, la fotografía o el diseño.

¿Un concierto o un evento de los que organizáis que recuerdes especialmente?

Recuerdo especialmente un evento que organizamos por Ampastta, la Asociación de Síndrome de Tourette madrileña. Fue un día completo que comenzó por la mañana con una paella solidaria, mercadillo y varios espectáculos infantiles, cuentacuentos, animación, música... y acabó con un concierto de rock ya dirigido para adultos. Fue especial porque pasamos un día juntos, compartiendo experiencias y aprendiendo los unos de los otros.

¿Cómo seleccionan a los beneficiarios de vuestros eventos?

Normalmente son las propias ONG asociaciones o particulares con alguna causa social los que acuden a nosotros para solicitar nuestra ayuda en su causa. Pero si es cierto que otras veces somos nosotros mismos los que accedemos a las ONG para comentarles nuestra idea, como ocurrió el año pasado con la primera jornada de enfermedades raras. Tuvimos la idea de organizar dos fines de semana con teatro y un concierto infantil para reunir varias ONG de enfermedades raras, ayudar a que éstas den a conocer su causa, que establezcan lazos las unas con las otras... y por supuesto, que consigan fondos, tan necesarios a día de hoy.

¿Qué tiene que hacer un particular o una entidad para “trabajar” con vosotros?

Simplemente tener ganas, ilusión y sobre todo interés por los temas solidarios, las ONG, los eventos... en nuestra asociación encaja cualquier perfil, desde fotógrafos, periodistas, diseñadores, hasta cualquier persona que quiera ayudar en la organización del evento, las ventas de entradas, etcétera.

Organizan también cumpleaños solidarios. ¿Qué diferencia las fiestas de cumpleaños que organizáis a una fiesta de cumpleaños convencional?

Nosotros organizamos el cumpleaños con todo detalle, nos encargamos de buscar la sala, los artistas que colaboran, e incluso

en varias ocasiones hasta nos ocupamos del picoteo y las tartas. Depende de lo que nos demanden y de hasta donde podamos llegar, según la ciudad donde se celebre el cumpleaños. Lamentablemente no podemos abarcar toda España, pero es algo por lo que luchamos, y que esperamos que algún día sea posible. Creo que celebrar un cumpleaños solidario es una oportunidad única de hacer algo diferente, divertirse y ayudar a la vez, y sobre todo, cuando se celebra algún cumpleaños infantil, es una oportunidad de inculcar grandes valores en los niños.

En estos momentos creo que trabajan entre Madrid y Asturias. ¿Tienen pensado ampliar el ámbito de actuación?

Sí. Empezamos en Madrid y allí hemos conseguido dejar un pequeño equipo que nos ayuda y gracias a eso podemos seguir organizando eventos, como un cumpleaños solidario que tendremos en septiembre, o un concierto con varios cantautores a favor de la Fundación Menudos Corazones también este septiembre en Madrid.

Por otro lado, nuestro objetivo para este próximo año es establecernos en Asturias y darnos a conocer por el Principado. Pero por supuesto, no descartamos poder seguir ampliando nuestro rango de actuación y abarcar otras ciudades. Hace un año estuvimos en Valencia y en Barcelona.

¿Qué ha supuesto para su proyecto el reconocimiento por parte de la Universidad Europea otorgándole uno de sus premios en la VII Edición de los Premios Jóvenes Emprendedores Sociales?

Sobre todo visibilidad, nos ayuda a llegar a más personas, a darnos a conocer en más medios de comunicación, y a crear una cadena de personas comprometidas e interesadas en temas comunes. El poder conocer al resto de ganadores ya es un premio en sí, porque somos personas con inquietudes similares, muy comprometidas con la sociedad, y de las que podemos aprender mutuamente e incluso estrechar lazos para que los proyectos sigan creciendo y colaborando unos con otros. Creo que esto es lo verdaderamente importante. ●

Isabel García

“En nuestra asociación encaja cualquier perfil, desde fotógrafos, periodistas, diseñadores, hasta cualquier persona que quiera ayudar en la organización del evento”

Elena Betés, Premio Mujer Empresaria de FEDEPE



La recién galardonada con el Premio Mujer Empresaria de FEDEPE (Federación Española de Mujeres Directivas, Ejecutivas, Profesionales y Empresarias), Elena Betés, es la fundadora y directora general de Rastreator.com, el comparador online de seguros pionero en España y líder del mercado, perteneciente a la división de agregadores de AdmiralGroupBetés. Inició su carrera profesional como auditora en Arthur Andersen. Licenciada en Administración de Empresas por el CUNEF y con un MBA del IESE Business School, cuenta con una sólida experiencia de casi 10 años en el sector asegurador. En 2013, fue galardonada como una de las 'Top 100 Mujeres líderes' de España, en la categoría de 'Revelación & Emprendedoras'. Betés se posiciona así como una de las mujeres más influyentes del sector seguros en nuestro país. "Las mujeres debemos de romper los techos de cristal que existen en el mundo empresarial que impiden a las mujeres tener el mismo reconocimiento que los hombres"; "tenemos seguir soñando para seguir creciendo", afirmaba la empresaria durante la entrega del reconocimiento otorgado por FEDEPE. ●

Mercedes Barceló, con las emprendedoras de Kenia

Mercedes Barceló preside la ONG África Digna y ha conseguido que muchas mujeres en Kenia y Ruanda puedan ganarse la vida y mantener a sus familias a través de programa de emprendimiento. Enamorada de este continente, que conoció a través de su padre y que visita cada año, reconoce que el trabajo en él no siempre es fácil debido a un idioma y a unas costumbres culturales diferentes, pero asegura que ambos aspectos deben respetarse siempre.

Barceló mantiene contacto directo con los beneficiarios de los programas porque le gusta "escuchar su voz y sus necesidades, ya que en ocasiones creemos que ciertos proyectos son necesarios para ellos pero en realidad no lo

son". Mercedes dejó su trabajo como médico en el Instituto Dexeus para que pudiera nacer la Fundación África Digna, dedicada a apoyar a los africanos.

Dice que cada día sigue aprendiendo cómo liderar un sueño y disfrutarlo mientras crece con paciencia. Licenciada en Medicina y Cirugía por la Universidad Autónoma de Barcelona, ha cursado dos módulos del Máster de Medicina Tropical de la UAB. En su trayectoria, destacar los más de veinte años que ejerció la medicina en el Institut Dexeus de Barcelona. Viaja por lo menos dos veces al año a África para seguir muy de cerca la evolución de los proyectos y para identificar nuevas propuestas. ●



Cecilia Boned, rompiendo moldes en el sector del motor



Consejera delegada y directora general de Arval España desde 2011, Cecilia Boned es la primera directiva dentro de las pirámides jerárquicas de la filial de BNP.

La trayectoria profesional de Cecilia Boned, licenciada en Económicas y con un posgrado de finanzas internacional por la Universidad de París IX Dauphine, ha estado muy ligada al sector financiero desde su entrada en el grupo BNP Paribas en 1989, donde trabajó activamente en áreas de Inspección Interna, Banca de Negocio y Desarrollo Corporativo de la corporación gala.


Su carrera laboral ha estado jalonada por distintos puestos de responsabilidad, ejerciendo el cargo de directora general administrativa financiera del Cortal Consors, broker online

del banco BNP, para posteriormente asumir la Dirección Internacional de Seguros de Arval. Boned puede presumir además de ser una de las elegidas en estos últimos años entre las 'Top 100 Mujeres Líderes' en España, iniciativa impulsada por la plataforma Mujeres y Cia que reconoce y premia la trayectoria de las 100 mujeres más influyentes de España. De hecho, este año ella ha sido junto a la responsable de Performance, SPR y Progreso de Renault España, Margarita Panizo, las únicas representantes del sector del automóvil en este ranking.

Los motivos para que Boned forme parte de esta selección según la organización fueron su gran capacidad de comunicación, su estilo de dirección "que ha roto moldes" y su apuesta por la diversidad de equipos y talentos. ●

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.

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

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

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

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

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

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.

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

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, 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



Brainstorming
MaríaCANORico
 Periodista

Un impulso por el cine de autor

Sevilla acogerá entre el 6 y el 14 de noviembre la decimosegunda edición del Festival de Cine Europeo, comúnmente conocido como SEFF 2015. Un encuentro que, cada año, reúne en la capital hispalense a célebres realizadores, importantes productores y reconocidos intérpretes, con el fin de dar a conocer el mejor cine de autor del presente y hacer una retrospectiva de aquellos cineastas que han reunido a lo largo de su trayectoria una exquisita obra cinematográfica. Una semana que, además, ofrece una oferta cultural paralela muy amplia, que incluye ciclos de conciertos, seminarios, jornadas de debate y exposiciones, que indagan desde un punto de vista formal y estético en la obra de diversos cineastas a los que rinden homenaje.

Una cita imprescindible para los amantes del séptimo arte que, desde los días anteriores al inicio del Festival, se agolpan en las taquillas de los cines con su programa de mano garabateado con el fin de no quedarse sin entradas y perder la posibilidad de ver los títulos que concienzudamente han elegido. Amigos y desconocidos debaten apasionadamente frente a la entrada del cine y en las salas, en los instantes previos al inicio de la proyección, sobre la selección de películas por las que se han inclinado, dando lugar a deliciosas conversaciones sobre el cine de ayer y de hoy.

El Festival de Cine Europeo de Sevilla y otros tantos encuentros cinematográficos similares, como el Festival Internacional de Cine de San Sebastián, la Semana Internacional de Valladolid, el Festival de Cine Africano de Córdoba o el Festival de Cine Iberoamericano de Huelva... cumplen, además, una serie de funciones que no debemos obviar, como son la de convertirse en una ocasión idónea para impulsar la creación artística de nuevos y jóvenes realizadores y, por supuesto, dar a los cinéfilos la oportunidad de ver títulos de

los que jamás podrían disfrutar si no fuera por la organización de estos festivales.

