

mujerempresedora

Reportaje

Acción comercial:
locomotora
de la empresa

Entrevista

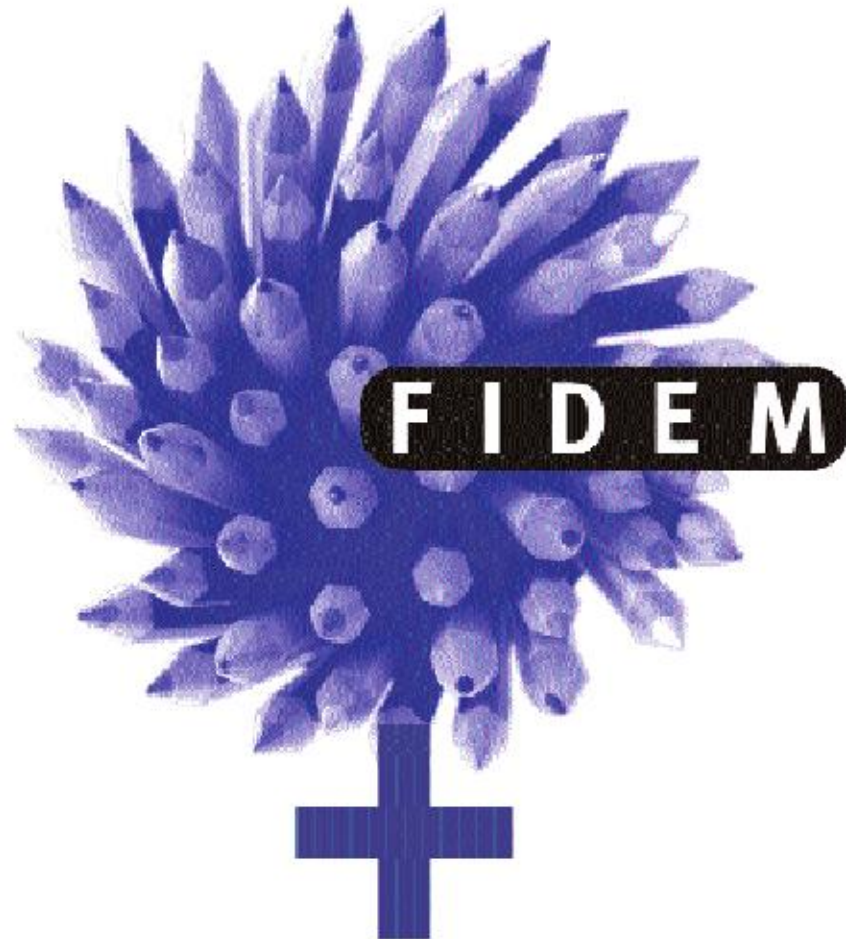
María José Navarro
"Las mujeres somos conscientes
que debemos hacer valer nuestro
derecho a estar en los centros
del poder económico"

Saber vivir

Cuando nos asalta
la "depre"

La fuerza de las empresarias

- Las Asociaciones de Mujeres Empresarias son uno de los instrumentos más eficaces al servicio de éstas para ayudar a su gestión, formación y desarrollo



II Feria Internacional de Empresas de Mujeres

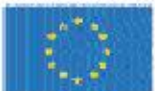
Acércate a FIDEM y descubre las oportunidades
que hay para hacer buenos negocios.
Sabrás por qué te interesa venir.

ALMERÍA 2002

CENTRO DE EXPOSICIONES DE AGUADULCE
DEL 2 AL 6 DE OCTUBRE

instituto
andaluz de la
Mujer

UNIÓN EUROPEA E.S.E.





Del dicho, al hecho

Marianela Nieto,
Edición de *Mujer Emprendedora* - redaccion@mujeremprendedora.net

Del dicho al hecho en muchas ocasiones, más que un trecho va un abismo. Y éste es un buen balcón para asomarse y alzar la voz, a ver si la demagogia -de andar por casa o vestida de gala, que para el caso tiene el mismo efecto- no nubla la capacidad auditiva de quienes tienen que escuchar para que muchas situaciones cambien.

Hemos vivido un mes de septiembre "movidito" en cuanto a debate sociopolítico, pero vamos a centrarnos particularmente en lo que atañe a la violencia de género, con la esperanza de un mes de octubre que nos aclare más las ideas al respecto. Nos han zarandeado desde diversos frentes con opiniones dispares sobre la fecha más adecuada para legislar una vez más acerca de esta cuestión, sobre la conveniencia o no de una normativa de carácter "integral", sobre iniciativas en tropel que más que soluciones dejaban en principio un sabor a falta de consenso.

Y en medio de este "brainstorming" político, aderezado con acusaciones

de rechazo a la propuesta de ley por parte de unos y de "demagogia partidista" por parte de otros, nos quedamos mirando las tasas escandalosas de muertes de mujeres por maltrato con cara de póquer, sin saber si el objetivo de esta "tormenta de ideas" es aportar alguna solución real o si no es más que una técnica de despiste o, lo que es peor, una maniobra para ganarse el favor del "público" ante las urnas.

De momento es mejor soplar para eliminar el "ruido" de las discusiones políticas que no desembocan en soluciones y quedarse con las buenas propuestas, que también las hay -desde la atención específica a este grave problema hasta la agilización de los procesos judiciales, por ejemplo- haciendo lo posible para que no queden en "lo dicho". Todo esto acompañado, claro está, de un "repasso crítico" a ciertos tópicos aún arraigados y un debate educativo y social, que nunca está de

más y, en este caso, podría aportar mucho.

- Si maltratas, a la calle. Hablemos de iniciativas concretas en Andalucía. La comisión de gobierno del Ayuntamiento de Jerez ha aprobado recientemente varias propuestas para luchar contra la violencia de género y erradicarla. Lo primero es predicar con

el ejemplo, así que, como medida pionera, los funcionarios municipales que maltraten a sus parejas perderán su puesto de trabajo. Simple y contundente, esperamos que así sea.

No estaría mal que esta iniciativa se aplicara no sólo desde la administración pública. Desde aquí invi-

tamos por tanto a empresarias y empresarios para que estudien esta posibilidad como forma de implicarse directamente en la solución de un problema, que si bien cada vez es más denunciado, aún nos regala estadísticas bastante trágicas, que no son sino motivo de tristeza y vergüenza. □

“ LO PRIMERO ES PREDICAR CON EL EJEMPLO, ASÍ QUE, COMO MEDIDA PIONERA, LOS FUNCIONARIOS MUNICIPALES QUE MALTRATEN A SUS PAREJAS PERDERÁN SU PUESTO DE TRABAJO. SIMPLE Y CONTUNDENTE, ESPEREMOS QUE ASÍ SEA.”



Mujeremprendedora es una publicación plural, los artículos y comentarios que en ella aparecen reflejan las opiniones de las respectivas autoras/es. Mujeremprendedora expresa su opinión en la editorial. Los comentarios de la publicación pueden ser reproducidos, citando las fuentes.

STAFF

Suplemento de Agenda de la Empresa Andaluza
EDITA: ALLIVESVER DE SERVICIOS, S.L. **DIRECTOR:** Manuel Bellido
COORDINADORA DE REDACCIÓN: Marianela Nieto
REDACCIÓN Y COLABORADORES: M^a Ángeles Tejada, Carmen Espinosa Sierra, Carmen Ramírez, Juan Félix Bellido y Maribel García Cantero
DIAGRAMACIÓN Y DISEÑO: Clara Alonso Campillo
FOTOGRAFÍA: Julio Figueroa, Archivo Mujeremprendedora, Agencias
DIRECTORA COMERCIAL: M^a José Bonilla
Dirección, Administración, Distribución y Publicidad:
 Recaredo, 20, 2^o- 4, 5 y 6. 41003 Sevilla.
 Tel.: 954 53 98 47 / 98 72 22 / 98 84 38. Fax: 954 53 31 43
 ISSN 1575-9377 Depósito Legal: SE-3043-99
Mujeremprendedora en Internet: <http://www.mujeremprendedora.net>
E-mail: mujeremprendedora@mujeremprendedora.net / redaccion@mujeremprendedora.net



18 Tema del mes

Una amplia panorámica de uno de los instrumentos más eficaces al servicio de las empresarias y emprendedoras, de su formación, de la ayuda a su gestión, de la promoción de vocaciones empresarias: las Asociaciones de Mujeres Empresarias. Referencias, cifras y datos



6



M^{ra} José Navarro

26



Almudena Grandes

- 03 EDITORIAL
- 05 TÚ OPINAS
- 06 ENTREVISTA DEL MES: MARÍA JOSÉ NAVARRO PINTO.
PRESIDENTA DE LA FEDERACIÓN ANDALUZA DE MUJERES EMPRESARIAS
- 10 OPINIÓN
 - RECURSOS HUMANOS. POR M^a ÁNGELES TEJADA
 - CONSULTORÍA. POR CARMEN ESPINOSA
- 12 PANORAMA
- 16 REPORTAJE: ACCIÓN COMERCIAL, LOCOMOTORA DE LA EMPRESA
- 18 EL TEMA: LA UNIÓN HACE LA FUERZA
- 24 EMPRENDEDORAS
- 26 LAS OTRAS EMPRENDEDORAS
- 27 FORMACIÓN
- 28 TENDENCIAS
- 32 SEXOLOGÍA: FALTA DE DESO SEXUAL
- 33 SABER VIVIR
- 34 ESTILO
- 36 ESTÉTICA: ENCIENDE LA LUZ
- 37 VER, OIR Y LEER
- 38 EN CORTO:
 - MARÍA LUISA GARCÍA GARCÍA.
DIRECTORA GENERAL DE AUNACABLE - SUPERCABLE

MARÍA JOSÉ NAVARRO PINTO

“Las mujeres somos conscientes que debemos hacer valer nuestro derecho a estar en los centros del poder económico”

En Andalucía, como en toda España, las Asociaciones empresariales de mujeres se han convertido en un referente de opinión. Hablamos con María José Navarro Pinto, Presidenta de la Federación Andaluza de Mujeres Empresarias (FAME) y de la Asociación de Mujeres Empresarias de la provincia de Almería (ALMUR)

ME.- las Asociaciones de Empresarias han crecido, se han desarrollado, se han consolidado y están demostrando ser un instrumento eficaz en el posicionamiento de la mujer en el mundo empresarial, ¿Qué balance podría hacer de estos últimos años?

María José Navarro.- Positivo y esperanzador. Con el transcurso del tiempo y a medida que las mujeres pasan a

integrar la población activa, las organizaciones empresariales de mujeres están siendo reconocidas como uno de los instrumentos más valiosos de que dispone una sociedad para promover el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas y no debemos olvidar que casi el 90% de las empresas que se han creado en Andalucía en la última década han sido iniciativas de mujeres.

El papel de las Organizaciones de empresarias es fundamental para

empujar ese dinamismo emprendedor. Está comprobado que cuando las instituciones gubernamentales, políticas o económicas relacionadas con el desarrollo empresarial, han querido actuar directamente sobre las propias empresas el resultado ha sido mediocre, revelando una falta de visión realista de las auténticas necesidades empresariales. Sin embargo, las Asociaciones empresariales se han mostrado como unos magníficos instrumentos de apoyo al desarrollo de las empresas, al estar compuestas por empresarias,





MARÍA JOSÉ NAVARRO PINTO, PRESIDENTA DE LA FEDERACIÓN ANDALUZA DE MUJERES EMPRESARIAS (FAME) Y DE LA ASOCIACIÓN DE MUJERES EMPRESARIAS DE LA PROVINCIA DE ALMERÍA (ALMUR)

“ LAS ASOCIACIONES EMPRESARIALES DE MUJERES NOS HEMOS CONVERTIDO EN UN REFERENTE DE OPINIÓN QUE ES TENIDO EN CUENTA ”



AL CENTRO, M^a JOSÉ NAVARRO, DURANTE LA PRESENTACIÓN DE LA II FERIA INTERNACIONAL DE EMPRESAS DE MUJERES "FIDEM 2002"

tener un funcionamiento muy parecido al de las propias empresas y estar identificadas con sus problemas y necesidades.

ME.- ¿Qué función, a su entender, cumplen éstas en el mundo empresarial y en el ámbito del trabajo de la mujer?

M.J.N.- Las mujeres somos conscientes que, de cara al nuevo siglo, debemos hacer valer nuestro derecho a estar en los centros del poder económico y que contamos con muchos más recursos e información cuando participamos activamente en asociaciones empresariales. De esta forma, tenemos voz y voto en una serie de organismos e instituciones donde se toman decisiones que afectan a nuestro futuro. A modo de una red, las asociaciones empresariales de mujeres facilitan el camino a las emprendedoras que quieren poner en marcha una empresa e impulsan, con acciones de información, formación y asesoramiento, la competitividad y calidad de las empresas lideradas por mujeres, ya consolidadas.

ME.- ¿Cómo es la situación en nuestra Comunidad Autónoma?

M.J.N.- Las Asociaciones empresariales de mujeres nos hemos convertido en un referente de opinión que es tenido en cuenta, como lo demuestra el apoyo que recibimos de las instituciones y de la sociedad, que entiende cada vez más la necesidad de arbitrar medidas que favorezcan la conciliación de la vida profesional y laboral. Hemos avanzado mucho, pero aún queda por hacer.

ME.- ¿No es suficiente con las organizaciones empresariales en general que reúnen a empresarios y empresarias? ¿Por qué es necesario que existan asociaciones empresariales exclusivamente de mujeres?

M.J.N.-Las mujeres no son distintas que los hombres en su impulso empresarial y en su deseo de conseguir la independencia. Los problemas son comunes a todos los empresarios, independientemente del género, al igual que las condiciones para llevar adelante una empresa. Carácter emprendedor, visión de negocio y riesgo. Sin embargo, a pesar de los problemas comunes, las mujeres empresarias partimos con desventaja en el mundo del asociacionismo empresarial ya que nuestra presencia en puestos de decisión es todavía muy escasa.

El futuro se presenta, no obstante, prometedor. Las características diferenciales de las mujeres pueden aportar una visión fresca a las nuevas estructuras empresariales a las que se dirige el Siglo XXI. Esta cambiando la forma de dirigir las empresas, que ya no es piramidal, sino horizontal y, en este proceso, las mujeres tenemos mucho que decir con nuestra capacidad para crear redes de contacto, nuestra visión contextual y a largo plazo a la hora de solucionar complejos problemas y nuestra manera de actuar sin tanta burocracia ni jerarquización.

ME.- *A principios de 2001, con motivo de su elección como Presidenta de la FAME, la entrevistamos en nuestra revista. Nos comentaba entonces los obstáculos que habían tenido que superar para crear la Federación. ¿Cuáles son los que tienen que superar una vez creada, en estos momentos?*

M.J.N.- El principal reto con el que se encuentra la FAME es el fortalecimiento de las Asociaciones que la forman para consolidar sus estructuras de funcionamiento, aunando los intereses comunes de las empresarias con independencia de la Provincia en la que tengan su empresa. También queremos ampliar nuestra participación en todos los estamentos e instituciones económicas de representación de Andalucía, y fomentar una red de inter-

cambio de información entre todas nuestras Asociaciones.

ME.- *Mirando hacia atrás, transcurridos ya casi dos años, desde aquel momento, ¿qué nivel de cumplimiento de los objetivos que entonces se propuso cree que se ha alcanzado?*

M.J.N.- Los logros han sido muchos y satisfactorios, aunque todavía nos quedan muchos retos que afrontar. Hemos avanzado de manera importante en nuestro objetivo de vertebrar la labor del colectivo empresarial femenino andaluz y en nuestra presencia activa en organizaciones empresariales de mayor ámbito. Buen ejemplo de ello, es la participación de FAME en el Comité Ejecutivo de CEA, la mayor presencia de mujeres empresarias en

“ EN POCOS AÑOS
HEMOS PASADO
DE TENER UN 9% DE
MUJERES EMPRESARIAS
A UN 23 % ”

las Cámaras Oficiales de Comercio de Andalucía, tras su proceso electoral, etc. Eso sin olvidar, la puesta en marcha de iniciativas de gran interés para la empresaria andaluza como el Programa EQUAL “Construyendo en Igualdad”, junto al Instituto Andaluz de la Mujer, además de cursos y jornadas.

ME.- *¿Cómo ve al empresariado femenino andaluz?*

M.J.N.- Imparable y con un gran entusiasmo para emprender cosas nuevas y superar barreras. En pocos años, hemos pasado de tener un 9% de mujeres empresarias a un 23%, un porcentaje que va en aumento. La capacidad emprendedora de la mujer andaluza es un ejemplo para otras comunidades, somos pioneras en la creación de asociaciones de empresarias creadas y gestionadas por mujeres, la presen-

cia en las universidades es del 53%, además cada vez estamos mejor preparadas y las nuevas tecnologías nos van a proporcionar un nuevo reto para consolidar nuevas presencias en el mundo laboral y empresarial.

Como Presidenta de la FAME y del Consejo de Mujeres Empresarias de la CEA, mi mensaje no puede ser otro que animar a las jóvenes andaluzas a aprovechar la oportunidad que les ofrecen los nuevos mercados y a desarrollar una eficaz labor empresarial y de dirección.

ME.- *Dentro de unos días, ALMUR, la Asociación de Almería, que usted preside y que podríamos decir lidera la Federación, organizará el XIII Congreso Iberoamericano de Mujeres Empresarias junto con FIDE, con el lema “Mujeres empresarias liderando el Siglo XXI”, ¿Qué significado tienen este tipo de encuentros y que se pretende concretamente con éste?*

M.J.N.- Es un gran acontecimiento, al que asistirán empresarias procedentes de todo el mundo, y que servirá para que el colectivo empresarial de mujeres profundice sobre todas y cada una de las tendencias de ámbito social, político y económico que nos aporta este nuevo siglo. Además, vamos a tener la oportunidad de participar en encuentros empresariales y establecer acuerdos comerciales y de cooperación. Abrir los ojos a otros mercados Y a otras ideas.

El Congreso que celebraremos en Almería es el resultado de la constancia, la ilusión y el carácter dinámico y emprendedor de las empresarias almerienses, al apoyo decidido de la Federación Iberoamericana de Empresarias, de la Junta de Andalucía y de distintos ayuntamientos y entidades de la Provincia de Almería que creyeron en nuestro proyecto desde el principio. □

Juan Félix Bellido



RECURSOS HUMANOS

La tecnología, no es sólo cosa de hombres

Ma Angeles Tejada,
Consejera delegada de SELECT. RRHH

La irrupción espectacular de la mujer en el campo de las nuevas tecnologías es una consecuencia del interés por la adaptación al mundo laboral en general y, especialmente, hacia sectores emergentes que se inició ya en el último decenio del siglo XX, y que se justifica con la desinhibición definitiva de la mujer occidental hacia aquellos tipos de profesiones antes reservadas a los hombres.

En el futuro, la excepción ya no será la mujer científica, como en el caso de Madame Curie, sino que la irrupción al campo de las nuevas tecnologías será plural y seguramente se normalizará, quizás porque el futuro será definitivamente compartido. Estamos en el siglo del conocimiento, por tanto, se valorarán aquellas personas que posean talento, y el sexo, la raza o la edad son puramente anecdóticos.

No obstante, los tópicos existen. No es difícil probar que una mujer sea buena modista, cocinera, directora de colegio, incluso abogada, pero no resulta fácil que se la suponga experta en tecnología punta, a menudo ni siquiera se la respeta conduciendo un automóvil.

Se trata de asumir la normalidad en el mundo laboral de la misma forma que se asume en la universidad, y se

viene haciendo en los países nórdicos desde hace más de 30 años, mientras que aquí, seguimos arrastrando tópicos "machistas" desde los años 50, incluso mucho antes. La discriminación existe incluso en la normativa de los propios partidos políticos que la denuncian, pero el camino sobre todo hacia puestos directivos se está venciendo a pasos agigantados, mientras el único tema sigue siendo demostrar constantemente la valía y perder el miedo a ser juzgada continuamente.

No sé si existirá una incorporación masiva de la mujer en el campo de la tecnología, pero representa una oportunidad más para desarrollarse profesionalmente. Las nuevas tecnologías son un hecho y su avance es implacable, aunque encierra riesgos importantes que deben evitarse como la despersonalización del individuo, pues una sociedad excesivamente viciada por la tecnología olvi-

da otros valores que tienen que ver con el trabajo.

La tecnología está creando un despotismo en el mundo laboral, de forma que sólo cuenta la gente que realmente hace cosas nuevas y muchas empresas y star-ups se hunden antes de que puedan elegir un camino para competir con garantías. Estar en esta lucha puede ser perjudicial para la mujer cuando se incorpora al mundo laboral y debe tomar una decisión en un entorno excesivamente cambiante.

Pero, hay otros elementos positivos en los que realmente puede desarrollar sus aptitudes innatas, como la asunción de responsabilidades, quizás porque venimos haciéndolo desde tiempo ancestral. Saber acabar lo que se empieza, es tan célebre la intuición femenina que es muy útil para trabajar en equipo y relacionarse con los demás.



Y especialmente la sensibilidad, a pesar de que la tecnología a menudo "oculta" lo humano y sensible, siempre hay personas detrás de los profesionales que hacen cosas y nosotras sabemos favorecer el entendimiento para trabajar mejor.

La tecnología es la consecuencia de una voluntad de innovación, por tanto la creatividad innata de la mujer y la visión global de las cosas harán que los proyectos que se emprenden tengan siempre un final. □



CONSULTORÍA

Drogas en el trabajo

Carmen Espinosa Sierra,

Licenciada en Derecho y Técnico en Prevención de Riesgos Laborales

Cuando imaginamos la drogadicción en el ambiente laboral, pensamos en que el problema mayor viene ocasionado por trabajadores que acceden a su puesto y que traen una dependencia anterior a una droga o estupefaciente. Esta situación se produce en ocasiones, pero el mayor número de trabajadores drogodependientes no lo son del hachís, la cocaína o la heroína. Sustancias menores como alcohol, tabaco o fármacos pueden plantear problemas tan serios como el consumo de las anteriores.

Existe una relación directa entre el consumo de drogas y las condiciones en las que se desarrolla la actividad laboral. Para proteger de manera eficaz al trabajador es necesario modificar las condiciones laborales. Con ello se pretende mejorar su calidad de vida no sólo en el puesto de trabajo, sino fuera de éste.

Las condiciones en las que desarrollamos nuestro trabajo pueden generar o desarrollar una drogodependencia. Se entiende por tal como un impulso irreprimible de tomar alguna sustancia de forma continuada con el fin de experimentar unos efectos psíquicos (mayor seguridad personal, euforia, mayor capacidad de trabajo...) que el sujeto cree beneficiosos.

Las causas consideradas como factores de riesgo dentro del mundo laboral en el consumo de drogas son muy variadas. Destacan, dentro del medio ambiente de trabajo, la climatología.

Las inclemencias del tiempo hacen que los trabajadores recurran a bebidas alcohólicas para calmar la sed o paliar el frío. Así, el calor excesivo reduce la producción y obliga al trabajador a gastar más energías. Ello ocasiona un consumo de sustancias estimulantes. El frío reduce la atención y predispone al consumo de bebidas de alta graduación.

La contaminación ambiental es otro factor decisivo. Suele provocar sequedad en la garganta y sed. Ello ocasiona la necesidad de consumo de algún líquido o bebida, entre ellas el alcohol. Los trabajadores de sectores como la madera, textil o limpieza se ven especialmente afectados por este problema.

El ruido y las vibraciones afectan al sistema nervioso provocando dolores de cabeza. Para atenuar sus efectos se recurre al consumo abusivo de fármacos.

Otro grupo de factores de gran importancia son los pertenecientes al ámbito psicosocial y a la organización del trabajo. La jornada laboral repercute en la fatiga. Se recurre al consumo de alcohol, tabaco y fármacos con la finalidad de rendir más y mejor. El trabajo a turnos y el nocturno producen alteraciones del sueño que ocasionan un consumo

de fármacos e incrementa el consumo de tabaco.

El sistema de remuneración por comisión provoca un esfuerzo mayor que una remuneración por nómina.

Esto ocasiona un aumento de la fatiga y estrés. Esta situación potencia el consumo de fármacos que mitigan el excesivo ritmo laboral necesario para conseguir un sueldo digno.

La precariedad y la inseguridad laboral es otro factor determinante. Los trabajadores sometidos a contratos de corta duración llegan a aceptar condiciones de trabajo peligrosas. La propia inseguridad laboral es una fuente generadora de estrés que puede derivar en depresión. Esta contribuye al consumo de alcohol u otras drogas.

Hasta aquí, unas pinceladas de las condiciones laborales nocivas que influyen en el consumo de drogas. Sólo mejorando la calidad laboral de cada puesto de trabajo se podrá hacer una labor efectiva de prevención. Pensar que estos hábitos los genera la apatía por el puesto de trabajo en lugar de reconocer que son originados por una organización empresarial y laboral deficiente no hará sino perder aún más tiempo en la resolución de un problema de costes incalculables sólo en el terreno sanitario. □

“ SÓLO MEJORANDO LA CALIDAD LABORAL DE CADA PUESTO DE TRABAJO SE PODRÁ HACER UNA LABOR EFECTIVA DE PREVENCIÓN.”



La Economía Social avanza en Andalucía

Según un informe de CEPES, durante el segundo trimestre de 2002 se crearon 671 nuevas empresas de Economía Social, en Andalucía. Esto supone un crecimiento con respecto al mismo período del año pasado del 27,1 por ciento. El mayor crecimiento porcentual corresponde a Granada y es seguido por Málaga, Cádiz y Sevilla. Sin embargo, ha sido Sevilla la que en términos absolutos ha creado más empresas de economía social, con 176, seguida por Almería con 78 y Málaga con 73. □

Patricia Cruz, Directora de Mercer en Sevilla



Patricia Cruz Uceda ha sido nombrada directora de la oficina que Mercer Human

Resource Consulting ha inaugurado en Sevilla. Está especializada en la gestión de sistemas de previsión social para empresas, cuenta con amplia experiencia en el sector seguros.

Nació en León en 1964, y es Licenciada en Económicas por la Universidad Complutense de Madrid. □

El precio de volver al "cole"

La vuelta al "cole" tendrá este año un coste para cada hijo en edad escolar de 600 euros. Porque éste, como todos los años, el precio de los libros de textos aumentará y, además, aprendiendo el truco por las Editoriales de libros de textos, los del año pasado que el hermano mayor correspondiente usó, ya no sirven éste. A veces es sólo una pequeña modificación, pero... Lo cual significará que los libros aumentarán en un 3,3% y ciertas editoriales, algunas de ellas propiedad de instituciones que, a la vez, tienen colegios privados subvencionados, harán el agosto en septiembre, y las familias soportando un coste que hace temblar sus bolsillos. De los demás complementos: uniformes, equipamiento deportivo, etc. mejor no hablar. □

Créditos para el empleo femenino

El Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales ha firmado un convenio con entidades financieras para microcréditos encaminados al empleo femenino por valor de 6 millones de euros. El Convenio ha sido suscrito también por DGPYME, la Fundación Internacional de la Mujer Emprendedora, la Caja de Ahorros y Pensiones de Barcelona y la Fundación La Caixa. El crédito es cofinanciado por el Fondo Social Europeo. □

Conferencia de Carmen Ramírez en Puerto Banus



La escritora Carmen Ramírez ha dictado una conferencia en el Club de Mar de Puerto Banús bajo el título: "Ritos, Costumbres y Tradiciones de Andalucía". El acto fue presentado por el Conde Rudi Schonburg, que elogió la labor de esta escritora. El numeroso público que llenaba la sala aplaudió la exposición de la escritora sevillana. □



La asociación de navegantes de Andalucía organiza la II regata Al-Andalus Sevilla-Portimao

Entre los días 13 y 23 del pasado mes de julio se celebró, organizada por la Asociación de Navegantes de Andalucía, y patrocinada, entre otras institucio-

nes, con la Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía, el Consorcio de Turismo de Sevilla y el Patronato de Turismo del Algarve, y dentro del marco del recién creado

"Foro de Encuentros Al-Andalus", la II Regata Al-Andalus Sevilla-Portimao, la cual se realizó sobre un trazado de algo más de 120 millas náuticas, y en la que tomaron parte casi un centenar de participantes entre los que cabe señalar la participación de la embarcación Queen Veli, ganadora de la pasada edición y que este año acabó clasificándose en segundo puesto a menos de un punto por detrás del Puerto de Sevilla.