En esta ocasión, el Festival de Cine Europeo reúne más de 200 obras de 43 nacionalidades diferentes. Películas de Rumania, Rusia, Lituania, Hungría, Ucrania, Polonia, Turquía o Israel entre otros países, que si no fuera por este tipo de encuentros, tendrían serias dificultades para darse a conocer más allá de sus fronteras y hacerse un hueco en el mercado internacional.

De hecho, en un seminario organizado por este mismo Festival de Cine, tuve la oportunidad de conocer que Alemania, España, Italia, Francia y Reino Unido se encontraban entre los países europeos que más títulos cinematográficos producen por año y que, a pesar de ello, la exportación de estas películas ni siquiera alcanzaba el 20% en el mejor de los casos. Cifra que puede ser objeto de un positivo incremento gracias a los festivales de cine internacionales, que brindan la posibilidad de visualizar películas excelentes y de gran nivel que, en condiciones normales, no llegarían a nuestra gran pantalla.

En definitiva, no debemos pasar por alto que los festivales de cine, además de fomentar la pasión por el cine y poseer una función social y de ocio fundamental, cumplen un papel primordial para el mercado audiovisual y la puesta en valor de realizadores noveles que encuentran en este tipo de eventos, un lugar donde dar a conocer sus creaciones que, en condiciones normales, por no tener el respaldo e impulso adecuado pasarían desapercibidas ante la invisibilidad del sector audiovisual.

De este modo y, sin lugar a dudas, los festivales de cine se consolidan, cada vez más, como una apuesta por la pequeña industria cinematográfica y el cine de autor. ●

Nombramientos



CRISTINA MAGDALENA

Cristina Magdalena ha sido nombrada directora de la nueva Unidad de Negocio de Fujitsu en España, Business Innovation Group, creada para conectar la capacidad innovadora de la multinacional con las necesidades de transformación, crecimiento y eficiencia de las empresas, entidades financieras y administraciones públicas. Cristina posee una amplia experiencia en consultoría estratégica y un profundo conocimiento de las claves que rigen la nueva era digital y el valor que la tecnología tiene para la sociedad. Este nombramiento se enmarca dentro de la apuesta firme de Fujitsu por la Innovación, haciendo realidad su lema 'Human Centric Innovation'. Magdalena es licenciada en Económicas por la Universidad de Zaragoza y MBA por ESADE. Desde que en 2009 se unió a Fujitsu, ha sido la directora del Grupo de Business Services, donde ha liderado proyectos de marcado carácter estratégico e innovador para organizaciones líderes. ●



VERONIQUE HUYGHE

La belga Veronique Huyghe ha sido nombrada nueva directora financiera (CFO) de General Motors España. Economista por la Universidad estatal de Gantes y MBA por la Velrick School for Management, la nueva CFO de GM España, que sucede en el cargo a Carlos Pérez Francés, inició su carrera profesional en la compañía en 1991 como analista de costes de manufacturas en Opel Bélgica y, desde entonces, ha trabajado para GM en su país natal, Suiza, EE.UU, Alemania, e Italia. Huyghe habla cinco idiomas: flamenco, inglés, alemán, francés y español, y cuenta con una dilatada experiencia en el sector de la automoción y las finanzas. Desde 2008 hasta 2012, ha sido la CFO de GM Benelux (Bélgica, Luxemburgo y Holanda) y, después, CFO en GM Italia hasta su reciente traslado a España. Siempre dentro de General Motors, Veronique Huyghe ha desarrollado su carrera asumiendo cada vez más responsabilidades. ●

MARÍA DE JESÚS ÁLVAREZ

Leroy Merlin España acaba de incorporar una dirección de Supply Chain a su organigrama para reforzar el proceso de transformación Omnicanal que está desarrollando la compañía. María de Jesús Álvarez ha sido la elegida para ocupar dicha dirección, que tiene el objetivo de optimizar todos los procesos logísticos de la compañía, así como responder a las necesidades que el modelo Omnicanal requiere. María es licenciada en Ciencias Químicas por la Universidad de Alcalá de Henares y comenzó su carrera profesional en 1996 en Electrolux, asumiendo diversos cargos en el área logística donde lideró la Dirección de Operaciones. Posteriormente, en 2007, María fue nombrada Logistics Director Iberia para Tech Data Corporation donde asumió el diseño de operaciones logísticas y flujos de transporte. ●





MARTA GARCÍA

Heineken España ha elegido a Marta García Alonso para dirigir su área de Marketing. La hasta ahora Global Communication Capabilities Manager a nivel internacional, llegó a la compañía en 2013 con una amplia experiencia en compañías de primer nivel como Colgate-Palmolive o Kellogg en la que durante diez años ocupó diferentes cargos, entre ellos la Dirección del área de Marketing. Su nombramiento se produce tras la designación de Erik Larsson, que ocupaba el cargo hasta ahora, como nuevo director de ventas y Distribución a Hostelería. ●



Ma HELENA DE FELIPE

La vicepresidenta de CEPYME y presidenta de Fepime (patronal catalana de las pymes), Ma Helena de Felipe, ha sido nombrada miembro del Comité Económico y Social Europeo (CESE) en representación de CEPYME. Desde este puesto, De Felipe representará y defenderá los intereses de las pequeñas y medianas empresas y de los empresarios autónomos en órganos como la Comisión Consultiva del Mediterráneo, la Comisión Económica y Monetaria y de Cohesión Económica y Social y la Comisión de Empleo, Asuntos Sociales y Ciudadanía. España cuenta con 24 miembros en el CESE, de los que siete representan los intereses de los empresarios españoles. ●

SONIA MURRÍA

Carat Direct, la unidad de trabajo del grupo internacional Dentsu Aegis Network especializada en la gestión de anunciantes de respuesta directa, dirigida actualmente por Elisa Brustoloni, ha nombrado recientemente a Sonia Murría como directora de Servicios al Cliente. En palabras de Brustoloni, “el objetivo principal de esta incorporación es contribuir a desarrollar e impulsar la unidad de performance del Grupo, reforzando nuestra estructura. El nombramiento se engloba dentro de la estrategia de Dentsu Aegis Network de seguir apostando por el talento y el compromiso por mejorar los resultados de negocio de nuestros clientes”. Carat Direct ofrece servicios totalmente integrados de estrategia de medios, medición, análisis y optimización de campañas basados en resultados de negocio. ●



MARGARITA GARCÍA

El Grupo Klépierre ha nombrado a Margarita García como nueva responsable de Marketing del Centro Comercial La Gavia en Madrid. García Moraga procede de Sony, donde ocupó varios cargos siendo responsable de Eventos y RP de los puntos de venta de la marca y luego como responsable de Comunicación Corporativa. Anteriormente, trabajó en Nucliber como responsable de Marketing de España y Portugal, coordinando estrategia, eventos y rebranding. En CBS Outdoor y Oracle desempeñó funciones de Coordinadora de Marketing reportando a la dirección del departamento. ●



ALBA MARCH

El Grupo de comunicación RV Edipress ha elegido a Alba March para dirigir el Área de Social Media. Un nuevo puesto desde el que asume importantes retos vinculados al desarrollo de la Comunicación en Social Media como, por ejemplo, la ampliación del departamento o la implementación de las estrategias globales en redes sociales, la creación y posicionamiento de blogs, la consultoría, la relación con los principales bloggers de viajes y turismo del panorama nacional e internacional, la formación o la monitorización de resultados, entre otros. March está integrada en el departamento de Social Media desde hace dos años, donde ha demostrado su profesionalidad y resultados. Además es una profunda conocedora de la filosofía y valores del Grupo RV Edipress. ●

Galardones

Y RECONOCIMIENTOS

LOLA GÓMEZ

La empresaria almeriense Lola Gómez Ferrón recogió el pasado mes de octubre el Premio de Excelencia a la Innovación para las Mujeres Rurales 2015 que le ha otorgado el Ministerio de Agricultura. La gerente de la empresa 'Clisol Agro' fue premiada en la categoría de 'Excelencia a la innovación en diversificación de la actividad económica en el medio rural'. Este galardón es uno de los premios más importantes que otorga el Gobierno para reconocer a aquellos proyectos originales e innovadores de las mujeres rurales que, basado en actividades agrarias, agroalimentarias y complementarias, promueven tanto el emprendimiento como la innovación en el mundo rural. ●



ASUN OLIVER

La gerente y propietaria de Asun Oliver Ópticas, Asun Oliver, ha sido premiada en la IX edición de los Premios EVAP que otorga la Asociación de Mujeres Empresarias y Profesionales de Valencia. El galardón, que se le ha otorgado en la categoría de Asociada, fue entregado el pasado mes de octubre. Oliver cuenta con tres ópticas, donde además de las tareas de dirigir, ejerce como óptica optometrista, especialista en baja visión y terapia visual. Obtuvo el Premio por el mejor Programa de Acción Social (RSE) por la Conselleria de Bienestar Social de Valencia en el año 2006 y el Premio Mujer Empresaria por la Cámara de Comercio de Valencia en el año 2006. ●



PILAR MATEO

La empresaria Pilar Mateo ha sido este año una de los premiados en los 'Valencianos para el Siglo XXI' que cada año, otorga el periódico 'Las Provincias'. Mateo, definida por el medio como "la investigadora social, la empresaria comprometida, la doctora solidaria", ha creado recientemente el proyecto 'Mujer a mujer', que pretende la inserción laboral de mayores de 45 años como microempresarias. Hasta 150 empleos pretende crear la investigadora que patentó 'Inesfly', la pintura que salva vidas ya que permite erradicar enfermedades endémicas como la malaria, el dengue o el mal de Chagas. ●





MATILDE ELEXPURU

La directora general de la empresa TISA S.A. y miembro de OPC País Vasco, Matilde Elexpuru, ha sido la ganadora del Premio Turismo 2015 a la Trayectoria Profesional que otorga cada año el Gobierno vasco. El jurado ha destacado su dilatada y ejemplar experiencia para la concesión de este premio, y, entre otras menciones, ha hecho alusión a su trayectoria profesional como una de las primeras OPC de Euskadi. También han aludido a su impulso al turismo MICE, de Congresos y Convenciones, subsector turístico nunca premiado en los premios de turismo vasco, siendo un sector de enorme interés que conjuga bien la diversificación económica. ●