Detrás de la magnífica actuación del Queen Vely se encuentra la labor de dos mujeres amantes del mar y de la vela, Vely y Ana, madre e hija respectivamente, que llevan más de veinte años navegando y con agua del Atlántico en sus venas. Para ellas el deporte es una forma de hacer turismo y de conocer a gente. La afición y el deporte construyendo en familia relaciones humanas. □

¿SABES QUÉ HACEMOS EN LA DIPUTACIÓN?

POLÍTICAS ACTIVAS DE LA MUJER

FOMENTO DE LA IGUALDAD REAL Y EFECTIVA

SUPERACIÓN DE LA DISCRIMINACIÓN LABORAL CULTURAL ECONÓMICA

DIPUTACION DE SEVILLA

El Ayuntamiento de los Ayuntamientos.

Expertas en género e igualdad de oportunidades

El Instituto Andaluz de la Mujer y la Universidad de Sevilla ha puesto en marcha un estudio de posgrado de "Experta/o Universitaria/o en Género e Igualdad de Oportunidades, para este curso académico 2002-2003 con el objetivo de conocer el principio fundamental de Igualdad recogido en el ordenamiento jurídico para la eliminación de desigualdades entre hombres y mujeres; conocer las herramientas metodológicas para incorporar la perspectiva de género en las diferentes fases de la intervención sociolaboral; profundizar en el conocimiento relativo a la situación de las mujeres; aprender técnicas de investigación social desde la perspectiva de género, así como técnicas básicas de documentación, archivo y comunicación en materia relativa a género; adquirir las habilidades y conocimientos necesarios para la búsqueda de información, acceso a las nuevas tecnologías e identificar recursos para la igualdad de oportunidades de las mujeres; y adquirir una formación práctica en las técnicas más actuales de trabajo a favor de la igualdad de oportunidades.

Toda la información en el teléfono de Información a la Mujer (900 200 999) y en la Universidad de Sevilla (954 557 795). □

Programas del Centro de apoyo y estímulo

El Centro Andaluz de Emprendedores (CADE), organismo dependiente a la Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico (JUNTA DE ANDALUCÍA), se crea con la misión de ser el instrumento de estímulo y apoyo a la cultura y a la actividad emprendedora e innovadora en la Comunidad Andaluza.

Entre sus actividades, además de potenciar la cultura y la actividad emprendedora y orientar al emprendedor de la puesta en marcha de su negocio, está la de informar de todas aquellas noticias, actos, eventos, ayudas, cursos, etc. que considera de interés hacia el sector al que se dirige

Este mes informa, entre otras cosas, del Foro de Capital Riesgo dedicado en exclusiva a empresas de base tecnológica el día 14/11/02. La APTE ha firmado un acuerdo de colaboración con el CDTI para la configuración de la Red NEOTEC. Más información en www.neotec.cdti.es <<http://www.neotec.cdti.es>>

EL CURSO DE GERENTE PYME: curso gratuito 500 horas (teóricas 155, prácticas y orientación 345) dirigido a formar a jóvenes EMPRENDEDORES en los aspectos fundamentales de la gestión de una empresa (desempleados menores de 30 años de nivel medio: FPO, Bachiller o superior). Organiza la Asociación de Jóvenes Empresarios (AJE) y se imparte en el Centro Andaluz De Emprendedores (CADE). Se inicia este mes de Octubre. Más información en AJE (Beatriz 952.225.045) y CADE (Alberto De Azevedo 951.231.730).

El Master Universitario en DERECHO DE INTERNET y la Nueva Economía. Organizan Universidad de Málaga y Cremades&Calvo-Sotelo Abogados. Se Imparte en el CADE. Fecha Octubre 2002 - 2009. 500 horas (teóricas 350 y prácticas 150, 50 créditos) Más información 952.060.432. 6) Jornada También una Jornada sobre **COMO CONSEGUIR QUE SU EMPRESA SEA VISIBLE EN LA RED** (Euroventanilla Proyecto Europa -

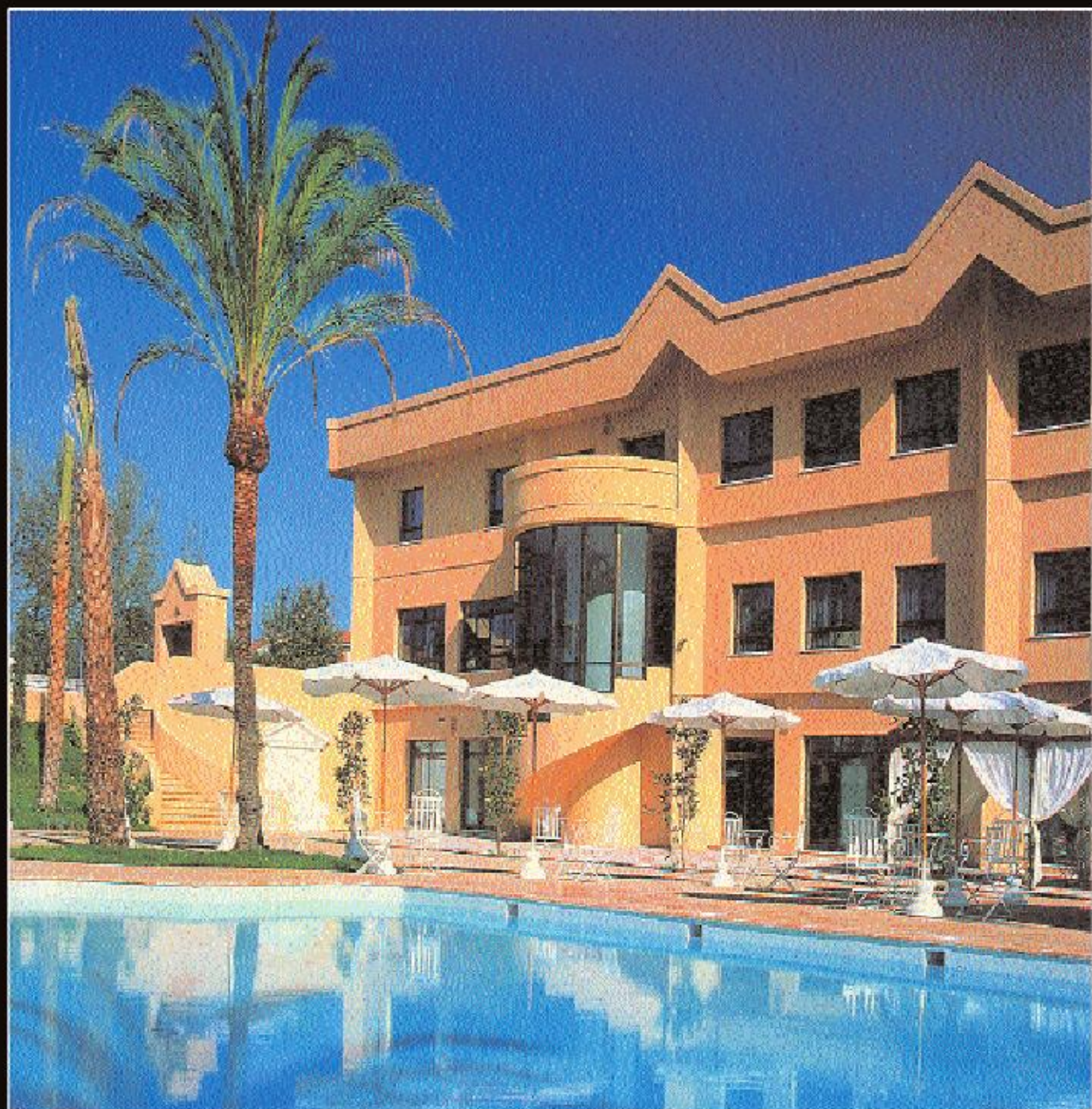


Banesto). Día 7/10/02. Libre acceso, necesaria confirmación. Lugar Sede Social del Parque Tecnológico de Andalucía PTA. Pretende, de forma práctica, dar distintas opciones creación de página web propia, situación de la misma en un Portal de Internet, temas de seguridad, banca electrónica etc., útiles para que su empresa saque partido de su presencia en Internet. Más información Tfno. 952.220.959 o 696.949.769.

Las Jornadas de Patentes en Biotecnología (Universidad de Málaga, OTRI, Consejería de Educación y Ciencia). Día 15/10/02. Es necesaria la inscripción. Lugar Edif. Institutos Universitarios PTA.

Los Premios Alas a las Empresas Andaluzas (Consejería Economía y Hacienda): Con el Premio Alas al Emprendedor y el Premio Alas a la Exportación. Plazo inscripción 31/10/02. Más información Delegaciones Provinciales de Economía y Hacienda ó CdeA, Tfno. 954.280.227.

El V Premio del Consejo Social de la Universidad de Málaga del Parque Tecnológico de Andalucía (PTA) para Proyectos de I+D en Ciencia y Tecnología. Plazo inscripción 19/10/02. **Las Jornadas Andalucía por el Empleo** (Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico). 24/10/02 Europa y el Empleo y 25/10/02 Creación de Empresas. Más información en: <http://www.difusion.cedt.junta-andalucia.es/jornadasempleo/jornadas.htm>. □



Algunas de las guías turísticas
más importantes, nos califican
como uno de los hoteles más
cuidados de Andalucía



Hotel Guadalete

●●●●●
J E R E Z

Avda. Duque de Abrantes, 50 - 11407 Jerez de la Frontera Tel.: 956 18 22 88 - Fax: 956 18 22 93
www.hotelguadalete.com e-mail: guadalete@hotelguadalete.com

Acción comercial: locomotora de la empresa

Que la empresa funcione y produzca la rentabilidad necesaria para su mantenimiento y crecimiento depende de una función esencial, que la ejerce la Directora Comercial

nEl manual define claramente lo que se entiende por venta: "La venta es un proceso de búsqueda y comprensión de las necesidades y de los deseos de los clientes, para ayudarles a descubrir cómo pueden ser satisfechos a través de la compra de un determinado producto".

Qué la empresa funcione y produzca la rentabilidad necesaria para su mantenimiento y crecimiento depende de una función esencial, que la ejerce el Departamento Comercial, encargado de las ventas. De su capacidad de poner al cliente en contacto con las excelencias del producto que fabricamos o del servicio que ofrecemos,.

Todo eso lo realiza una persona o equipo de personas que, en primer lugar tiene que conocer perfectamente el producto, estar al día de lo que se ofrece en el mercado y de los puntos positivos y negativos de la competencia.

En segundo lugar, tiene que estar motivado, es decir, tiene que tener ganas e interés. Es importante la predisposición, pero es más importante el talante, el convencimiento propio del comercial,

el impulso interior, las ganas de vender ese producto. Sin todo esto será ineficaz su acción y poco podrá convencer al cliente. El tercer factor es un factor de habili-

dad. El vendedor debe saber hacer. El vendedor tiene además que tener la capacidad intelectual y práctica para ejercer su cometido. Tiene que poner en funcionamiento sus capacidades, su

ENTREVISTA

María José Bonilla Directora Comercial de nuestra empresa



María José Bonilla es desde su creación, la directora comercial de AGENDA DE LA EMPRESA ANDALUZA, de su suplemento MUJEREMPREENDEDORA y de todos los productos que complementan estas dos publicaciones. En su gestión comercial y en la política de ventas que dirige están muchas de las claves del desarrollo de esta empresa de comunicación y de su afianzamiento en el mercado de las revistas empresariales y económicas de Andalucía, situándose en la actualidad en un puesto de liderazgo. Junto a una buena dirección de contenidos y una excelente labor de sus redactores, esta sevillana, joven y dinámica, se ha convertido en el motor de



experiencia, los conocimientos que haya adquirido.

Yendo al grano y en busca del éxito de los vendedores de mi empresa, he de pedirles que tengan un nivel cultural

medianamente adecuado y aquellos conocimientos técnicos que exija el producto que venden; que conozcan bien nuestra empresa, su estructura, su política comercial, sus normas; que

conozcan el mercado; que estén informados de lo que hace la competencia; que conozcan perfectamente bien, el producto que ofertan.

Estoy segura que la actitud es un factor esencial para el éxito de la venta; he de fomentar las actitudes positivas, la motivación y el talante con el que afronta la venta.

Y exige a tu comercial que "sepa estar". Que se convenza de que si no le cae bien al cliente, es muy probable que éste no le compre. Cuando a la gente no se le trata correctamente no vuelve a dirigirse a la empresa por muy bueno que sea el producto o el servicio que dice ofrecer.

Y, si queremos potenciar la imagen de nuestra empresa de la que el comercial es embajador y que tan importante es para afianzar nuestras ventas: un cliente enfadado termina por comentar a otro su disgusto, propagando, así, una visión negativa.□

una locomotora indispensable en su crecimiento.

Mujeremprendedora.- ¿Las claves del éxito de una Directora comercial?

María José Bonilla.- Ante todo, creer en el producto que vendemos; saber que mi labor se halla respaldada por una serie de profesionales que realizan mensualmente un producto de calidad, indispensable para los empresarios andaluces y una herramienta eficaz en su labor de gestión. Conocerlo a fondo y conocer el mercado en el que se mueve. Estar continuamente al día, formarte y profesionalizar cada vez más tu trabajo.

ME.- ¿Es suficiente con eso?

M.J.B.- Evidentemente, es indispensable lo que he dicho pero después hace falta confeccionar un plan de marketing y desarrollar una estrategia de ventas efi-

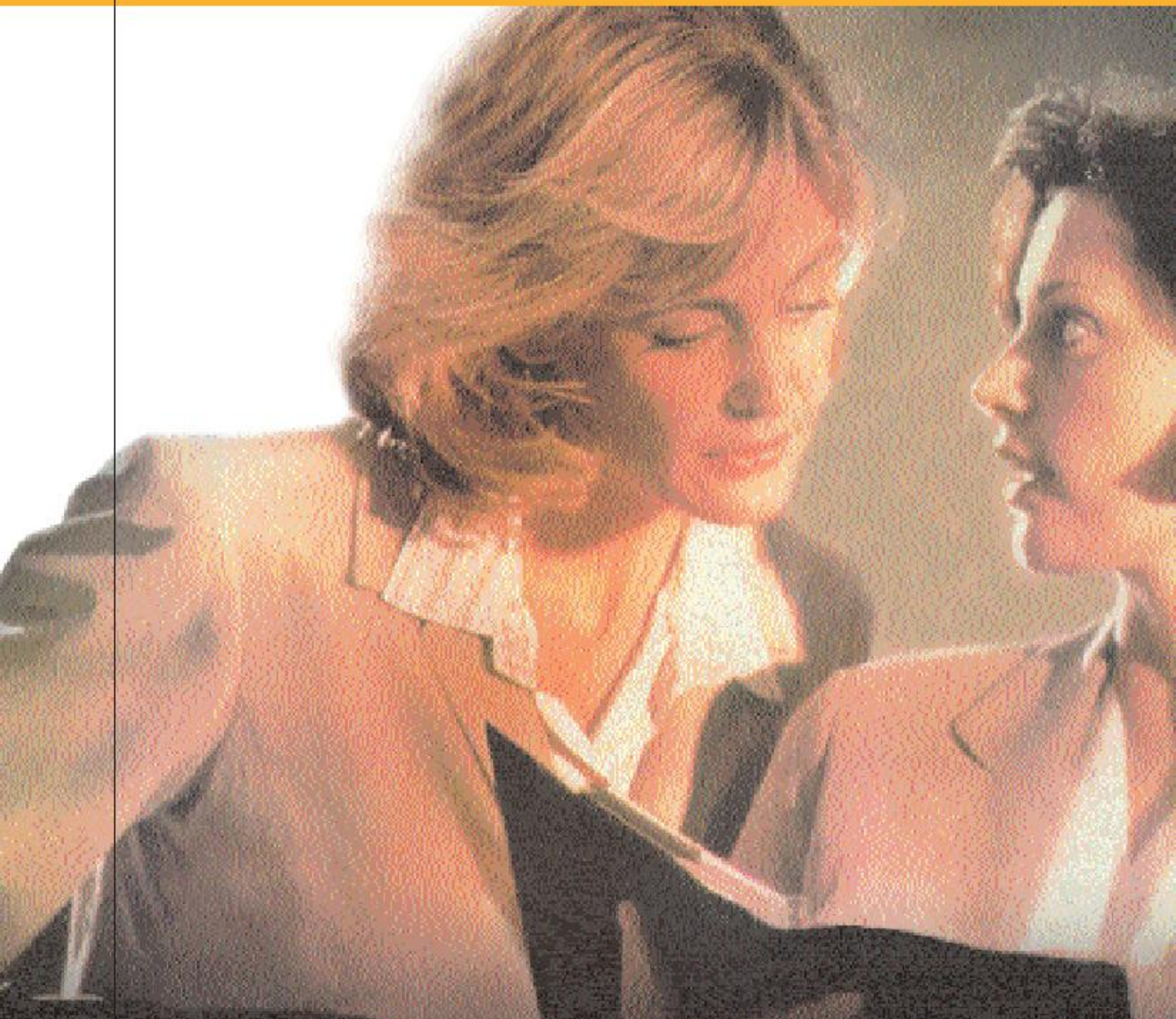
caz y adecuada al producto. Ponerlo en marcha y hacerle un seguimiento diario, confrontando objetivos con resultados. Y hay que salir a la calle a ofrecerlo.

ME.- Salir a la calle es quizás lo más difícil, ¿con qué talante debería hacerlo el vendedor?

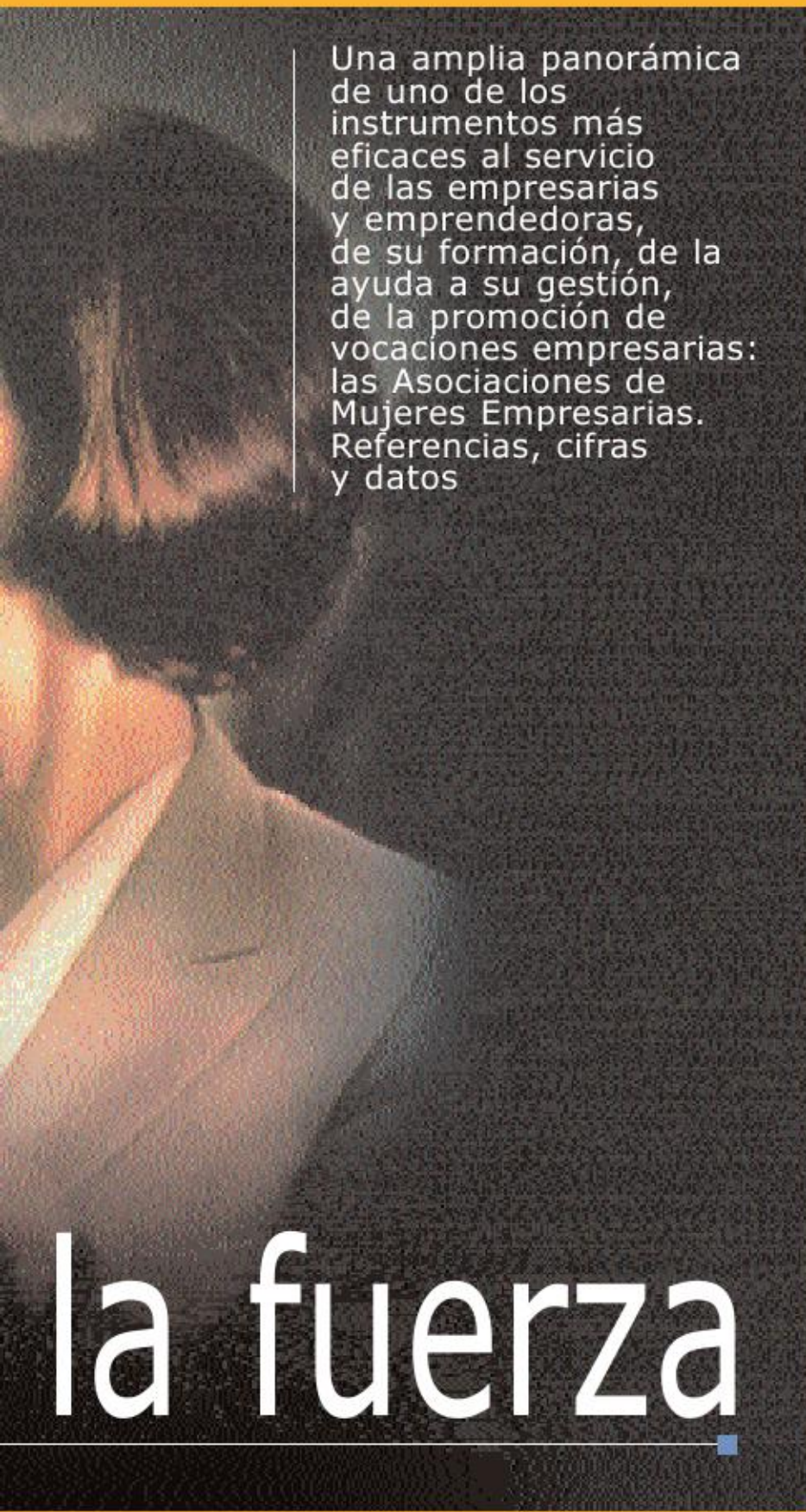
M.J.B.- Si no crees en lo que tienes entre manos, difícilmente te va a dar su confianza el cliente. Yo digo siempre que hay que ser positivo, afrontar la venta con buen talante y, sobre todo, mantener una buena relación con el cliente. La honestidad con la que ofreces lo que llevas, la honradez a la hora de mantener los acuerdos y la atención a las necesidades reales del cliente, son los que consiguen su confianza.

ME.- ¿Cuál es el balance de estos años, al frente de esta área de la empresa?

M.J.B.- Creo que el balance es positivo. Personalmente ha supuesto desarrollar el trabajo que me gusta y que quiero hacer. He sido protagonista del crecimiento de una empresa que con ilusión he visto nacer. Durante estos años han nacido nuevos productos. Uno de los más importantes ha sido MUJEREMPREDORA, un instrumento al servicio de la mujer, por el que he trabajado mucho. Era un reto nuevo por el que se ha trabajado duro y que ha supuesto un logro importante en Andalucía. La revista AGENDA DE LA EMPRESA ANDALUZA ha crecido, ha mejorado en calidad y en contenido y se ha desarrollado de forma impresionante. Formar parte del equipo que ha hecho esto posible ha supuesto una enorme satisfacción para mí. Naturalmente, esto ha significado un enorme esfuerzo de trabajo y de dedicación, pero ha merecido la pena.□



La unión hace



Una amplia panorámica de uno de los instrumentos más eficaces al servicio de las empresarias y emprendedoras, de su formación, de la ayuda a su gestión, de la promoción de vocaciones empresarias: las Asociaciones de Mujeres Empresarias. Referencias, cifras y datos

la fuerza

En una entrevista concedida a nuestra revista a principios del 2001, la entonces flamante Presidenta de la Federación Andaluza de Mujeres Empresarias, definía así los puntos débiles de las empresarias andaluzas: "La falta de información válida para ser más competitiva en el mundo de la empresa, la dificultad de acceder a las nuevas tecnologías y el negarse a la formación, por dar prioridad a lo doméstico. Además, las empresarias suelen tener tendencia al aislamiento, a no compartir experiencias y miedo al riesgo y a equivocarse, por tener que ganarse la credibilidad del entorno". El nacimiento y la creación en los últimos años de numerosas Asociaciones de Empresarias tanto a nivel provincial como a nivel regional y nacional, han puesto en sus manos los instrumentos para paliar estas posibles carencias. Y se hace desde estas asociaciones y, también, con una mayor presencia de las mujeres empresarias en todas las organizaciones empresariales no específicamente femeninas.

Convencidas del riesgo que supone el aislamiento, el no compartir experiencias y las dificultades que comporta no poder acceder a los medios que los retos de competitividad actuales nos plantean, estas asociaciones mantienen vivo el viejo principio -tan actual hoy día- de que "la unión hace la fuerza". O, como nos comentaba una de ellas, "si nos organizamos somos capaces de abarcar un ámbito mayor, tener acceso a mayor información y conseguiremos metas que solas seríamos incapaces de alcanzar".

Es significativo constatar la definición que de su organización hace OMEGA (Organización de Mujeres Empresarias y Gerencia Activa) que, nacida en 1989, reúne a muchas de las principales Asociaciones de Empresarias de toda España. "Se constituyen -afirman- como centro de unión y comunicación para dar respuestas



Las mujeres andaluzas se reúnen en Almería

y alternativas al desarrollo económico y social, generando opinión ante temas relevantes que afectan al progreso de la mujer como colectivo empresarial y profesional”.

Dicen intentar “coordinar los esfuerzos parciales de las distintas y dispersas asociaciones de mujeres del Estado, que tengan que ver con el avance y el progreso, proponiendo actividades y proyectos comunes que multipliquen la acción que día a día realizan desde sus finalidades y tareas específicas, superando el aislamiento y potenciando la solidaridad”.

A nivel de nuestra Comunidad Autónoma, la Federación Andaluza de Mujeres Empresarias “pretende impulsar, asesorar y promocionar a las emprendedoras y empresarias, así como facilitar el conocimiento y formación en las nuevas formas de gestión empresarial”. Para ello, hacen especial hincapié en el acceso a las nuevas tecnologías y en el fomento de la cultura empresarial entre las más jóvenes. “Por otro lado, los esfuerzos de FAME están encaminados a estrechar la colaboración con instituciones públicas y privadas relacionadas con el mundo empresarial y a aumentar la presencia y participación de la mujer en los órganos de gestión y organización de dichas instituciones, en donde aún hay poca presencia femenina”.

Haciendo una panorámica andaluza, además -como es evidente- de las áreas específicas que en organizaciones empresariales como la CEOE o CEPYME, o las Cámaras de Comercio, están inscritas en el registro del Instituto Andaluz de la Mujer 13

El Instituto Andaluz de la Mujer (IAM) organiza este mes de octubre en Almería la II Feria Internacional de Empresas de Mujeres ‘Fidem 2002’, con el objetivo de apoyar la iniciativa empresarial de las mujeres andaluzas y favorecer la cooperación y el intercambio entre empresarias procedentes de países europeos, iberoamericanos y del norte de África. Este evento se celebrará del 2 al 6 de este mes en el recinto ferial de Aguadulce (Roquetas de Mar).

Con esta segunda edición se consolida una Feria que se celebró por primera vez en 1999 en el Palacio de Exposiciones y Congresos de



Granada, donde se instalaron 156 recintos expositores de empresarias de tres continentes y que contó con una elevada participación de visitantes: más de 20.000 personas, un 40% de las cuales eran empresarias.

Según los datos del IAM, uno de los aspectos más significativos de la participación de las mujeres en el mundo laboral es su creciente interés por el autoempleo y la creación de empresas. Prueba de ello es que el número de mujeres empresarias y miembros de cooperativas se ha incrementado en más de un 50% en la última década, y las tendencias

apuntan a que estos porcentajes seguirán creciendo en los próximos años. Actualmente las mujeres representan en Andalucía el 24% del empresariado.