LOLA RUEDA

La creadora de la iniciativa 'Mujeres Imparables', Lola Rueda, ha recibido de manos de la alcaldesa de Jerez (Cádiz), Mamen Sánchez, el Premio Ciudad de Jerez 2015. Sobre Rueda, la alcaldesa destacó que es una "mujer imparable" agradeciéndole que contagie su energía positiva a los demás, "porque es lo que necesitamos en Jerez: nuevas ideas, unión de esfuerzos y de personas con talento, nuevas iniciativas encaminadas al desarrollo, a la solidaridad, a la igualdad, a la promoción de la mujer y de las mujeres profesionales". Igualmente la animó a seguir trabajando en la misma línea porque "creemos que tu trabajo, y el de las mujeres que te acompañan en tu proyecto, es muy valioso y, por este motivo, puedes contar con nosotros para continuar influyendo y contagiando dinamismo, a cuantos más mejor". ●

ALICIA GIMÉNEZ BARTLETT

La obra 'Hombres desnudos' (ocultada bajo el título 'Nubes de tormenta') de la escritora Alicia Giménez Bartlett fue galardonada el pasado mes de octubre con el Premio Planeta, que ya alcanza su 64 edición, en el transcurso de una ceremonia que tuvo lugar en el Palacio de Congresos de Barcelona y a la que acudieron, como en años anteriores, numerosas caras conocidas del panorama cultural, político y social español. Giménez Bartlett es conocida, sobre todo, por sus novelas policíacas protagonizadas por la inspectora Petra Delgado y en su trayectoria puede presumir de haber recibido varios premios, como el Femenino Lumen, el Raymond Chandler o el Nadal. ●



SVETLANA ALEXIÉVICH Y YOUYOU TU

El pasado mes de octubre se dieron a conocer, entre otros, los Premio Nobel de Literatura y de Medicina. El primero de ellos ha sido otorgado a la escritora y periodista bielorrusa Svetlana Alexiévich. El dictamen de la Academia sueca destaca "sus escritos polifónicos, un monumento al sufrimiento y al coraje en nuestro tiempo". Por su parte, el Premio Nobel de Medicina ha recaído este año en la china Youyou Tu, quien comparte galardón con William Campbell (Irlanda), y a Satoshi Omura (Japón). Las investigaciones contra la malaria realizadas por Youyou Tu son las que le han valido a esta científica este importante reconocimiento que, a lo largo de su historia, tan sólo ha recaído en 11 mujeres, el 3% de los Premios Nobel de Ciencia otorgados. ●



Dime cómo trabajas y te diré qué alimentos son tus aliados

Recomendaciones sobre qué alimentos debemos ingerir según nuestro tipo de rutina

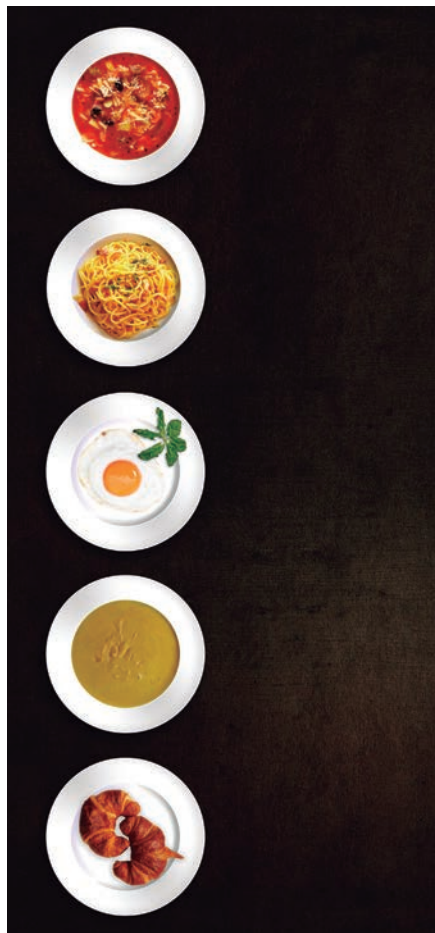
Con el frío ya entre nosotros, comienza una etapa de varios meses dedicados al trabajo diario. Un trabajo que podemos hacer más llevadero si nos aliamos con los alimentos adecuados, que nos aportarán la dosis de nutrientes y vitalidad necesarios para adaptar a nuestro organismo a las extensas jornadas laborales que caracterizan al otoño y a la bajada de las temperaturas. En palabras de Marta Gámez, directora técnica del Grupo NC Salud, especialista en asesoramiento nutricional en las farmacias de nuestro país, “apostar por ciertos nutrientes puede ayudarnos a regular nuestro organismo y prepararlo para una temporada laboral intensa. Así, el tipo de actividad diaria que llevemos a cabo en el entorno de trabajo debe definir el tipo de alimentos que debemos ingerir, así como la cantidad y los horarios más adecuados para estas prácticas nutricionales”. Con esta premisa, Grupo NC Salud ha lanzado un conjunto de recomendaciones que presentamos a continuación sobre qué alimentos debemos ingerir según nuestro tipo de rutina.

Trabajador activo.

Las personas que desempeñan trabajos que implican un mayor esfuerzo físico deben consumir cantidades suficientes de alimentos como para cubrir las demandas de energía de su organismo. Además, las proporciones de nutrientes de su dieta también deben estar equilibradas: si desarrollan un trabajo físico considerable deben incluir más hidratos de carbono en su alimentación, y se pueden permitir consumir con más frecuencia aquellos que sean de asimilación media-alta (patata o pasta, por ejemplo).

Trabajador estático.

Ante ausencia de movimiento continuado durante varias horas consecutivas, el organismo de este tipo de trabajadores requiere de pro-



ductos con bajo aporte calórico pero que, a su vez, garanticen una nutrición adecuada y una sensación de saciedad que les impida querer ingerir las llamadas “calorías vacías”, que encontramos en productos como la bollería industrial, el café o las bebidas azucaradas. Las personas con trabajos que no implican trabajo físico, deben limitar la ingesta de hidratos de carbono tanto en la cantidad como en el tipo de hidratos, debiendo optar siempre por el arroz integral, panes integrales/semillas, etc.

Trabajador viajero.

Los traslados frecuentes por motivos laborales ocasionan ciertos trastornos en nuestro

organismo que, a menudo, pasan por el estreñimiento, la dependencia de la oferta gastronómica para comer sano y la dificultad para sacar tiempo para realizar actividad física. En este sentido, este trabajador debe buscar siempre las opciones integrales y buscar lugares donde se venda fruta fresca y consumirla como tentempié, a ser posible con la piel, para aprovechar toda la fibra. La papaya, la alcachofa, el espárrago y el calabacín son muy recomendables para regular el tránsito intestinal y alcanzar el confort digestivo.

Trabajador por turnos.

Este trabajador sufre el cambio constante de rutina y de ciclos de sueño y vigilia, así como el efecto de las largas jornadas de trabajo. Es de vital importancia adaptar las comidas a las horas de trabajo y tomar tentempiés que nos ayuden a continuar con energía en nuestra jornada. La comida previa al trabajo debe ser consistente debido a que necesitamos el aporte energético para desempeñar nuestra labor, pero no demasiado, pues una digestión pesada puede afectar a nuestro rendimiento, humor y concentración. Además, es fundamental reflexionar sobre las comidas-snack que nos llevamos al trabajo para comer en el descanso: se recomienda planificar qué vamos a llevar en nuestro tupper para no acabar recurriendo a la bollería industrial u otros tipos de alimentos poco saludables.

Trabajador y estudiante.

Los trabajadores que, además de su jornada laboral, se enfrentan también a un tiempo de estudio, se están exponiendo a un gran período de esfuerzo físico y mental diario que puede aumentar los niveles de estrés, afectar a nuestro sistema inmunológico, provocar cansancio y falta de energía, falta de concentración y bajo rendimiento. En estos casos, conviene favorecer el descanso y el sueño con el que conseguimos restaurar nuestro organismo, así como llevar una alimentación saludable que nos ayude a sobrellevar el ritmo. Consumir alimentos que aporten omega 3 (pescado azul, nueces, lino), es esencial para el buen funcionamiento del sistema nervioso. ●

Beneficios de los portabebés ergonómicos

La emprendedora zaragozana Laura Gracia lanza una nueva tienda de venta online de portabebés ergonómicos

El porteo es un sistema de transporte que asegura un contacto constante entre el bebé o el niño y el adulto, así como una postura adecuada para ambos. Pero para ello, el portabebés utilizado debe ser ergonómico; es decir, que respete la fisiología y fisionomía tanto del bebé como del adulto. Es el caso de los portabebés de Pajarito Pinzón, una tienda online que nació en 2013 con el objetivo de extender esta práctica y sus beneficios por todo el país y que esta semana lanza su nueva web, que está activa desde el pasado septiembre.

Laura Gracia, emprendedora e impulsora del proyecto, explica cómo surgió la idea de poner en marcha Pajarito Pinzón. “Siempre me había llamado la atención ver a mamás portando a sus bebés o que en otros países se hiciera más que aquí. Al conocer un poco más a fondo el mundo del porteo y todos sus beneficios, me pareció apasionante. No soy madre, pero cuando lo sea, seguro que seré porteadora”. Según Laura Gracia, los principales beneficios del porteo tienen que ver tanto con la seguridad del bebé como con los beneficios físicos y emocionales para el pequeño y sus padres.

1. Sensación de seguridad. Tras el parto, el bebé reconoce el cuerpo de su madre como su hábitat, sintiéndose seguro en contacto con ella. Una seguridad que poco a poco se amplía al resto de cuidadores habituales.

2. Tranquilidad. Al sentirse seguro, el bebé está tranquilo. No activa sus sistemas de alarma, evitando el estrés y dedicando sus energías a crecer.