En ‘Fidem 2002’, para seguir favoreciendo el crecimiento y la consolidación de empresas de mujeres, se organizarán sesiones de asesoramiento a las expositoras sobre temas de interés empresarial como el comercio exterior, la cooperación empresarial, marketing, imagen, publicidad y comercio electrónico e innovación tecnológica. Asimismo, se celebrarán entrevistas de negocios programadas entre las empresarias participantes para impulsar la cooperación empresarial y comercial.

Además, se configurará un espacio telemático de encuentro entre las empresarias de los diferentes países, que se mantendrá después de la Feria, como herramienta para la consolidación del empresariado femenino. También, y dentro del marco de este evento, se realizarán sesiones informativas y formativas en materia de nuevas tecnologías y empresas de mujeres o sobre sistemas de financiación empresarial impartidas por los organismos públicos presentes en la muestra, dirigidas a las expositoras y al público visitante.

Paralelamente a la Muestra, se celebrará en Aguadulce el XIII Congreso Iberoamericano de Mujeres Empresarias. Un congreso patrocinado por el Instituto Andaluz de la Mujer con el objetivo de impulsar las alianzas de negocios y las actividades emprendedoras entre las pequeñas empresas.



Las web que nos interesan



Asociaciones de Empresarias de ámbito provincial. En estas páginas proporcionamos información sobre todas ellas.

Por poner un ejemplo de los objetivos -casi en todos los casos aproximadamente comunes- encontramos en la AMEPG de Cádiz, éstos: el de suministrar a las asociadas información y orientación puntual y sistemática con relación al mundo empresarial, profesional y gerencial; organizar y desarrollar planes anuales de formación que den respuesta a las demandas del mundo empresarial hoy; facilitar la inserción laboral de las mujeres en paro y promocionar la igualdad de oportunidades; europeizar la gestión empresarial; fomentar los encuentros para la cooperación y el desarrollo profesional y empresarial; posibilitar el asesoramiento en materia empresarial a mujeres empresarias y directivas.

Podemos decir que este instrumento asociativo tiene tres grandes objetivos:

“ ASOCIARSE PERMITE ABARCAR UN CAMPO MÁS AMPLIO Y CONSEGUIR METAS QUE SOLAS NO SERÍAN ALCANZABLES. UNIDAS, LAS POSIBILIDADES SON MAYORES ”

formar, informar, coordinar y promover. O, como lo expresa en sus Estatutos la Asociación de Empresarias AGRADE, de Granada: "Tenemos como fin primordial cuanto concierne a la promoción y defensa de los valores profesionales, sociales y humanos de la mujer en su condición de Empresaria o Profesional".

Entre las más pujantes y más desarrolladas, con protagonismo directo en la creación de la FAME (de la que ahora ostenta la presidencia) y de su labor activa en la preparación, promoción, organización y desarrollo de Congresos Internacionales, se encuentra ALMUR, la Asociación de Mujeres Empresarias de la Provincia de Almería. Constituida en 1994, juega un importante papel en la promoción de la mujer en los diferentes sectores del mundo empresarial almeriense. Y los servicios concretos que presta a las empresarias van desde el asesoramiento e información jurídico-laboral, a los servicios fiscales y financieros. Informan además de temas de tanto interés para las empresarias como la normativa y legislación y las ayudas y subvenciones a empresas. La formación es otro tema muy cuidado por ALMUR, y el fomento de vocaciones empresariales.

En estos momentos ALMUR se encuentra inmersa en la organización del XIII Congreso Iberoamericano de

- ♦ **Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales**
www.mtas.es
- ♦ **Instituto de la Mujer**
www.mtas.es/mujer
- ♦ **Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE)**
www.ceoe.es
- ♦ **Confederación de la Pequeña y Mediana Empresa (CEPYME)**
www.cepyme.es
- ♦ **Organización de Mujeres Empresarias y Gerencia Activa (OMEGA)**
www.mujeresempresarias.org
- ♦ **Centro de Negocios para Mujeres**
www.onlinewbc/español/index.html
- ♦ **Asociación de Mujeres Empresarias de Cooperativas (AMECOOP)**
www.amecoop.org
- ♦ **Instituto Andaluz de la Mujer**
www.iam.juntadeandalucia.es
- ♦ **Asociación de Mujeres Empresarias y Ejecutivas (AMEE)**
www.amee.com.ar
- ♦ **Asociación Granadina de Empresarias y Profesionales (AGRADE)**
www.agrade.org
- ♦ **Asociación de Mujeres Empresarias Profesionales y Gerentes de la Provincia de Cádiz (AMEPG)**
www.cadizayto.es/asociaciones
- ♦ **Empresarias (Programa promovido por el Inst. de la Mujer, el Consejo Superior de Cámaras y las Cámaras de Comercio)**
www.e-empresarias.net
- ♦ **Emprendedoras**
www.emprendedoras.com
- ♦ **Mujer y Negocios**
www.mujerynegocios.com



Mujeres Empresarias -del que damos cuenta en estas páginas- que se celebra en estos días en Almería. Este evento internacional, uno de los más importantes en su ámbito, tiene como objetivo ofrecer a las PYMES Iberoamericanas la oportunidad de participar en encuentros empresariales y establecer acuerdos comerciales y de cooperación internacional entre mujeres. Este acontecimiento reunirá en la provincia de Almería entre 300 y 400 empresarias procedentes de toda España, de Portugal, Argentina, Chile, Ecuador, México, Paraguay, Perú y Puerto Rico. Paralelamente a este encuentro se celebrará la Feria Internacional de Empresas de Mujeres (FIDEM), que ALMUR realiza en colaboración con el Instituto Andaluz de la Mujer. Esta feria internacional es un excelente instrumento para la creación de redes y canales de cooperación.

Las Asociaciones de Empresarias, una herramienta interesante y, diríamos que indispensable hoy día, para hacer

Un ejemplo de apoyo

La Cámara de Comercio de Sevilla cuenta con un Plan de Apoyo Empresarial a las Mujeres creado en mayo de 2000. Desde su creación ha prestado apoyo a 572 mujeres de las que 515 son emprendedoras y 57 empresarias.

Constituye un instrumento que apuesta por la mujer emprendedora y supone un apoyo a las empresarias. Se trata en la mayoría de los casos de mujeres mayores de 25 años y se trata, principalmente, de Comercios menores de prendas de vestir y venta de artículos de decoración.

Gran parte de los proyectos tienen como promotora a una sola mujer. La fórmula jurídica adoptada es, pues, Empresaria Individual. Piden sobre todo información sobre ayudas y subvenciones tanto para contratar personal como para realizar inversiones, reformas en los locales, mobiliario, equipos informáticos, etc.

La información se está dando también a través de la Web: www.e-empresarias.net.

Un programa con excelente acogida, que hace de la Cámara de Comercio un instrumento de eficaz ayuda a las empresarias y emprendedoras.

valer el importante papel que las mujeres representamos en el mundo empresarial. En nuestra Comunidad Autónoma no faltan, afortunadamente, y poco a poco su desarrollo se va haciendo notar en el mundo de la empresa. Los retos que el futuro empresarial y económico presenta y la

creciente incorporación de la mujer al ámbito de la creación de pymes y de su incorporación a los ámbitos de decisión de las empresas, hacen que estas asociaciones cumplan el papel que nos recuerda el dicho: la unión hace la fuerza. Y esa fuerza posibilita alcanzar con mayor eficacia los objetivos. □

Contactos en Andalucía

♦ **Asociación de Mujeres Empresarias, de Almería (ALMUR)**

Pº de Almería, 69, 6º
Planta. 04001 ALMERÍA
Tfno: 950 621080
E-mail: almur@sempal.es

♦ **Asociación Empresarias, Profesionales y Gerentes, de Cádiz**

Ahumada, 6, ofi. 19, 3º
11004 CÁDIZ
Tfno: 956 227001

♦ **Asociación de Mujeres Empresarias 2000, de Jerez. Medina, 6, 2º A**

11402 JEREZ DE LA FRONTERA
Tfno: 956 324387

♦ **Asociación Club de Empresarias y Directivas, de Córdoba**

Cruz Conde, 24, 2º.
14001 CÓRDOBA
Tfno: 957 491374

♦ **Asociación Provincial de Empresarias de Comercio, de Granada**

Martínez Campos, 10, 1º.
18005 GRANADA
Tfno: 958 264311

♦ **Asociación Granadina de Empresarias y Profesionales**

Pza. del Humilladero, 1,
galería, Fondo. Daurofocentro,
Despacho 6
18005 GRANADA

Tfno: 958 215603

♦ **Asociación Granadina de Mujeres Empresarias**
Recogidas, 37,3º. 18005 GRANADA

Tfno: 958 535041

♦ **Asociación de Mujeres Empresarias, de Huelva**
Rabida, 23. 2001 HUELVA

Tfno: 959 540089

♦ **Asociación de Mujeres Empresarias Jienenses**
Puerta del Sol, 11 bajo.
23007 JAÉN

Tfno: 953 276116

♦ **Asociación Mujeres Unión de Empresarias, de Campanillas**

Bic-Euronova. Parq.
Tecnol. Andalucía
29590 CAMPANILLAS (Málaga)

Tfno: 952 020053

♦ **Asociación de Mujeres Empresarias Costa del Sol**
Marqués de Duero, 76
29670 SAN PEDRO DE ALCÁNTARA (Málaga)

Tfno: 952 783964

♦ **Asociación de Empresarias y Emprendedoras Lider@red**
Aeropuerto Viejo-Huerta
Madeira, 15.

41020 SEVILLA
Tfno: 610015744

♦ **Asociación de Empresarias de Sevilla**
Avda. Blás Infante, 4, 4º.
41001 SEVILLA

Tfno: 954 271140

Fuente:
Instituto Andaluz de la Mujer



...> ¿quién
tiene más derechos?

En Intermón Oxfam trabajamos para que todas las personas
tengan derecho a una vida digna, con igualdad de oportunidades
para todos los hombres, mujeres, niños y niñas del mundo.



**Intermón
Oxfam**

Fundación para el Tercer Mundo

...también depende de ti.

¡Únete a Intermón Oxfam! 902 330 331 / www.intermonoxfam.org

"Nuestro crecimiento en cantidad y calidad nos sitúa como un referente del turismo andaluz."

Tres empresarias y el turismo rural en Andalucía



ISABEL HERAS,
NURIA GARCÍA
Y MONSALUD GALINDO,
FUNDADORAS DE
RURAL ANDALUS

Ficha Técnica

Nombre de Empresa:

Viajes Rural-Andalus

Actividad:

Agencia de Viajes Mayorista-Minorista especializada en turismo rural en Andalucía.

Fecha de Creación:

29 de septiembre de 1993

Número de empleados:

8

Dirección:

Montes de Oca,

18. 28007 Málaga

Tfno: 952 276229

(8 líneas);

Fax: 952 276556

E-mail:

ruralandalus@ruralandalus.es

Web: www.ruralandalus.es

Con nueve años de vida, la malagueña empresa Viajes Rural Andalus, se ha consolidado como una de las más pujantes agencias de turismo rural en Andalucía. Una trayectoria que arranca en septiembre de 1993 y que ha logrado jalonar con éxitos su curriculum empresarial. Primer Premio Joven Empresario de la provincia de Málaga en 1996; Mejor Empresa Joven con Éxito concedido por Actualidad Económica en 1997; Premio Meridiana al mejor proyecto empresarial, concedido por el Instituto Andaluz de la Mujer en 1999; Premio del Ayuntamiento de Málaga a la mejor empresa malagueña dirigida por mujeres ese mismo año; Premio Sur 2000 Turismo a la mejor empresa de Turismo en 2001.

Todo ello, gracias a la iniciativa de tres mujeres malagueñas, entre las que se encuentra Monsalud Galindo, con la que hemos hablado para estas páginas. "Todas pensamos que nuestra trayectoria es más que satisfactoria. Después de un año recopilando materiales y datos, confeccionando un plan

de viabilidad y haciendo un estudio de mercado, el 29 de septiembre de 1996 abrimos al público". Comienzan con 17 casas, "cuando aún se conocía poco el turismo rural en Andalucía. Actualmente somos la primera agencia de viajes mayorista-minorista especializada en turismo rural en Andalucía y ya contamos con 427 casas y cortijos y 69 hoteles. Nuestro crecimiento en cantidad y calidad nos sitúa como un referente de la industria turística andaluza".

¿Por qué este grupo de emprendedoras se decide a montar una empresa de este tipo? "No fue fruto de la casualidad -comenta Monsalud Galindo-; las tres teníamos intención de montar una empresa cuando acabáramos nuestros estudios (derecho, económicas y turismo) en la que las tres pudiéramos participar y colaborar. Veíamos, además, que con la buena "materia prima" que existía en Andalucía, nadie había abordado para su comercialización el turismo rural de una forma organizada y seria; intuíamos que teníamos entre nuestras manos algo que desarrollado adecuadamente podía significar una nueva atracción turística para Andalucía. Y, sobre todo, era algo que nos atraía".

La empresa no sólo vende directamente al público sino a otras agencias de viajes minoristas, nacionales y extranjeras. "Son cada vez más las agencias que utilizan nuestros servicios o que imitan nuestra forma de actuar, nuestro catálogo, etc., lo cual quiere decir que no lo estaremos haciendo demasiado mal y que hemos conseguido hacer del turismo rural en Andalucía una industria cada vez más importante". □

ANA MARÍA CORTIJO

Creatividad, versatilidad, calidad, multidisciplinariedad y trabajo en equipo

"Sentía la necesidad de configurar un trabajo a mi medida que cumpliera mis expectativas profesionales"

Ana María Cortijo es la Directora de Proyectos de Cortijo y Asociados, una empresa de Servicios Plenos de Comunicación con sede en Sevilla y que desde 1997 participa en proyectos nacionales e internacionales, aunando estrategias y creatividad para responder a las necesidades de los clientes con soluciones eficaces e innovadoras.

Con una larga lista de Premios y una variada e importante lista de clientes, Cortijo Asociados está avalada también por la experiencia y profesionalidad de su equipo y por los años en los que lleva trabajando y dando respuestas en este campo. En más de 50 ocasiones ha sido galardonada con el Premio LAUS de Diseño. Es Premio Pantone Internacional Color Award, Pantone European Colour Award 1990, Premio de Oro Barcelona de Grafismo y Comunicación 1994 o Premio de Cine Fantástico de Roma 1996, entre otros.

"Un proyecto que -como nos comenta Ana María Cortijo- se ha ido configurando con el tiempo y que ahora me permite desarrollar una gama muy amplia de intereses profesionales y de inquietudes personales. Desde un principio mis intereses han sido muy variados así como mi formación, a la que concedo mucha importancia y que siempre ha combinado una vertiente artística, humanística y social con otra tecnológica y científica. Con el paso del tiempo mi perfil se ha ido configurando a través de la práctica profesional y de una formación continua.

Quizás lo que más valoro de mi trayectoria es la libertad para marcarme objetivos y cambiar de actividad (siempre dentro de una misma gama de intereses) cuando mi formación lo ha requerido.

Ana María Cortijo había trabajado como profesional liberal y también como empleada y confiesa que "sentía la necesidad de configurar un trabajo a mi medida que cumpliera mis expectativas profesionales y me permitiera poner en práctica mi experiencia y mis conocimientos para crecer profesionalmente".

Hacen, y así lo expresan, visible lo invisible. Y ponen un acento especial en el trabajo en equipo. "Esto nos permite ofrecer un control total de cualquier proyecto de comunicación. Si bien nuestra especialidad es la creatividad, concedemos una importancia básica a todo el proceso, desde la estrategia y el diseño hasta la producción. El control de todo el proceso nos permite que la idea que hace que un producto, un evento, una institución o empresa se diferencien en un mercado se mantenga siempre clara y llegue a su público objetivo".

Cuatro años de trabajo que arrojan un balance muy positivo. Y el crecimiento y posicionamiento no ha hecho más que comenzar y ya las metas alcanzadas son más que altas. □



Foto: Roger Velásquez

ANA MARÍA CORTIJO,
DIRECTORA DE
PROYECTOS
DE CORTIJOS
Y ASOCIADOS

Ficha Técnica

Nombre de la empresa:
Cortijo y Asociados S. L.

Actividad:
Servicios Plenos
en Comunicación

Fecha de creación:
Abril 1997

Número de empleados:
16

Dirección:
Imagen 6, 2 A - B,
41003. Sevilla.

Teléfono: 954 90 50 47

Fax: 954 90 47 80

E-mail:
cortijo_1@infonegocio.com

ALMUDENA GRANDES

Buenos aires

Abrimos la caja de los vientos de Almudena Grandes, una mujer que ha impregnado con su huella la narrativa actual



ALMUDENA GRANDES, QUE INICIÓ SUS PASOS LITERARIOS CON MÚLTIPLES TRABAJOS EDITORIALES Y ESTUDIÓ GEOGRAFÍA E HISTORIA EN LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE, VIVE AHORA UNA ETAPA DULCE TRAS LA PUBLICACIÓN DE LA NOVELA "LOS AIRES DIFÍCILES", EN LA QUE AHONDA EN LAS PASIONES DEL SER HUMANO, EN UNA HISTORIA MECIDA POR EL LEVANTE Y EL PONIENTE

Buenos aires impregnan la trayectoria literaria de Almudena Grandes. Aires desprovistos de juegos "bonaerenses", aires que no aluden a "caridades" eólicas, aires cuya bondad reside, ya sin más preámbulos, en el regalo que supone la lectura de sus obras.

Esta escritora de raíces madrileñas saborea las mieles de su nueva nove-

la, "Los aires difíciles", mecida por los vientos de la costa andaluza, cautivada por su fuerza, según ha reconocido en más de una ocasión. La autora, que nos dejó claro en 1994 que Malena es mucho más que un nombre de tango, consiguió su primer reconocimiento literario "en mayúsculas" a los 29 años, al obtener el XI Premio La Sonrisa Vertical de narrativa erótica con "Las edades de Lulú". Este título ha sido traducido en 18 países y deja tras sí la

"friolera" de un millón de ejemplares vendidos en todo el mundo.



Desde entonces sus lectores se han multiplicado y ha llegado a consagrarse como una de las firmas imprescindibles de la narrativa española actual. Esta creadora de intensas historias, que tiene en su haber otros títulos como "Te llamaré Viernes" (1991) y "Modelos de mujer" (1996), diseñó un interesante "Atlas de geografía humana" a través de varias voces de mujer (1998) y ahora ha vuelto con una quinta novela sin desperdicio.

Almudena Grandes, que ha entregado sus días al arte de escribir, disfruta ahora las críticas vertidas sobre la estela de su reciente trabajo narrativo, que firmas de la talla de Miguel García Posada equiparan a la maestría de Benito Pérez Galdós, salvando por supuesto las distancias cronológicas y apuntando de lleno a la calidad de la obra.

La escritora madrileña, merecedora del Premio Julián Besteiro, ha abierto la caja de Pandora con su última novela para mostrar que el levante se lo lleva todo. Desde aquí te invitamos a seguir su pista, a "beber los vientos" de la producción literaria y periodística de una mujer clave en el presente de la cultura española. □

Marianela Nieto



Ágora Juvenil 2002

La formación es uno de los platos fuertes del Ágora Juvenil 2002. El Ceulaj de Mollina, en Málaga, acoge del 8 al 13 del presente mes la decimosexta edición de esta iniciativa impulsada por el Consejo de la Juventud de Andalucía, en colaboración con la Diputación malagueña.

La oferta formativa de este foro incluye el seminario "Igualdad de oportunidades: un análisis desde la perspectiva de género", patrocinado por el Instituto Andaluz de la Mujer y coordinador por la Asociación Mujeres Jóvenes.

La perspectiva de género, el sistema patriarcal, la violencia doméstica, la educación sentimental y la división sexual del trabajo son algunos de los temas incluidos en esta propuesta, dirigida sobre todo a jóvenes.

En el transcurso de este seminario se pretenden analizar los roles sociales que se asignan a mujeres y hombres de forma diferenciada, según se informa desde la organización, "sustentados en

La igualdad de oportunidades es uno de los temas de los seminarios de este encuentro

estereotipos discriminatorios que forman parte de los universos simbólicos con los que nos regimos".

Entre los objetivos de esta iniciativa figura proporcionar un conocimiento básico de la teoría y el análisis de género, así como dotar a los participantes de claves y herramientas encaminadas a la aplicación práctica de la perspectiva de género, "propiciando la participación directa de los jóvenes en actividades destinadas a la consecución de una igualdad real de oportunidades entre hombres y mujeres".

Además se pretende analizar de un modo crítico la sociedad actual, así como "nuestra responsabilidad como posibles agentes de cambio, enfatizando la importancia de la incorporación del análisis

de género, a la hora de vislumbrar otras formas de estructurar las sociedades y las relaciones entre personas.

En Ágora 2002 se ofrecen también otros seminarios sobre los siguientes temas: "Presupuestos participativos y política de inclusión social", "Empleo y juventud", "Deporte y salud", "Consejos de juventud: Hacia una vertebración de la participación juvenil" y "Programas europeos de juventud: Hacia la globalización social".

A esto se suma el tercer "Encuentro estatal de juventud del ámbito rural", así como talleres sobre búsqueda de empleo por internet, información socio-laboral, teatro, nuevas tendencias del periodismo electrónico, participación juvenil en los medios de comunicación, etc.

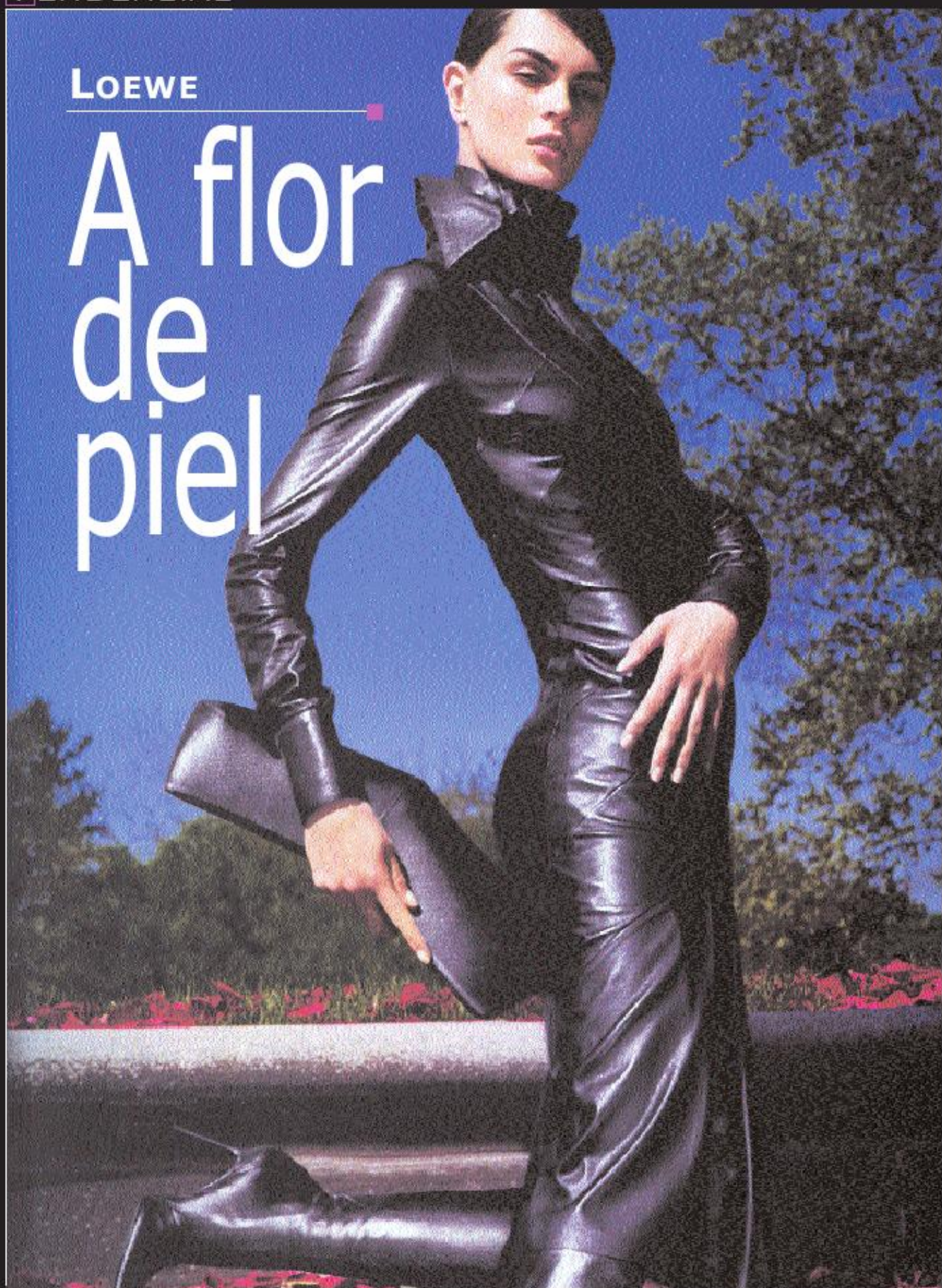
Esta oferta formativa del Ágora se complementa con jornadas informativas y una serie de actividades culturales de interés.

Más información:

Consejo de la Juventud de Andalucía
Avda. San Francisco Javier, 9. Planta 8.
Mod. 24. Sevilla. E-mail: cja@cja.es
Telf.: 955 04 03 70 - Fax: 955 04 03 77 ☐

LOEWE

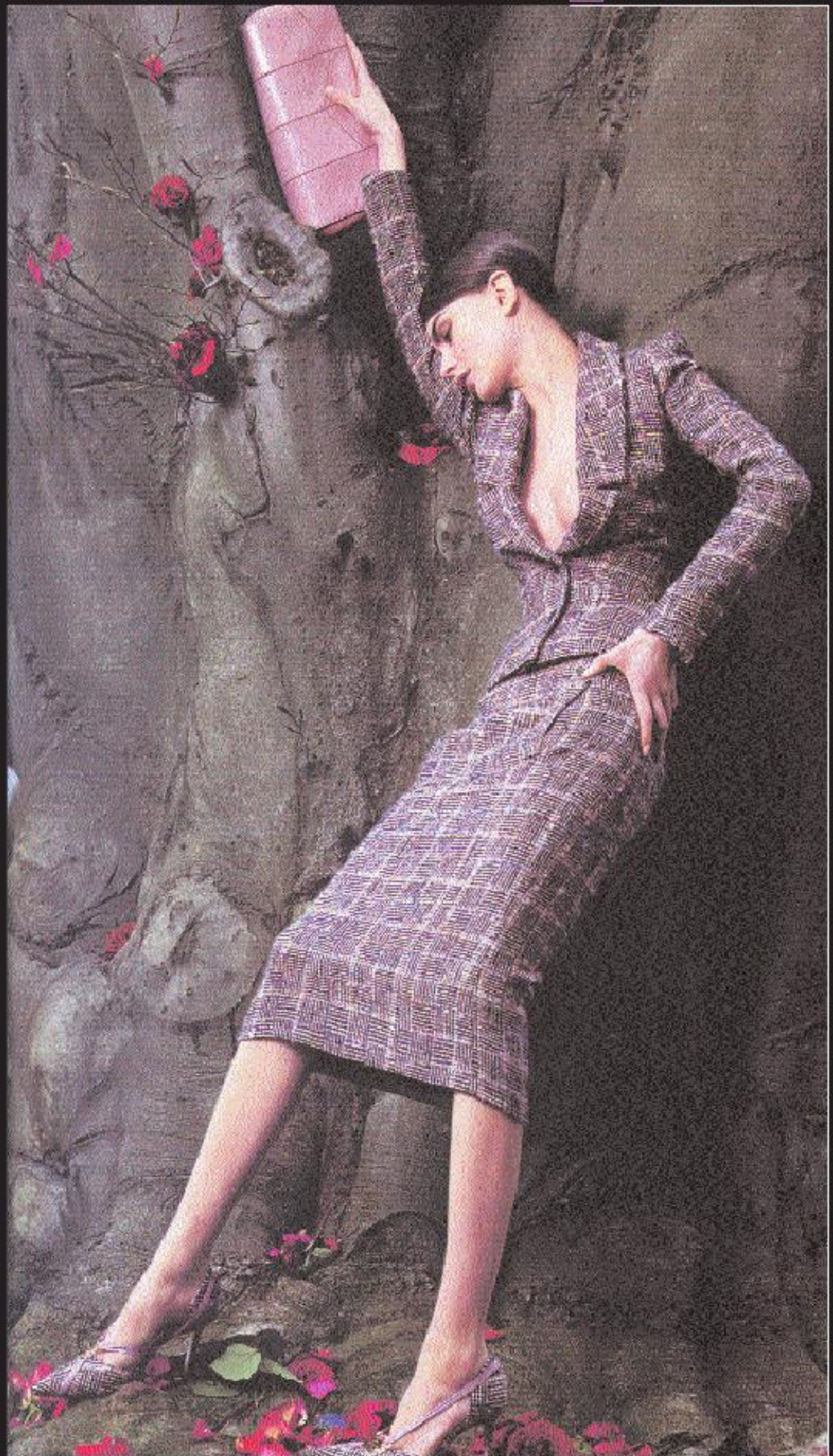
A flor de piel



Piel sobre piel. Ésta es la esencia de la propuesta de José Enrique Oña, plasmada en su primera colección para Loewe. Su paleta cromática oscila entre el caramelo y el negro, sin olvidar tintes habana, yeso y rosa, que dibujan un otoño atractivo, que apela a la belleza íntima.