3. Mejora la calidad del sueño. Al estar tranquilo y sentirse seguro, conciliar el sueño le resulta más fácil y, lo más importante, duerme en profundidad. Algo imprescindible, puesto que el cerebro organiza las experiencias vividas, precisamente durante el sueño.

4. Mayor bienestar físico. Un bebé separado de su madre experimenta disminución de la frecuencia cardíaca y de la temperatura, trastornos del sueño y cambios en el electroencefalograma, es decir, un deterioro en los procesos de autorregulación. En cambio, sobre el cuerpo materno, los sistemas del bebé funcionan óptimamente: consumen menos oxígeno, gestionan más eficazmente el gasto energético, favorece la expulsión de gases, se genera un sistema de autorregulación térmica entre portador y portado (si el bebé se enfría o calienta, la temperatura corporal del adulto variará hasta un grado para compensarlo).

5. Potencia el apego seguro. El contacto constante con el bebé fortalece los procesos de apego seguro entre padres e hijos. Pasar mucho tiempo en contacto directo con el bebé permite aprender intuitivamente su repertorio de señales de aceptación y rechazo. Así, los padres están mejor preparados para interpretarlas y responder rápida y eficazmente, lo que proporciona al bebé seguridad, autoestima y un modelo social saludable. La satisfacción de sus necesidades garantiza su óptimo desarrollo físico, intelectual y emocional y lo convierte en un adulto potencialmente más independiente y seguro.

6. Adaptación al entorno. El contacto acelera el desempeño social del bebé, que desarrolla vínculos con sus cuidadores habituales, más allá de la madre, con quien lo tiene desde el vientre. Además, desde el regazo aprende a diferenciar las situaciones amenazantes de las que no lo son a través de la información filtrada que recibe del adulto que le lleva. De lo contrario, el proceso se ralentiza y el pequeño permanece alerta hasta que aprende a distinguir por sí mismo.



7. Favorece la lactancia materna. El contacto entre madre e hijo activa las mismas hormonas que promueven la lactancia -oxitocina y prolactina-.

8. Protege el desarrollo de la espalda y de las caderas. El bebé debe ir adaptándose para alcanzar su función de bipedestación, propia del ser humano. Por eso, la postura ventral y vertical que adopta el bebé durante el porteo le confiere mayor competencia motriz que ir tumbado en el carrito. Eso mejora el tono muscular del pequeño y protege, en consecuencia, la zona cervical. Por otro lado, las caderas se colocan “en rana”. Con las rodillas flexionadas no hay tensión en el cuerpo del bebé y, además, permite el correcto desarrollo de la cadera y evita posibles problemas como la displasia.

9. Aumenta la autonomía y la movilidad del porteador. Al formar parte de su propio cuerpo y tener las manos libres, el adulto no se siente impedido a la hora de realizar sus actividades diarias con casi absoluta normalidad.

10. Respeta y protege la espalda del porteador. En contra de lo que pudiera parecer, cargar con el bebé no tiene por qué ser perjudicial para la salud postural del adulto, ya que el portabebés ayuda a repartir equilibradamente el peso y refuerza la musculatura. ¡Eso sí! Es fundamental contar con un portabebés ergonómico y saber usarlo adecuadamente. ●





Laura Dávila y Belén Díaz-Urgorri, fundadora de DIY Show

DIY Show

La feria trendy de manualidades creativas

Del 20 al 22 de noviembre, el Hotel Silken Puerta de Madrid acoge la sexta edición de esta feria que marca las tendencias del estilo de vida 'Do It Your Self'

Poco se podían imaginar las emprendedoras Laura Dávila y Belén Díaz-Urgorri cuando en el año 2013 y tras perder sus puestos de trabajo en una multinacional de organización de ferias en la que estaban trabajando, decidieron unir fuerzas para poner en marcha la que ya se puede decir que es la feria del handmade más importante de nuestro país, DIY Show. Una feria que este mes de noviembre alcanza su sexta edición que se celebrará del 20 al 22 de noviembre en el Hotel Silken Puerta de Madrid. “Queríamos crear un evento innovador, original y divertido, que agrupara a todas las ramas del handmade. Y ahora que vamos a poner en marcha la sexta edición, creemos que DIY Show se ha convertido en la feria referente del hazlo tú mismo”, explica Belén.

Y es que bloggers, artesanos, fabricantes y nuevos emprendedores han encontrado en DIY Show, como nos cuenta Laura, el lugar perfecto para “intercambiar ideas, mostrar las últimas tendencias y aprender nuevas técnicas de diseño y customización de moda DIY, cocina creativa y comida artesana, wellness, manualidades o decoración y bricolaje y la formación 3.0”. De hecho, DIY Show puede presumir de ser ya hoy no sólo un evento puntual marcado en el calendario de muchos, sino una comunidad on y off que permanece activa todo el año: “Además del evento, ofrecemos herramientas y contenidos que van más allá



de un mero escaparate puntual de productos, gracias al club de bloggers y al blog DIY Show, talleres propios y de terceros, las redes sociales y de colaboradores para acciones con marcas”, afirma Belén.

Toda una comunidad cuyo perfil es, como explican las fundadoras de esta feria, eminentemente femenino, mayoría en la tendencia del 'Do It Yourself'. “El perfil de la mujer DIY Show es urbanita, activa y activista, que valora la calidad y la personalización. Creativa e inconformista, es una persona que se cuida, cuida lo que come y cuida el medio ambiente”, afirma Laura. En este sentido Belén hace también referencia al papel de las madres: “Muchas son madres trabajadoras que con-

sumen su ocio en familia”. Por ello, una de las novedades de esta próxima edición será la consolidación de las actividades de madres con sus hijos: “Queremos fomentar valores tan importantes en nuestros hijos como la protección del medioambiente; la paciencia y el trabajo en equipo. Por ello, en esta sexta edición queremos ampliar los talleres y expositores pensados para los más pequeños de la casa”, explica Laura.

Protagonistas también principales de este evento son los bloggers, “grandes DIYers” como dice Laura. “Comparten conocimientos y contenidos que son seguidos por legiones de entusiastas”, añade y explica: “Uno de los grandes activos de DIY Show es nuestra comunidad online. A través del club de bloggers DIY Show y de las redes sociales tanto los artesanos, como los aficionados del handmade, encuentran un espacio en el que compartir sus ideas y diseños. Un espacio, gracias al cual, DIY Show ha llegado a todos los lugares de España y que ha logrado, que las principales bloggers del país vengan edición tras edición hasta Madrid para no perderse este importante evento del Do It Yourself”.

Evento que ahora espera volver a batir sus propios récords aumentando los más de 17.000 visitantes que de media se han congregado en DIY Show, los cuales se han repartido entre los cerca de 90 expositores y los más de 100 talleres que, con motivo del evento, se ponen en marcha en cada edición. Comprar, aprender, vender, compartir... todo esto y mucho más es lo que podrás disfrutar en esta feria de manualidades creativas trendy. ●

Bebés&Mamás

Los próximos 14 y 15 de noviembre llega a Feria de Madrid (Ifema) la que será la 16ª edición del Salón de la Futura Mama, Bebé y Nuevas Familias (Bebés&Mamás).

Un salón dirigido a las familias, y en el que se dará cita las principales marcas del sector y extra sector del bebé, de la infancia y de la futura y reciente mamá. Un encuentro donde poder disfrutar de una amplia gama de actividades y de servicios gratuitos, como conferencias, taller de masaje infantil, área de cambio de pañal, rincón de lactancia, restaurante del bebé, pista de gateo, hinchables, entre otros.

Además, durante los dos días de feria, se darán cita numerosas actividades para poder disfrutar de un día en familia y se celebrarán numerosos concursos y sorteos, que convertirán la visita al salón en una experiencia lúdica y participativa. ●



Imagen de la última edición de Bebés&Mamás



Cartel del XII SEFF

SEVILLA, CAPITAL DEL CINE EUROPEO

El Festival de Cine Europeo de Sevilla celebra su XII edición del 6 al 14 de noviembre, una oportunidad única para disfrutar en Sevilla del mejor cine del continente. Un año más el SEFF vuelve a armar una propuesta cinematográfica integrada por grandes nombres de la cinematografía europea, títulos que han logrado el reconocimiento de muestras internacionales, y nuevas miradas que aportan discursos frescos y temas renovados a las pantallas del SEFF. A falta de cerrar los últimos títulos, el certamen ya se ha anunciado que entre los grandes protagonistas del certamen se encontrarán Miguel Gomes, Yorgos Lanthimos, Philippe y Louis Garrel o Matteo Garrone en ficción; así como Sergei Loznitsa, Chantal Akerman o Rithy Panh, desde la no ficción. ●



RELEE, EDITORIAL Y ESCUELA DE NARRATIVA

La emprendedora Isabel Cañelles es una de las personas que están detrás de Relee, un nuevo proyecto empresarial dentro del ámbito de la literatura que une la formación integral en narrativa con un sello editorial que se nutrirá fundamentalmente de las mejores obras surgidas de sus talleres. Y es que según explica Cañelles, Relee plantea un sistema de aprendizaje basado en un entorno colaborativo: "Pretendemos romper con la soledad que tradicionalmente acompaña al oficio de escribir". Cañelles es licenciada en Filología Hispánica y ha trabajado más de 25 años en centros relacionados con la creación literaria. ●



GRUPO JOLY
PRIMER GRUPO EDITORIAL ANDALUZ



diariodecadiz.es



diariodejerez.es



europasur.es



diariodesevilla.es



eldiadecordoba.es



huelvainformacion.es



granadahoy.com



malagahoy.es



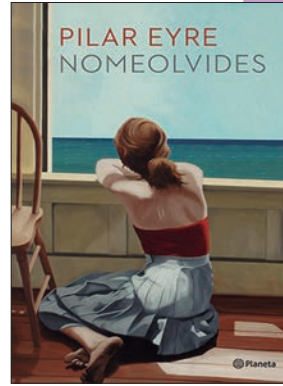
elalmeria.es



El regreso del Catón

Matilde Asensi

‘El regreso del Catón’ es el título de la nueva novela de Matilde Asensi, escritora con más de veinte millones de lectores en todo el mundo. La obra es la continuación del superventas (más de tres millones de ejemplares lo confirman) ‘El último Catón’, la que fue su tercera novela y que en 2001 la lanzó al estrellato en España, Europa y América Latina. Escrita con rigor, y un ritmo que mantiene en vilo a los lectores página a página y capítulo a capítulo hasta el final, ‘El regreso del Catón’ es una combinación magistral de aventura e historia con la que Matilde Asensi nos atrapa de nuevo para no dejarnos escapar hasta la última palabra. ●