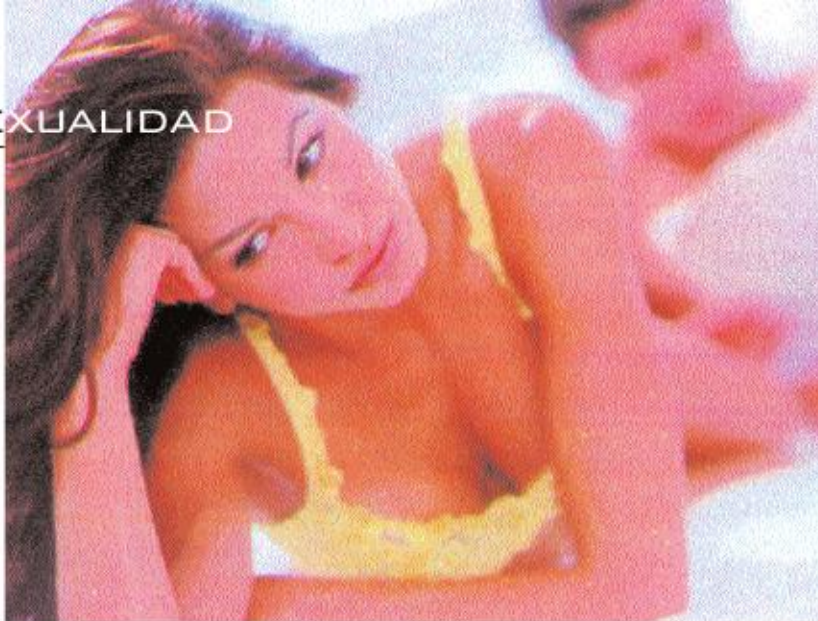
Sensualidad y elegancia casan a la perfección en esta colección donde la piel se erige como protagonista de este otoño. Napa plomgé, petite, daino o novack son algunos de los materiales que dan vida a camisas, faldas, pantalones, chaquetones y abrigos, desde una propuesta dúctil y suave que no descarta el astracán.

Loewe también te propone un otoño repleto de atractivos complementos. Además de modelos urbanos en bolsos de napa, cinturones básicos y guantes de piel, entre otras propuestas, puedes encontrar los cuatro elementos en distintas colecciones de calzado. Agua, tierra, aire y fuego combinan líneas minimalistas y diáfnas con una sofisticación mágica para disfrutar de cada momento con estilo. □









Falta de deseo sexual

El deseo sexual inhibido afecta más a mujeres que a hombres

“No me apetece” “No tengo ningún interés, lo hago por él”, son frases que se escuchan con frecuencia en la consulta sexológica. Son sujetos que acuden por presentar una disfunción sexual conocida como Deseo Sexual Inhibido (DSI), también denominada “falta de deseo sexual” y “apatía sexual”. Haciendo referencia a aquellas personas que no se sienten atraídas por el sexo y muestran una falta de interés ante toda la conducta sexual como las fantasías, sueños eróticos, masturbación, fotografías, etc.

Lo que nos aportan los estudios llevados a cabo y lo que nuestra experiencia nos confirma, es que el deseo sexual inhibido afecta más a las mujeres que a los hombres, siendo éstas quienes más buscan ayuda terapéutica ante dicha situación.

No todas las personas que padecen esa falta de deseo sexual presentan la misma intensidad. Nos encontramos por un lado pacientes que nunca han sentido deseo sexual en ninguna situación y con ninguna pareja, personas que tienen dormida su capacidad de deseo, no tienen conciencia de sus sensaciones, no saben qué le produce placer, siendo la

educación recibida un factor de inhibición bastante importante provocando fuertes sentimientos de culpabilidad ante su sexualidad. Han sido educadas para no pedir, priorizando los deseos de la pareja a costa de su propio placer, situación que ocurre mayoritariamente en el caso de la mujer. Otro grupo de pacientes, sí han experimentado deseo pero en contadas ocasiones, según la situación y el compañero/a sexual. Sienten deseo durante una etapa de su vida pero tras la monotonía, la rutina y la repetición de las conductas sexuales años tras años le producen aburrimiento y pérdida de su capacidad para responder ante estímulos sexuales.

Entre las reacciones más comunes que presenta una persona con DSI está la evitación ante cualquier tipo de acercamiento sexual recurriendo a variadas y múltiples salidas alegando dolor de cabeza o cualquier otro tipo de malestar físico, sueño y en ocasiones pueden provocar discusiones en el momento que se avecina algún contacto sexual.

Aunque la pareja tarde más o menos, siempre reacciona ante la no apetencia de su compañera/o. Muchos como diría Helen Kaplan aceptan esta falta de respuesta como algo normal porque supuestamente se espera a nivel cultural, sin embargo otros manifiestan un cierto alejamiento y un resentimiento

que va acentuándose cada vez más, viviéndolo como un rechazo hacia ellos mismos mostrando la gran mayoría de las veces un miedo obsesivo a ser abandonados.

Son numerosas las causas que inhiben el deseo sexual, algunas de ellas han sido mencionadas anteriormente en los casos comentados. Con escasa frecuencia, nos encontramos con anomalías orgánicas que hay que descartar aunque se sepa que es menos probable la incidencia de éstas, como deficiencias hormonales, insuficiencia renal, trastornos endocrinos, consumo de drogas, alcohol o fármacos. En la mayor parte de los casos nos encontramos con causas psicológicas como baja autoestima, la no aceptación corporal, problemas familiares, sobrecarga laboral, dificultades de comunicación con la pareja, la monotonía en las relaciones donde el sexo se torna rutinario, historias de abusos sexuales, problemas derivados de la educación restrictiva donde todo lo relacionado con la sexualidad se vivía como pecado, entre otros.

Aunque los problemas de falta de deseo son complejos y pueden ser causados por múltiples factores, es recomendable que cualquier discrepancia que aparezca después de un período de buen ajuste sexual sea tenida en cuenta antes de que origine conflictos más serios, siendo aconsejable el buscar la ayuda de un profesional especialista en terapia sexual y de parejas.

No es conveniente delimitar ni una duración, ni unas técnicas concretas en el tratamiento de esta disfunción sexual, puesto que no podemos generalizar de un caso a otro al no existir un tratamiento estructurado. Cada uno debe ser tenido en cuenta de manera independiente según la causa que lo origine, siendo ésta una de las claves para el buen funcionamiento de la terapia y por consiguiente de la pareja. □

Maribel García Cantero
Psicóloga-Sexóloga. ARTEA S.L.L.

Cuando nos asalta la "depre"

Cuando nos veamos deslizándonos por la pendiente es el momento de parar

Nos llega por sorpresa. Está como agazapada, barruntamos su presencia, pero un día nos ataca por la espalda. Llevábamos días de tensión, el estrés había crecido, en la empresa las cosas no iban como nos gustaría y, para colmo, en casa se nos complican las cosas y cuando no es el mayor, es la pequeña, en fin... que nos invade la tristeza y la angustia. "Fulanita, tengo una depre encima", confiamos a la amiga de turno.

Es la hora de pararse, e ir en busca de aquellas pequeñas cosas que hacen que nos sintamos mejor y más a gusto. Cuesta un poco al principio y la tendencia nos hace deslizarnos por el precipicio, pero es el momento de ir a comprar un libro, un vestido, un complemento, o tener el valor de tomarnos el tiempo para mejorar nuestra imagen personal.

Sabemos que un cambio de actividad ayuda a aliviar tensiones, a relajarnos. Es como salir del cuarto oscuro de nuestra rutina y asomarnos a un balcón soledado. Por eso, cuando nos asaltan situaciones así, hay que cambiar el ritmo que nuestra vida llevaba hasta el momento. A veces puede ser tan sencillo como ir de compras, o ir a la peluquería. O bien, tomarnos unos días de descanso y darnos el placer de aquella escapada a una ciudad que nos gusta, un viaje.

Cuidarse un poco es una buena terapia para situaciones de este tipo. ¿Cuánto tiempo hace que no vamos a la peluquería agobiada por la situación laboral que nos roba todo el tiempo libre y por la situación familiar, que nos empuja a llegar a casa corriendo, agotada, y tener que solucionar miles de problemas domésticos que nos absorben. Sentada en el sillón del peluquero, olvidar por un momento las tensiones y abandonarnos en ese momento de relax que nos pondrá más guapas.

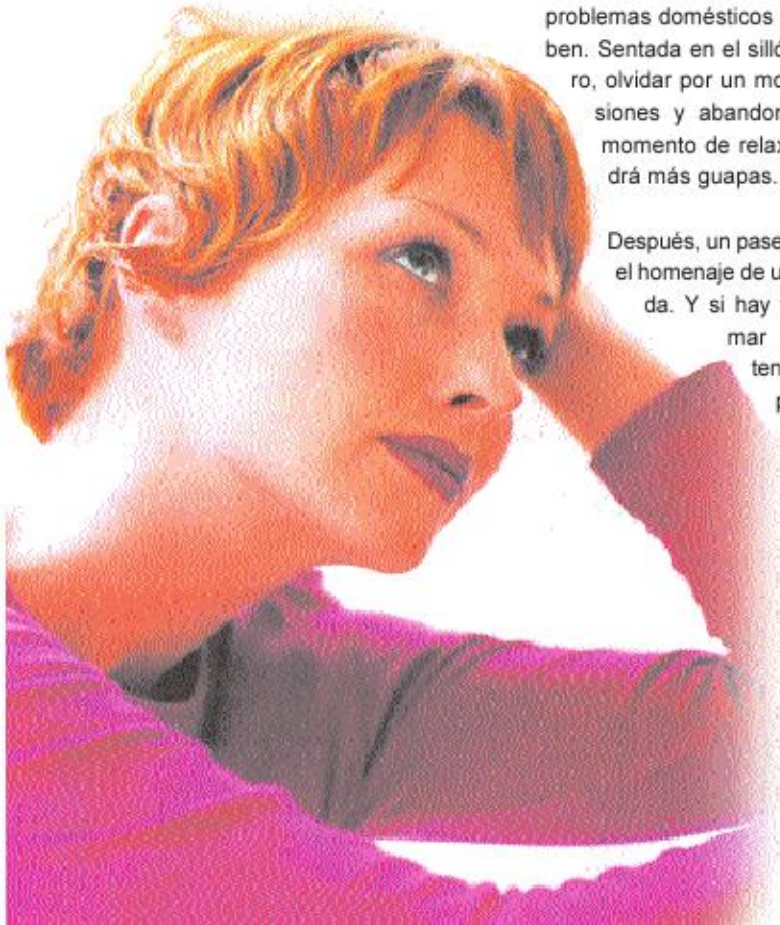
Después, un paseo de compras y el homenaje de una buena comida. Y si hay tiempo, programar ese viaje que tenemos aparcado por falta de un fin de semana libre y porque el cansancio nos sume en una situación de desgana y apatía.

Y, a la vuelta, un propósito firme: tengo



que hacer ejercicio físico. No sólo es bueno para mi cuerpo, sino también para mi mente. El trabajo nos absorbe, pero de nada sirve trabajar quince horas diarias, si después nuestra salud nos pasa la factura de una larga época enferma.

Ahora que empieza el curso y advertidos de la situación, nada más verle asomar las orejas al lobo, por el bien de nuestra empresa y por la eficacia de nuestro trabajo, parón, cambio de actividad, momentos de distracción y arrancar como nuevos con energía renovadas y con un talante anímico más positivo. Nuestro cuerpo y, sobre todo, nuestro estado de ánimos nos lo agradecerán. □



La suavidad, a tus pies



La lavanda, que conserva múltiples propiedades beneficiosas para nuestra piel, está en el punto de mira de las novedades de Yves Rocher para este año. Resulta esencial en tratamientos corporales como el que propone esta firma, idóneo para el cuidado de los pies.

Esta gama está marcada por el aceite esencial de lavanda, seleccionado por los laboratorios de biología vegetal Yves Rocher y obtenido por hidrodestilación de flores frescas, con propiedades antibacterianas, relajantes y antisépticas.

La línea incluye cuatro productos. En primer lugar, la crema confort pies secos, con aceites esenciales de lavanda, palmarosa, semillas de uva y manteca de karité, que nutre la epidermis y reduce las durezas sin ofrecer una textura grasa.

Las perlas efervescentes para pies cansados son idóneas para concederse un momento de relax al final de una dura jornada. Están enriquecidas con aceites de lavanda y almendra dulce y proporcionan frescor y suavidad.

El aceite cremoso relajante para masaje y aseo añade a la lavanda mentol y agentes hidratantes que tonifican tu piel.

Y para completar la gama, un gel frío revitalizante contra el cansancio de pies y piernas, enriquecido con aceite esencial de lavanda, mentol, extractos de ginseng y castaña de la India.

En definitiva, una relajante línea de productos que ponen, con esencia de lavanda, la suavidad a tus pies.

- Crema confort, 50 ml. PVP: 6 euros.
- Tubo de 8 perlas. PVP: 6 euros.
- Aceite cremoso, 100 ml. PVP: 9 euros.
- Gel frío, 100 ml. PVP: 9 euros. □

Rolex, reloj oficial de los Juegos Ecuestres

En este espacio te apuntamos brevemente  **ROLEX**

una iniciativa que liga el estilo y el deporte, porque la elegancia y la exquisitez de la firma Rolex han sido protagonistas en la reciente edición de los Juegos Ecuestres Mundiales celebrados en Jerez.

Rolex ha sido el reloj oficial de este gran evento del deporte internacional, que se ha desarrollado del 10 al 22 de septiembre.

Más información: www.rolex.com □

Lifting por arte de magia



Avon te propone dar un toque "mágico" a tu rostro. Durante 8 horas tu cutis permanecerá joven, firme y terso con la ayuda de Serum Efecto Lifting, acción inmediata.



Este producto está diseñado para reafirmar y revitalizar el cutis de forma visible desde la primera aplicación, estirando la piel y concediéndole un aspecto más uniforme.

Este toque mágico de "Virtual lift" aporta suavidad a los rasgos en cuestión de minutos y está especialmente indicado para momentos en los que necesites estar radiante. □



Con las botas puestas

Martinelli te propone vivir el otoño "con las botas puestas". Su nueva colección alterna las propuestas más innovadoras con los diseños tradicionales, eso sí, desde un protagonismo claro de este tipo de calzado.

Y es que las botas son un año más las "reinas" de la temporada, en todos los modelos, desde la más alta a la de media caña e incluso al botín más moderno. En colores dominan las gamas de los granates, marrones y tostados.

Martinelli, que aún en sus propuestas comodidad y elegancia, presenta como muestra estos botines de media caña, realizados en piel color grosella. Se abrochan con cordones y poseen una línea clásica renovada, que denota un aspecto práctico y desenfadado a un tiempo.



También te propone otros modelos, como estas botas de piel de vacuno, salpicadas con una ancha hebilla lateral de metal cobrizo. La cremallera lateral facilita su ajuste y la anchura del tacón les proporciona estabilidad y firmeza, combinando el gusto por la altura con la posibilidad de caminar todo el día sin cansarse.

Se presentan en un atractivo tono maíz claro que aporta un toque de sofisticación y originalidad.

- Botines. PVP.: 99 euros.
- Botas: PVP.: 130 euros. □

Un cocktail para poner tu piel a tono

L'Oréal te ayuda a poner tu piel a tono. Esta firma propone una combinación perfecta de gel y leche corporal para las pieles muy secas, que han sufrido durante el verano al estar expuestas a agentes externos.

Body Expertise es la sugerencia de L'Oréal para que conserves una piel muy cuidada e hidratada, libre de células muertas, firme y relajada a un tiempo.

Esta combinación incluye la leche corporal cremosa Nutrilift y el exfoliante Exfotonic. Este último es un gel fresco y translúcido, que produce un efecto de "piel nueva". Su acción tonificante renueva la piel y realza su luminosidad natural, favoreciendo la hidratación y una apariencia suave y aterciopelada. □



Fiesta de complementos en Factory

Los complementos irrumpen con fuerza este otoño en las tiendas de fábrica Factory. Los grandes diseñadores apuestan por su protagonismo en esta temporada, para aportar un "look" diferente en cada momento del día.

Sun planet, Samsonite, No name, Lottusse, Adolfo Domínguez y Guess son sólo algunas de las firmas presentes en Factory, un complejo comercial que te brinda prendas de marcas de prestigio con un precio entre un 30% y un 50% menor del que tienen en sus tiendas habituales.

Más información: www.factory.es □



¡Enciende la luz!



La luz, ya sea solar o artificial, influye decisivamente en el aspecto que ofrece tu piel en cada momento. Con el estreno del otoño te ofrecemos algunos consejos para optimizar tu imagen y para cuidarla

Como si viésemos por un caleidoscopio, vamos a hablar de la luz desde distintos puntos de vista.

Empezamos por el maquillaje, un elemento importante a la hora de lucir tu piel. Muchas firmas de cosmética ponen ya a tu disposición "iluminadores" o similares que resaltan el cutis y producen un efecto irisado. Los juegos ingeniosos de luces y sombras pueden limar tus imperfecciones y realzar tus encantos. Además cada vez la belleza va más ligada a la salud, por lo que

No olvides la hidratación

- ♦ En esta época, cuando el bronceado natural es ya un recuerdo en algún rincón de tu memoria, no olvides que tu piel necesita aliviarse de las exposiciones del verano -con tratamientos específicos si está muy castigada- y prepararse para la crudeza del invierno.
- ♦ Una buena hidratación es la solución para ponerse a tono ante los devaneos del termómetro y prevenir la sequedad en tu rostro. Por eso te recomendamos que utilices una crema hidratante de día -sin olvidar la protección solar- y una regeneradora de noche, que es el momento en el que tu piel se repara y descansa.
- ♦ Al margen de los cosméticos, la mejor manera de hidratarse es tomar dos a tres litros de agua al día.

hablamos de productos libres de aceites y provistos de vitaminas que mejoran tu aspecto sin olvidar el cuidado.

Ahora veamos cómo es la luz a lo largo del día y cómo influye en tu piel. La de la mañana se presenta azulada y genera un efecto blanqueador en los colores que se asemeja al que puede producir la que procede de un fluorescente.

Pasadas unas horas la luz se va haciendo idónea para lucir tu rostro, ganando un equilibrio que se va perdiendo según avanza la tarde, produciendo un efecto dorado y luminoso que atenúa los colores.

¿Y cuál es la luz que menos te mima? Sin duda, la de un foco cenital. Desde el techo acentúa tus ojeras y proyecta sombras, por lo que debes tener cuidado si la utilizas para maquillarte. □

Los Libros



GRANDES SOLUCIONES PARA PROBLEMAS QUE NOS COMPLICAN LA VIDA

Joseph O'Connor

Amat Editorial · 134 páginas

Este formador y asesor nos ayuda a enfrentarnos con los problemas cotidianos que influyen negativamente con soluciones sencillas y prácticas y nos ofrece también la oportunidad de aprender de las equivocaciones.



EL CONFLICTO ÁRABE-ISRAELÍ

Lidia Escribano

Acento Editorial · 96 páginas

Un análisis comprometido de las claves de este conflicto: su historia, sus protagonistas, los sucesivos enfrentamientos, el terrorismo por ambos bandos, la intifada, las conferencias de paz, etc.



APRENDER A ENSEÑAR

Oriol Amat. Gestión 2000.com · 184 páginas

Una obra de interés para profesores y formadores. Un libro orientado para conseguir la mayor eficacia en el trabajo de enseñar. Soluciones prácticas y concretas. Interrogantes que vale la pena plantearse para mejorar.



SUPERAR LA ANSIEDAD Y EL MIEDO

Pedro Moreno

Desclee De Brouwer · 236 páginas

Un libro claro y práctico en el que su Autor trata de poner al servicio del lector su experiencia profesional y los avances científicos en el tratamiento del miedo y de la ansiedad.



GOZANDO SEXUALMENTE

Lana L. Holstein

Amat Editorial · 212 páginas

Un libro positivo y lleno de fuerza y consejos excelentes respecto a nuestro cuerpo, el de nuestra pareja y la manera de disfrutar al máximo de ambos. Todo en 7 claves.



EL LIBRO DE LAS BUENAS COSTUMBRES

Dirk Mathison

Amat Editorial · 142 páginas

Este libro combina con ingenio, humor, sátira y una gota de cinismo, sus propias recomendaciones sobre las buenas costumbres con las de una amplia gama de personajes, desde Confucio a Groucho Marx. □

La película

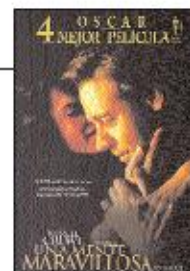


SIMONE

Dirigida por Andrew Niccol e interpretada por Al Pacino y Catherine Keener.

Un director de cine mediocre y cansado, cuya carrera está llegando a su fin y que al abandonar el set de su película su diva favorita (Winona Ryder) ¡para poder terminar la película se tiene que inventar una actriz digital que llega a ser la locura de todos! "Simone", es una de las películas más originales que han llegado a los cines este año. □

El vídeo



UNA MENTE MARAVILLOSA

DreamWorks

Dirigida por Ron Howard e interpretada por Russell Crowe, Ed Harris y Jennifer Connelly.

Nash es un brillante matemático, quien al borde del reconocimiento internacional se ve repentinamente implicado en una misteriosa conspiración. Sólo su esposa puede ayudarle en su sobrecogedora historia de coraje, pasión y triunfo. Ganadora de 4 Oscar. □

El disco



PIEZAS LÍRICAS

Edvard Grieg

El mejor lirismo y la mejor cantabilidad son componentes esenciales de esta obra aun manteniendo una sencilla estructura. Andsnæs ha realizado las diversas interpretaciones en el piano de Grieg, un Stenway de 1892. No es la primera obra que graba con la casa Virgin y una vez más demuestra sus virtudes al teclado. 24 pequeñas piezas líricas extraídas de todos y cada uno de los diez cuadernos. □

MARÍA LUISA GARCÍA GARCÍA, DIRECTORA GENERAL DE AUNACABLE SUPERCABLE

"Entiendo el liderazgo como la capacidad de entusiasmar a un equipo"

sMujeremprendedora: ¿Cuáles son las cualidades de un/a buen/a directivo/a?

María Luisa García: Sin duda, un buen directivo tiene que asegurarse de que él mismo y su equipo lideran capacidades y no se limitan a transmitir órdenes y realizar el seguimiento de los objetivos marcados. Entiendo el liderazgo como la capacidad de entusiasmar a un equipo competitivo para la puesta en marcha de un proyecto. Un buen directivo debe principalmente tener una buena capacidad de comunicación y motivación así como confianza y autoridad.

M.E.: ¿Qué retos a corto plazo plantea su dirección?

M.L.G.: Aunacable Supercable es el operador con mayor número de clientes de todo el grupo Aunacable, 135.000 andaluces, y con una previsión para final de año de 150.000 clientes. Esa es nuestra fuerza, la que nos permitirá seguir liderando nuevos proyectos y asumiendo nuevos retos de futuro en el campo de las telecomunicaciones que contribuyan a generar riqueza en nuestra comunidad.

“ EN AUNACABLE SUPERCABLE HEMOS ALCANZADO UNA CIFRA MUY POSITIVA, CON UN 42% DE MUJERES EN NUESTRA EMPRESA ”



Perfil

A sus 33 años, María Luisa García García ocupa la dirección general de Aunacable Supercable. "Malagueña de nacimiento y sevillana de adopción", esta ingeniera superior industrial por la Universidad Pontificia de Comillas (ICAI), realizó estudios de postgrado en Red de Telecomunicaciones y es diplomada en Alta Dirección por el Instituto Internacional San Telmo/IESE. En la actualidad prepara su tesis doctoral en la UNED.

APUNTES

- **Una herramienta profesional:** El sentido común.
- **Un libro para aprender:** ¡Hay tantos!
- **Un lugar para descansar:** Las playas andaluzas
- **Un sueño:** El tiempo infinito

Aunacable Supercable, con una inversión acumulada de 503.327.546 euros, cuenta con más de medio millón de hogares conectables y servicio en 60 polígonos industriales andaluces. Estos datos superan nuestras expectativas. Pero nuestro mayor reto en los próximos meses son los servicios interactivos.

M.E.: ¿Cómo ve la realidad de la mujer directiva en Andalucía?

M.L.G.: La realidad de la mujer directiva en Andalucía se enfrenta a los problemas que debe encarar cualquier mujer directiva en el resto de países industrializados. Quizás no se haya llegado aún a una nivelación deseable entre hombre y mujer pero creo que estamos en un momento en el que debemos dejar de reivindicar para pasar a una actitud más activa. Además, que hombres y mujeres compartan responsabilidades a todos los niveles supone un hecho muy positivo para la sociedad. En Supercable, por ejemplo, hemos alcanzado ya una cifra muy positiva de un 42% de mujeres en nuestra empresa, una cifra que se eleva hasta el 37% en el Comité de Dirección de Supercable. Yo soy muy optimista, no hay más que echar un vistazo en las universidades para darse cuenta de que el 80% son mujeres, es decir, el futuro es de las economistas, médicos, arquitectas... que hoy se están formando. Esta transformación se está gestando y no va a tardar mucho. □



Grupo Joly. 104.111* ejemplares al día.
El primer grupo editorial de **Andalucía.**

Tu móvil y tú.

La comunicación es una fuerza incontenible que está dentro de todos nosotros. Nuestro trabajo es abrirle caminos. Poniendo a tu alcance todo lo que necesitas en telefonía móvil. Haciéndote llegar la última tecnología, los servicios más completos y facilitándote el acceso móvil a datos e Internet. Para que te comuniques como quieras, cuando quieras y donde quieras.

ALQUILER DE OFICINAS

660 71 25 89

TELEFONÍA MÓVIL

TELEFONÍA FIJA

INTERNET

SOLUCIONES PARA EMPRESAS

SERVICIOS INTERNACIONALES

DIRECTORIOS

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

FUNDACIÓN

www.telefonica.es

Telefonica

La comunicación y tú.