Nomeolvides

Pilar Eyre

La periodista Pilar Eyre (Barcelona, 1951) acaba de lanzar su última obra, ‘Nomeolvides’. Pilar vuelve a desnudarse ante el lector y le atrapa en una nueva novela fresca, entrañable y desgarradoramente humana. Sus peripecias tras quedar finalista del Planeta, su amor por Sebastien, sus peculiares relaciones de amistad y familia y todos sus intentos para encontrar el elixir de la eterna juventud quedan reflejados con maestría en ‘Nomeolvides’, una novela tan divertida y tan de verdad como la propia autora. ●

La reina de los helados

Susan Jane Gilman

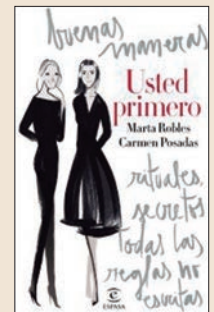
‘La Reina de los Helados’ es la historia de una mujer emprendedora que logra construir un imperio y realizar el sueño americano. Es la historia de Lillian Dunkle, la reina de un imperio forjado sobre una vieja receta de helado italiano y que ya anciana pasa revista a su vida y desgrana sus recuerdos sin pelos en la lengua. La novela es la primera escrita por Susan Jane Gilman, una autora que ha dedicado parte de su carrera a hablar de la posición de la mujer en el mundo laboral. ●



Usted primero

Marta Robles y Carmen Posadas

Marta Robles y Carmen Posadas son las dos autoras que están detrás de ‘Usted primero: secretos, modas y reglas no escritas’. Usted primero más que una guía es un ensayo sobre las buenas maneras, documentado a través de la literatura, el cine, el arte y el sentido común. Un manual sin precedentes en el que, además de las normas pautadas desde el uso y la costumbre, se recogen las “otras reglas”, las ocultas, aún más importantes que las primeras, que existen en cualquier sociedad. ●





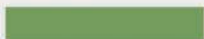
décimo aniversario



20, 21 y 22 de noviembre de 2015



@EBE
#10EBE
#EBE15



Sevilla, España



eventoblog.com



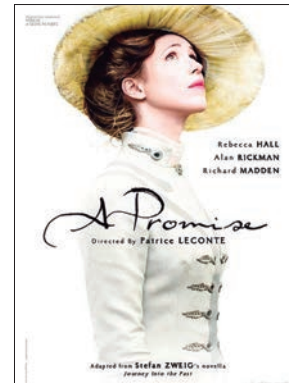
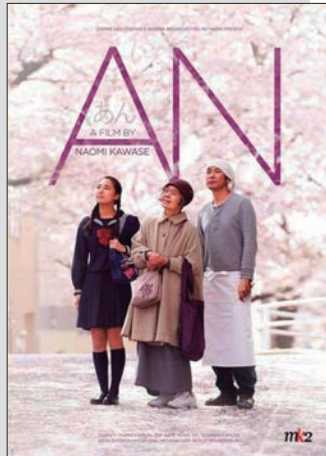
Hotel Barceló
Sevilla Renacimiento



Una pastelería en Tokio

Dirigida por Naomi Kawase
Estreno: 6 de noviembre

Sentaro tiene una pequeña pastelería en Tokio en la que sirve dorayakis (paste- litos rellenos de salsa de frijoles rojos dulces llamada 'an'). Cuando una simpá- tica anciana, Tokue, se ofrece a ayudar- le, él accede de mala gana, pero Tokue demostrará tener un don especial para hacer 'an'. Gracias a su receta secreta, el pequeño negocio comienza a prosperar. Con el paso del tiempo, Sentaro y Tokue abrirán sus corazones el uno al otro para revelar viejas heridas. ●



Une promesse (A Promise)

Dirigida por Patrice Leconte
Estreno: 6 de noviembre

En Alemania, poco antes de la Primera Guerra Mundial (1914-1918), una bella mujer casa- da con un rico empresario, mucho mayor que ella, se enamora de un joven empleado de su marido. ●



Nadie quiere la noche

Dirigida por Isabel Coixet
Estreno: 27 de noviembre

Josephine (Juliette Binoche), una mujer rica y culta, va al Polo Norte para reunirse con su marido, el ex- plorador Robert Peary. Durante el viaje la acompaña una humilde esquimal (Rinko Kikuchi) que le sirve de guía. A pesar de sus diferencias, ambas tendrán que unirse para poder sobrevivir a las duras condi- ciones climáticas de la tundra. ●



He Named Me Malala

Dirigida por Davis Guggenheim
Estreno: 6 de noviembre

Un retrato íntimo de Malala Yousaf- zai, la activista paquistaní herida por un talibán que atentó contra su escue- la. Esta película documental nos per- mite echar un vistazo desde dentro de la vida de esta extraordinaria joven, partiendo de la estrecha relación con su padre, que le infundó el amor por la educación, hasta sus apasionados discursos en la ONU, pasando por su vida cotidiana con sus padres y hermanos. ●

Tendencias

ESTILO Y TECNOLOGÍA VISUAL, TAMBIÉN PARA CONDUCIR

Hasta hace muy poco tanto las gafas de sol como las gafas polarizadas eran las dos opciones disponibles para aquellas que querían proteger sus ojos del sol. Transitions, líder mundial en la fabricación de lentes fotocromáticas, presenta una tercera opción pensada para las mujeres que pasan mucho tiempo al volante: las Transitions Drivewear, capaces de adaptar la coloración del cristal a la cantidad de luz que reciben tras el parabrisas del coche o bajo condiciones de luz muy intensa. Montañas, autopistas, carreteras secundarias se recorrieron bajo la lluvia, el sol intenso o pasando por túneles... Todos estos condicionantes, que se dan también a lo largo del año, ponen de manifiesto la imperiosa necesidad de estar prepara-



dos para ver correctamente durante cualquier desplazamiento, por muy corto o largo que sea e independientemente de las condiciones atmosféricas a las que nos enfrentemos. Por

todo ello, Transitions presenta sus lentes Transitions Drivewear, diseñadas para proteger los ojos de toda conductora, independientemente de si necesita graduación o no. ●



Kate Moss, con casco y chaleco de trabajo, junto a John Hitchcox, jefe de Yoo

KATE MOSS SE ESTRENA COMO DISEÑADORA DE INTERIORES

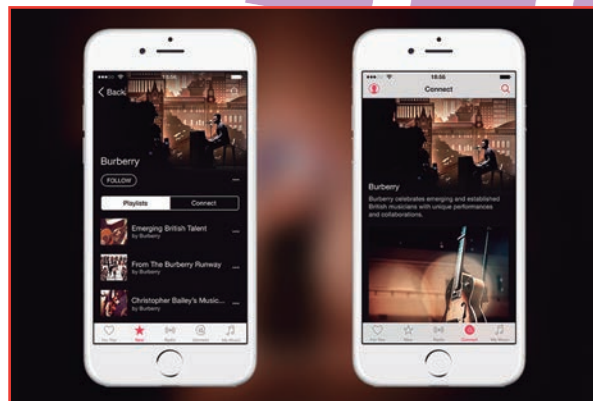
Tras probar como diseñadora de moda para la firma Topshoo, la top model Kate Moss se ha propuesto ahora buscarse un hueco como diseñadora de interiores. En esta ocasión Moss va de la mano de la empresa Yoo, con la que la modelo ha rediseñado una espectacular casa ubicada en The Cotswolds, en el sur de Inglaterra. 'The Barnhouse', que es como ha llamado a la casa, se encuentra en una urbanización en la que las casas están ubicadas alrededor de varios lagos. Cuenta con cinco dormitorios y está en venta a un precio superior a los tres millones de euros aunque, de hecho, los propietarios esperan ofertas por encima de esta cifra. 'The Barnhouse' cuenta con una parcela de más de dos mil metros cuadrados que incluye un enorme jardín con una zona para relajarse y una increíble piscina privada. En general, en toda la casa predominan los tonos tierra, el gris, el piedra y el perla que, convenientemente combinados, dan lugar a espacios cálidos y confortables. ●



María Keuchkerian Burgui

MAKEBU, LA FIRMA DE JOYAS 3D

Bajo el lema de 'Jewels for the woman of today' nace de la mano de María Keuchkerian Burgui la firma de joyas en 3D, Makebu. Una firma inspirada en la arquitectura y la naturaleza, compuesta por pequeñas esculturas para una mujer actual, divertida y seguidora de tendencias que se atreve a romper las rutinas impuestas y aburridas. Makebu es fruto de la experiencia personal y profesional de María. Nacida en Madrid y de origen armenio, tras más de 10 años trabajando en el área de la arquitectura y el modelado orgánico con software 3D, la hermana del polifacético actor Hovik Kauchkerian, decide fusionar sus experiencias para crear una firma cuyas piezas se nutren, no sólo de su dominio técnico, sino también de su innata necesidad de crear, aprender, viajar e incluso vivir en lugares lejanos, diferentes y estimulantes. ●



BURBERRY, EN APPLE MUSIC

La firma de las icónicas gabardinas, Burberry, se ha convertido en la primera marca de moda que ha creado un canal personalizado en Apple Music. Moda y tecnología se vuelven a dar la mano esta vez con un objetivo claro: ir más allá de la moda para convertirse en una compañía de estilo de vida, con un escaparate donde presentará colaboraciones de artistas británicos, con actuaciones, canciones y películas. "Estoy muy emocionado con nuestra asociación con Apple, esta increíble plataforma nos permitirá realizar lo que hacemos ahora con Burberry Acoustic y compartirlo con una audiencia mucho mayor", ha asegurado Christopher Baile, director general de Burberry, en 'The New York Times'. ●

SIMOF
22 SALÓN INTERNACIONAL
DE LA MODA FLAMENCA
DEL 4 AL 7 DE FEBRERO **2016**

SIMOF, DEL 4 AL 7 DE FEBRERO

La cita por excelencia con la moda flamenca ya tiene fecha para su próxima edición. La que será la XXII edición del Salón Internacional de Moda Flamenca, Simof 2016, tendrá lugar del 4 al 7 de febrero y una vez más, será en las instalaciones del Palacio de Ferias y Congresos de Sevilla (Fibes). Pasarelas profesionales, diseñadores y firmas de moda flamenca y cientos de vestidos de flamenca volverán a ser los protagonistas de la capital hispalense durante los cuatro días que dura la muestra. ●

Womencar, un servicio de alquiler de vehículos para ellas

Nuevo proyecto de movilidad de Europcar

Europcar ha presentado Womencar, un proyecto de movilidad dirigido específicamente al público femenino. Desde la compañía se ha detectado un cambio en el perfil del consumidor de vehículo de alquiler con necesidades muy diferentes en función del momento de uso.

En lo que se refiere a las mujeres, un 69% afirma haber utilizado un coche de alquiler en alguna ocasión y prefiere un vehículo de cambio manual (88%), tamaño intermedio (55%) y diésel (74%). A la hora de la gestión, el público femenino demanda una mayor oferta de vehículos (27%), máxima sencillez en los procesos de reserva (42%) y una cobertura adecuada para su estilo de conducción (21%).

Todos estos datos se han recopilado a partir del estudio realizado por Europcar en colaboración con Womenalia, cuyas conclusiones han marcado las pautas para el diseño de Womencar.

Se trata de un proyecto europeo que se presenta en primicia en nuestro país y que forma parte de la política de igualdad que promueve el departamento de Recursos Humanos de la compañía.

Consta de cinco packs pensados para ajustarse a las distintas facetas de cada mujer en función del momento en el que necesite alquilar un vehículo. Todas las opciones incluyen una selección de flota con líneas femeninas, modelo garantizado, cobertura Premium y el servicio gratuito de entregas y recogidas a domicilio en Madrid o Barcelona ToMyDoor.

● El *Pack Casual XS* ofrece la opción más amena y divertida para moverse en el día a



día por la ciudad con la elegancia italiana del Fiat 500.

● Con el *Pack Chic S*, el Audi A1 y el Opel Adam son perfectos para un plan sofisticado o para ir de compras con amigas, gracias a su práctico maletero.

● Y si se prefiere viajar con estilo y darse un capricho al volante, el *Pack Cool M* ofrece el Mini Cooper S y el Abarth 500 Cabrio.

● Las conductoras aventureras necesitan un vehículo que siga su ritmo. Para ellas, Europ-

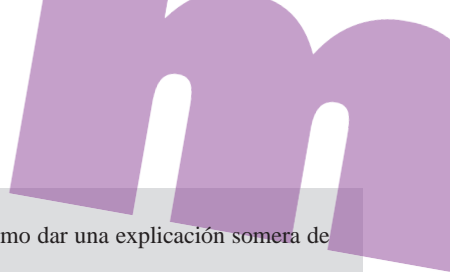
car propone el Jeep Renegade, un vehículo perfecto para disfrutar al máximo de las escapadas con el *Pack Fun L*.

● El *Pack Family XL* agrupa los modelos Volkswagen Tiguan y Opel Mokka, que permiten viajar con gran volumen de equipaje sin renunciar a la comodidad para que la escapada en familia resulte inolvidable.

Las clientas que contraten cualquiera de los cinco packs podrán acceder a todas las ventajas que ofrece el club de fidelización Privilege, que recientemente ha ampliado sus beneficios con la colaboración de nuevos partners dirigidos a la mujer: Womenalia, Professional Women's Network (PWN), Hedonai -centros líderes en medicina estética, tratamientos y depilación láser-, y Chic

Outlet Shopping -gestor de los centros comerciales Las Rozas Village y La Roca Village-.

El producto estará disponible en las oficinas de la compañía en España, call center y web, por lo que Womencar también se adhiere al programa de compromisos de Europcares, que están reservados a los clientes de Europcar que formalizan sus contrataciones a través de los canales de venta directa. ●

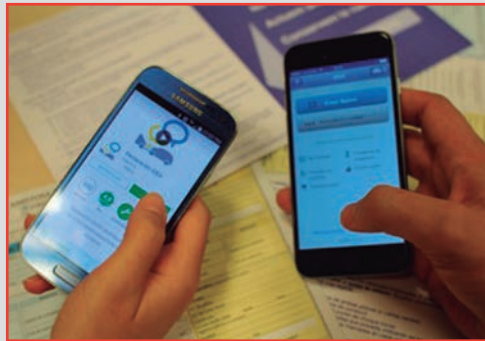


NUEVA APP PARA PRESENTAR PARTES AMISTOSOS

Las aseguradoras de automóviles han lanzado una aplicación para dispositivos móviles que permite presentar de forma telemática la Declaración Europea de Accidentes (DEA). La app ha sido bautizada como Declaración iDEA y replica el popularmente conocido como parte amistoso de accidentes de tráfico.

Una persona implicada en un golpe de circulación puede hacer llegar a su aseguradora en el momento del accidente, gracias a este programa, la información necesaria para que se tramite de forma ágil y eficiente su siniestro. Los menús que van apareciendo en la pantalla del móvil o tableta permiten facilitar los datos de las personas implicadas en la colisión, sus números de póliza, las características de los vehículos, la descripción de los desperfec-

tos que se han producido, así como dar una explicación somera de cómo ocurrió el accidente.



Después de que uno de los implicados haya cumplimentado el cuestionario a través de su terminal, el contrario recibirá un mensaje de texto (SMS) en su teléfono móvil que le solicitará que verifique o rechace el contenido de la declaración. También se puede validar o rechazar el parte a través de la web <https://declaracioniDEA.es>. Una vez aprobado, los implicados pueden descargarse el documento cumplimentado en pdf.

La app es de descarga gratuita a través de Apple Store y Google Play, y se encuentra disponible para dispositivos móviles que operen con sistemas operativos iOS y Android. ●

FORD MUSTANG, EL DEPORTIVO MÁS VENDIDO EN 2015

Los usuarios de todo el mundo han convertido al Ford Mustang en el deportivo más vendido del mundo durante la primera mitad del año, según datos de matriculación automovilística de IHS.

Los clientes de todo el mundo matricularon 76.124 vehículos durante los primeros seis meses de 2015, lo que supone un incremento del 56% con respecto al mismo periodo del año pasado.

Las cifras de ventas iniciales muestran que en Europa, los colores más populares son el Rojo Red y el Gris Magnético, tanto para fastback como para convertibles, ambos con el 21% del total de las ventas.

Los modelos fastback suponen tres de cada cuatro unidades vendidas en Europa hasta la fecha (72%) y dos de cada tres compradores han preferido el motor V8 5.0 litros con 421 CV (64%).

Los conductores en Europa se dividen casi a partes iguales entre cambio manual de seis velocidades (51%) y automático de seis velocidades (49%). Los cambios automáticos están resultando ser más populares entre clientes del motor V8 5.0 litros



(57%) y la opción manual entre usuarios del motor EcoBoost 2.3 litros 317 CV (65%).

En España, el Rojo Race es el color favorito, siendo elegido por cerca del 40% de los compradores, seguido del Gris Magnético, con casi un 20%. Los compradores de fastback prefieren el Rojo Race (24%)

y los del convertible, el Gris Magnético (32%). Los compradores españoles de Mustang optan mayoritariamente por la opción fastback (82%) y por el motor EcoBoost 2.3 (5%).

En nuestro país, un 55% de usuarios se decantaron por el cambio manual frente a un 55% que prefirieron el automático. ●

Requisitos legales que debe cumplir una App

Las aplicaciones se han convertido en un negocio muy rentable y el el producto estrella para muchos emprendedores, desarrolladores e inversores. Sin embargo, desde Ad&Law, firma especializada en asesoramiento fiscal, legal y corporativo de startups, advierten de que “antes de lanzar una aplicación al mercado se debe prestar atención a los requisitos legales que, de no tenerse en cuenta, pueden acarrear sanciones”.

Permisos, licencia y condiciones de uso.

Hay que ser claros y explícitos a la hora de solicitar permisos al usuario para acceder a contactos de su dispositivo, realizar pagos o ceder datos. Además, es obligatorio desarrollar licencias y condiciones de uso. En todos los casos no basta con informar al usuario sino que éste tiene que aceptar.

Derechos propios y de terceros.

Es obligatorio disponer de licencias de los recursos que se vayan a utilizar y además, conviene proteger el contenido para evitar plagios y copias.

Menores.

En caso de Apps dirigidas a menores de 14 años, se deben consultar las leyes correspondientes y las obligaciones impuestas.

Funcionalidades lícitas.

Al igual que en el marketing tradicional, lo que es ilícito offline en la App también lo es.

Privacidad y geolocalización.

La recogida de información del usuario debe ser la indispensable para el funcionamiento de la App y éste debe tener la posibilidad de configurar la privacidad.

Además, si nuestra aplicación dispone de geolocalización, se tiene que contar con la aceptación del usuario.

Información y cookies.

Es fundamental informar al usuario de los aspectos regulados en la ley y mostrar los datos sobre los creadores y sobre quienes se encuentran tras la App.

Markets.

Tienen condiciones muy estrictas para que se puedan publicar las aplicaciones, por lo que hay que cumplir siempre lo que piden.

Publicidad.

Si monetizamos una aplicación a través de publicidad, ésta debe identificarse siempre como tal. ●



8 inventos tecnológicos que cambiaron el mundo

El camino hacia la innovación tecnológica raramente es recto. TomTom Telematics ofrece una curiosa lista de inventos que cambiaron el mundo pero estuvieron a punto de no hacerlo. Todos ellos fueron descubiertos por accidente o las reacciones iniciales a los mismos fueron tan hostiles o indiferentes que casi no salieron adelante.

1) El ratón de ordenador. Fue concebido por el científico Douglas Engelbart y desarrollado por Xerox PARC, pero solo se hizo famoso cuando lo comercializó Apple. En comparación con el modelo de Xerox, cuya realización costó 300 dólares y solo duró dos semanas, Steve Jobs pidió un ratón que pudiese ser fabricado por menos de 15 dólares y que no fallase antes de los dos años.

2) La caja negra de los aviones. En la década de los 50, al químico australiano David Warren se le pidió que determinara la causa del accidente del avión British Comet. Su sugerencia de grabar datos de vuelo y de conversaciones para ayudar a esclarecer las investigaciones tras accidentes de aviación fue completamente descartada, ya que se consideró que las grabaciones sólo mostrarían el pánico de los pilotos y ofrecerían más expectativas que explicaciones.

3) La pantalla táctil. En la década de los 70, el Dr. G. Samuel Hurst y su equipo de investigación utilizaban un acelerador Van de Graff que solo estaba disponible de noche para investigar física atómica en la Universidad de Kentucky.

Cansado del lento progreso, Hurst utilizó papel conductor de electricidad para leer un par de coordenadas X e Y, lo que permitió a sus estudiantes calcular en unas cuantas horas lo que hubiera llevado días.

4) Los rayos X. Cuando el físico Wilhelm Roentgen proyectaba luz a través de tubos de rayos catódicos, se dio cuenta de que los papeles fluorescentes de su laboratorio se iluminaban, aunque su máquina tuviera una tapa opaca. Un mes después realizó la prime-



ra radiografía de la humanidad, la de la mano de su mujer.

5) El microondas. Un ingeniero de la Raytheon Corporation descubrió la tecnología de microondas por accidente en 1945, cuando dirigía un proyecto de investigación relacionado con radares con un nuevo tubo de vacío. Cuando la barra de chocolate que llevaba en el bolsillo comenzó a derretirse durante los experimentos, utilizó la tecnología para hacer palomitas de maíz y comenzó a construir el primer horno microondas en 1947.

6) La impresora de inyección de tinta. Un ingeniero de Canon descubrió de forma accidental la tecnología de inyección de tinta tras colocar un hierro caliente sobre un bolígrafo por accidente.

El calor causó que el bolígrafo expulsara la tinta desde su punta, lo que le sugirió la idea de utilizar una bobina de calentamiento que funcionase con electricidad en cartuchos llenos de tinta.

7) El marcapasos. Mientras construía un aparato para grabar los latidos del corazón, el investigador estadounidense Winson Greatbatch colocó de forma accidental una resistencia del tamaño erróneo en el circuito, que desencadenó un pulso eléctrico intermitente que simulaba el latido natural del corazón.

8) La telemática. Aunque los sofisticados sistemas actuales tienen sus raíces en la década de los 60, en el momento en el que las fuerzas armadas estadounidenses desarrollaron la tecnología GPS. De este modo, cuando treinta años después, surgió el primer sistema de seguimiento de vehículos hubo acusaciones de que era un “gran hermano” para espiar a los conductores.

De todas formas, el vínculo evidente entre el conducir de forma más eficiente y conducir de forma más segura hizo que la tecnología fuera comúnmente aceptada como principio clave de la responsabilidad empresa hacia los trabajadores móviles. ●



Uso seguro de Internet

La Policía Nacional ha lanzado una serie de consejos dirigidos a los ciudadanos sobre el uso seguro de Internet en diversos apartados como los niños, el correo electrónico o el pago con tarjeta.

Así, en referencia a las medidas que deben adoptar los padres respecto a sus hijos, recomiendan establecer unas reglas de uso y sus consecuencias; adaptar sus horarios escolares y de estudio a la utilización de ordenadores; controlar los tiempos de uso; y enseñarles a no solicitar productos sin aprobación familiar. Además, aconsejan ayudarles, en la medida de lo posible, a realizar sus trabajos, estudios, búsquedas, etc.; motivarlos para que realice sus propias búsquedas sobre temas de interés; comentarles los efectos perjudiciales y beneficiosos que causa la intimidad al hacer uso de la red; y hablarles de los peligros del chat, prestando especial atención a los contenidos sexuales.

Desde la Policía destacan la importancia de hacer comprobaciones periódicas sobre el uso que los hijos hacen del ordenador y, sobre todo, de la red; dedicar especial atención a los juegos que los hijos suelen recibir, intercambiar o copiar; y valorar la posibilidad de instalar filtros y programas de control para acceso a determinadas actividades.

Los hijos.

Deben avisar inmediatamente a los adultos si aprecian contenidos que puedan considerar

peligrosos o, simplemente, si los ven raros; no deben dar los datos personales si no están seguros del destinatario o si consideran que no son necesarios; y no enviar fotos propias o de la familia sin autorización.

Asimismo, resaltan la importancia de no entrar en páginas de contenidos no aptos para su edad; consultar antes con los padres o tutores si van a tener encuentros físicos con alguien que hayan conocido en la red; no contestar a mensajes extraños; y no acceder a zonas que solicitan dinero.

Transacciones económicas.

Desde la Policía advierten del peligro de abandonar las copias de los resguardos de compra en las proximidades de los Terminales de Punto de Venta (T.P.V.), así como de utilizar la tarjeta si el establecimiento no merece su confianza.

No facilitar más datos personales de los necesarios es otro de los puntos en los que inciden, así como la importancia de comprobar que los cargos recibidos se corresponden con los realizados y que, al enviar información, se verifique que, en la parte inferior del navegador Explorer, aparece un candado amarillo o un candado cerrado, en el caso de Netscape.

Correo electrónico.

Entre los consejos destacan no abrir mensajes de correo de origen desconocido, no ejecutar ningún archivo adjunto que venga con men-

sajes sugerentes y no facilitar la dirección electrónica con “demasiada” ligereza.

La policía recomienda la activación constante de un antivirus, así como visitar páginas especializadas sobre seguridad informática. Además, señalan que para que los datos viajen seguros, se envíen los mensajes cifrados.

Particulares.

No facilitar más datos personales de los necesarios o no hacerlo en absoluto si no se está seguro del receptor es uno de los puntos en los que hacen hincapié estos consejos.

Hay que exigir, siempre, “conexiones seguras” y comprobar los certificados de seguridad en páginas que requieren datos personales, así como extremar la precaución en los archivos que reciben en sesiones de chat.

Empresas.

Las pequeñas empresas deben cambiar las contraseñas periódicamente, exigir que sean de calidad y no dejarlas guardadas en el disco duro.

Desde la Policía recomiendan confiar la gestión de la red a un responsable, diseñar un protocolo de uso de esta y establecer una política adecuada de copias de seguridad.

Para las grandes empresas, éstas deben llevar un control sobre personas externas a la empresa que, en determinadas ocasiones, tienen acceso a equipos informáticos por cuestiones de reparaciones, desarrollo, mantenimiento, etc.; y actualizar constantemente el software.●



El campo y su agroindustria

Todos los lunes
en El Correo de Andalucía

/ ECONOMÍA / El campo y su agroindustria

Guía práctica para pedir las ayudas agroambientales de la PAC

El Boletín Oficial de la Junta de Andalucía (BOJA) publicó el viernes los requisitos, aunque su aprobación definitiva está a expensas de que Bruselas dé el visto bueno al Plan andaluz de Desarrollo Rural

Isabel Campanario

SEVILLA • El Boletín Oficial de la Junta de Andalucía ha publicado, con fecha 29 de mayo, las condiciones que deben cumplir agricultores y ganaderos, así como los compromisos que han de mantener durante cinco años para tener derecho a las ayudas agroambientales de la Política Agraria Común (PAC). No exentas de polémica por el retraso en su publicación, las siguientes directrices están a expensas de que Bruselas dé su visto bueno al Plan de Desarrollo Rural de Andalucía 2014-2020, que aún no ha sido aprobado. Con esa seguridad, vemos las siete grandes líneas de estas ayudas.

Apicultura para la conservación de la biodiversidad

El volumen de estas ayudas se sitúa en los 34,58 millones. Los apicultores que quieran optar a ellas deben mantener los barbechos (restos de cosechas no superiores a las 80 columnas que han de tener al menos una distancia de un kilómetro respecto a otros cultivos del mismo apicultor). También hay obligación de contar con un mínimo de 150 columnas ubicadas en Andalucía y que éstas se hallen en zonas de acogida -superficies de vegetación pero no de cultivo-, si bien se permite que hasta un 80 por ciento se mantengan durante seis meses en zonas agrícolas. Junto a ello, existe la obligación de identificar dónde se mojan de cada trimestre durante los cinco años.

Razas autóctonas puras en peligro de extinción

El mantenimiento de estas razas cuenta con una dotación global de 10,13 millones de euros. Pedir estas ayudas implica el compromiso de mantener animales reproductores de raza pura inscritos en el libro genealógico de razas en peligro de extinción. Para ello, se plantea un mínimo de un macho en todas las especies (bovina, ovina, caprina y porcina). En el caso de las hembras, el mínimo es de cinco para la especie bovina, de 30 animales en todas las razas de oveja, son 30 también en las cabras, y diez las hembras mínimas requeridas en la raza porcina. En caballos

y asnos, la obligación será de un macho o una hembra reproductores. **Cultivos agroindustriales**

Es este capítulo, el relativo a los sistemas sostenibles de cultivos agroindustriales, el segundo más cuantioso por volumen de ayudas, con 85,78 millones de euros. Para beneficiarse, la explotación agraria debe incorporar sistemas de rotación con los cultivos elegibles en esta categoría, conjuguéndolos con cereales, oleaginosas (como el girasol o el maíz) o proteaginosas (como las habas o los guisantes), o con leguminosas o con hortalizas en extensivo. Además, el solicitante debe formar parte de un Agrupación de Producción Integrada de cultivos elegi-

bles (esto es, con control de fitosanitarios).

Hasta ahí los requisitos, porque los compromisos obligan a esas explotaciones a obtener la certificación integrada en los años que los que se declaren parcelas con cultivos elegibles por parte de la entidad autorizada. Estos, además, deberán contar con una superficie mínima de media hectárea, al tiempo que los restos del cultivo de la remolacha han de ser enterrados, y picado e incorporados los restos de cosecha en el suelo del cultivo del algodón.

Olivar

Con 86,12 millones de dotación económica, los sistemas sostenibles del olivar suman el mayor importe de ayudas. Podrán solicitarlas quienes ten-

gan explotaciones con una pendiente media superior al 8 por ciento y cuente con al menos una hectárea de superficie. Asimismo, para tener derecho deben tener control de fitosanitarios. La recepción de estas ayudas supondrá que el agricultor acepta, al igual que ocurre en los cultivos industriales, a asistir al menos a dos jornadas formativas relacionadas con los compromisos agroambientales y participar en un sistema de seguimiento técnico.

Destaca aquí, no obstante, el requisito de implantar y mantener una cubierta vegetal espontánea o sembrada, que ha de mantenerse entre el 15 de octubre y el 15 de marzo, con anchuras de 1,60 metros o 3,60, según si se trata de cubiertas estrechas o anchas. Se apunta, igualmente, a otro compromiso aunque éste es voluntario: el triturado y la distribución de los restos de poda, porque hay que hacer al menos dos podas en el periodo de cinco años.

Aves esteparias y de los arrozales

22,4 millones son los fondos destinados para preservar esta población de aves. En el caso de las esteparias, uno de los programas que incluye es el de la adecuación de la fecha de cosecha a la fenología -ciencia que estudia los fenómenos biológicos que se presentan periódicamente relacionados con ritmos estacionales- y que consisten vinculación con el clima, como la migración de las aves del aguilucho cenizo. Aquí se compromete el agricultor a

retrasar la recogida del cereal hasta el 30 de junio, salvo los recintos en la zona de especial protección para aves (ZEPA) del Alto Guadix (Góndokah), que se retrasa hasta el 15 de julio. Hay obligación de cultivar cereal durante todo de los cinco años posteriores al que se revisa una posible ampliación.

Respecto a las acciones en las zonas ZEPA, una de las obligaciones implica mantener el rastrojo (restos de cereal una vez trillada la producción), manera que se prohíbe retirar los restos hasta el 1 de octubre, no se permite el riego de paja, no se permite la entrada de ganado hasta el 16 de agosto, ni acometer actividades sobre el suelo antes del 1 de octubre. Al igual que los barbechos, se deberán mantener los barbechos (restos de cosechas no superiores a las 80 columnas que han de tener al menos una distancia de un kilómetro respecto a otros cultivos del mismo apicultor), y sobre el que se podrá aplicar fitosanitarios, desde que entre el ganado (a partir del 1 de enero y el 15 de agosto del año siguiente) del barbecho.

Para los arrozales, la modalidad de las ayudas obliga que, una vez terminado el ciclo productivo del cultivo, los barbechos deberán mantenerse inundados hasta el 15 de octubre. Existe en este apartado un compromiso voluntario, es el empleo de abonos de liberación controlada o de



A/
nas
la
or las
ladas
estaban en
la orden
y se orga
pueda al ac
de estos ap
estros, por lo
las ayudas
en condiciones
no han su
requisitos.

El Correo
ladas

estaban en
lo que se tra
señalada
reclusivo
reclusiva, a final
la siembra,
de empacar a
nuevo Acuerdo,
que pro
de estado
encias
tantes
ha. Tras re
rencias sin
efectivamente
lo exclusivo
las incorpo
recursos pro
ci. Además,
esta año al
estas sin pla
de los cinco
requisitos.



con permiso
manuelBELLIDO

bellido@mujerempresadora.net

www.manuelbellido.com

Ante las adversidades... ¡calma!

Atravesamos rachas más o menos duraderas en las que tenemos la impresión de ahogarnos, de que nada funcione y de que la situación pinte tan mal que parece no tener solución.

Son esos los momentos en los que necesitamos más que nunca pararnos y encontrarnos con nosotros mismos para vislumbrar una salida, una solución. De cuantas situaciones saldríamos airosos si, en lugar de dejarnos consumir por el estrés, pensásemos la situación negativa como una oportunidad. Se sabe que el estrés no sólo nos afecta psicológicamente sino que afecta también o a la salud física.

Al mismo tiempo, y probablemente todos lo hemos experimentado alguna vez, el cerebro, cuando más presionados nos sentimos, se estimula creando nuevas células responsables de la mejora de la memoria y de los procesos cognitivos. Sin embargo, si no reaccionamos a tiempo y dejamos campar a sus anchas el estrés, deprimiéndonos y oscureciéndonos, la situación se nos vuelve en contra anulando esa capacidad de regenerar nuevas células.

Alguien, que desde hace muchos años me da buenos consejos, me decía recientemente que un buen truco para escapar del estrés, y de consecuencia reaccionar mejor a las adversidades que se presentan de vez en cuando, es encontrar a diario momentos para uno mismo, recortar durante el día y durante la semana un tiempo exclusivo para relajarnos. Estar disponible 24 horas al día los siete días de la semana nos hace vivir en un estado de alerta constante, aumentando el nivel de estrés incluso en momentos en los que tendríamos que haber desconectado. Dejar de mirar por un momento whatsapp o Twitter, sentarnos en un lugar agradable con un buen libro que degustar o dar un paseo al aire libre para depurar cuerpo y espíritu son algunos de los momentos que podemos recortar a la actividad para alejar el estrés.

Por arte de magia no podemos alejar de nuestra vida ni dificultades ni momentos de crisis, sin embargo, lo que nos vale es saberlos gestionar sin dejarnos sofocar por la presión. Encontrar la calma no es algo que se improvisa. Para procurarla en los momentos que la necesitamos tenemos que ejercitarla con constancia.

La ansiedad, la depresión o el descontrol de las emociones no son monstruos invencibles. La serenidad es un bagaje que podemos ir acumulando en nuestra vida día a día. Como la gimnasia para

“ De cuantas situaciones saldríamos airosos si, en lugar de dejarnos consumir por el estrés, pensásemos la situación negativa como una oportunidad.”

estar en forma, la serenidad es una cuestión de entrenamiento y cada día que se ejercita en pequeñas cosas se está más cerca de conseguir los resultados deseados.

No es fácil, lo sé, pero vale la pena hacernos lo antes posible con esa herramienta llamada calma antes de desesperarnos, estresarnos y enfermarnos porque la vida no es perfecta, o porque no nos concede siempre lo que deseamos, o porque se nos echan encima adversidades inoportunas.

Cuando el mar está en calma todo el mundo puede ser timonel, decía Siro. También nosotros podemos ser timoneles de nuestra propia vida y llevar a puerto seguro buena parte de nuestras experiencias. ●

MUESTRA DE LA PROVINCIA

los Pueblos en el corazón de Sevilla

Aljarafe · Alanís · Albaida
 Alameda · Alcalá de Guadaíra · Alcalá
 de Guadaíra · Alcolea del Río · La Algaba ·
 Almadén de la Plata · Almensilla ·
 Almonacid · Aznalcóllar · Badolatosa ·
 San Juan de los Ríos · Bormujos · Brenes ·
 Burgos · Caceres · Calles · Campa
 de San Juan · Camas · La
 Cañada Rosal ·
 Carmona · Castilblanco de los
 Ríos · Castilleja de Guzmán ·

Castilleja de la Peñuela ·
 Castilleja del Campo · Castilleja del
 Rey · Castilleja de Guzmán · Castor
 de Peñaranda · Cuervo de
 Hermanas ·
 Cádiz · Estepa · El
 Encinar · Fuentes de
 Andalucía · Gelves · Gerena ·
 Huelva · Gines · Guadalcanal ·
 Guillena · Herrera · Huévar del
 Aljarafe · Isla Mayor · Lantejuela
 · Lebrija · Lora de Estepa · Lora
 del Río · La Luisiana · El
 Madroño · Mairena del Alcor
 · Mairena del Aljarafe ·
 Marchena · Marinaleda ·
 Martín de la Jara · Los
 Molares · Montellano ·
 Morón de la Frontera ·
 Las Navas de la
 Concepción · Olivares
 Palacios y Villafranca ·
 Paradas · Pedrera ·
 Pilas · Pruna · La
 Puebla de los Infantes
 Real de la Jara · La
 Andalucía · El
 Sacro · San Juan de
 San Nicolás de · Sanlúcar la Mayor ·
 El Saucillo · Sanlúcar de
 Barrameda · Umbrete ·
 Medina de · Manrique de
 · Villanueva de ·
 Villanueva de

S

I Feria de Productos Ecológicos de la Provincia de Sevilla

16 al 18 de octubre

VI Feria de Vinos, Licores y Anisados de la Provincia de Sevilla

23 al 25 de octubre

III Muestra de Semana Santa y Turismo Religioso de la Provincia de Sevilla

30 de octubre al 1 de noviembre

III Encuentro Nacional de Jóvenes de HH. y CC. Acto del Consejo de Hermandades y Cofradías

6 al 8 de noviembre

II Feria "Sabores de la Provincia de Sevilla"

13 al 15 noviembre

X Feria de Mujeres Empresarias

20 al 22 de noviembre

II Feria de la Innovación y Nuevas Tecnologías en los Gobiernos Locales de la Provincia de Sevilla

25 al 27 de noviembre

III Feria de Moda en la Provincia de Sevilla

2 al 4 de Diciembre


VII Feria de la Gastronomía y la Artesanía de la Provincia de Sevilla (1er turno)

10 al 13 de Diciembre

VII Feria de la Gastronomía y la Artesanía de la Provincia de Sevilla (2º turno)

16 al 19 de Diciembre





Si eres una pyme somos tu mejor socio para crecer.

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

Entra en www.bancosantander.es y descubre todo lo que podemos ofrecer a tu pyme.



Santander

Advance⁷