

mujeremprendedora®

Tema del mes

Andalucía,
conócete a ti misma
para darte a conocer

Entrevista

Eloisa Díaz Muñoz,
directora general de
Planificación Turística

Nutrición

¿Puedo comer
de todo?

Salud

Abre tus ojos
al verano

Cultura

El cine arrasa
en Andalucía

Vacaciones: más vale prevenir que curar

- Preparando las merecidas vacaciones
- ¿Qué debo llevar en mi maleta?



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

Sumario

04 Editorial

05 Cartas

06 Andalucía, conócete a ti misma para darte a conocer

11 Entrevista a Eloisa Díaz Muñoz, directora general de Planificación Turística

14 Opinión. M^a Ángeles Tejada
"Aprender de África"

16 Emprendedoras

18 Actualidad

22 Consultoría. Carmen Espinosa
"Acoso moral en el trabajo"

24 Reportaje:
Vacaciones: más vale prevenir que curar

27 Estética: También es verano para tu pelo

28 Salud: Abre tus ojos al verano

29 Nutrición: ¿Puedo comer de todo?

30 El ojo de la lun@. Marianela Nieto
Libros

31 Cine.
"El cine arrasa en Andalucía"

32 Tendencias

36 Estilo

38 Pincelada Final. Carmen Ramírez
"Antonio Guerra, médico y periodista,
opina sobre la mujer"

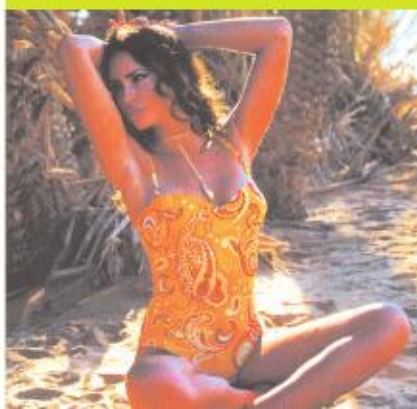
6 ¿Cuántos turistas visitaron Andalucía el año pasado? No cabe duda de que uno de los motores económicos más importantes de la comunidad andaluza es el turismo



24 Qué precauciones debemos tomar antes de irnos de vacaciones. No sólo debemos acordarnos de coger la crema protectora, también es importante que tengamos en cuenta algunos detalles antes de dejar nuestra casa



31 El cine arrasó en Andalucía durante el pasado año y el primer trimestre de este. Sevilla, por ejemplo, está a la cabeza de ciudades españolas en cuanto a recaudación y número de espectadores



12 La directora general de Planificación Turística comenta las líneas que se están llevando a cabo desde la Junta y cómo es el desarrollo de la industria turística en Andalucía



28 Si quieres que tus ojos no sufran las "inclemencias" del verano, debes seguir ciertos consejos que te ayudarán a mantenerlos sanos y espléndidos



32 Bárbara París presenta sus tendencias en moda de baño para este verano. Bikinis, bañadores y pareos en los que el color es el protagonista



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

Menú de verano

E

ntrantes. Como aperitivo: feliz verano. Estamos a tu lado para ofrecerte un soplo de brisa que aminore el ritmo cruel e incesante del termómetro que se empeña en subir y subir sin remedio en los meses estivales. Empezamos con una sugerencia: una breve reseña para no pasar por alto el controvertido junio, vivido al borde de la taquicardia informativa y sociopolítica.

Ya puede degustarse en la memoria la crónica de una Cumbre anunciada, el relato del "sitio" de Sevilla, la historia de una protesta de inmigrantes con la Universidad Pablo de Olavide como escenario y el balance de la huelga general del 20-J, entre otras propuestas.

Son sólo unos succulentos apuntes de unas jornadas donde no han faltado violentos que han confundido la velocidad con el tocino. Y, aunque esto pasa "hasta en las mejores familias", no es justificable en absoluto.

Hablamos de los que han querido imponerse sobre el derecho de otros a elegir si trabajaban o secundaban la huelga, hablamos de los que defienden el palo en cualquier foro porque, en el fondo, no tienen fuerza en sus palabras para defenderse con argumentos. Y eso es muy triste.

Ese junio macilento, bañado de pasiones futbolísticas -con Casillas al borde de la canonización- ha vivido además un momento de nuestra memoria histórica, al cumplirse 25 años de las elecciones del 15-J de 1977. Sirva el "flash-back" hacia la transición para comprobar el cambio en el protagonismo de la mujer en la política y para mirar hacia delante con una sonrisa.

Primer y segundo plato. ¿Cómo se entiende un gazpacho con los siguientes ingredientes: Farruquito, Hojiblanca, Gabriel Byrne, Raquel Welch y Antonio Ortega? Si añadimos que el escenario del guiso es la residencia de Antonio Banderas y Melanie Griffith en Los Ángeles puede no parecer lógico

pero sí bastante atractivo. Y es que el turismo andaluz no tiene fronteras. Prueba de ello es el reciente impacto promocional impulsado por la Junta de Andalucía, que ha llevado las excelencias de nuestra comunidad autónoma a Hollywood. Parece que para los norteamericanos esta región es un descubrimiento "de película" y eso nos agrada. Sobre todo si consideramos que es una fuente de ingresos de la que Andalucía no puede prescindir, con múltiples encantos y facetas, que puedes saborear en este número de Mujeremprendedora.

Postre. Ponemos la guinda deseándote unas buenas vacaciones. Recibe un mensaje optimista, como siempre, de quienes hacemos Mujeremprendedora. Aprovecha tu tiempo para encontrarte o hallar lo que buscas, ya sea reposo o aventura. La baraja estival despliega sus encantos. Sólo tienes que jugar bien tus cartas y aprovechar el tiempo. Desde aquí te enseñamos nuestro as en la manga: tu compañía. Nos leemos en septiembre. □



STAFF

Suplemento de Agenda de la Empresa Andaluza
EDITA: ALLIVESVER DE SERVICIOS, S.L. **DIRECTOR:** Manuel Bellido **COORDINADORA DE REDACCIÓN:** Mariñela Nieto
REDACCIÓN Y COLABORADORES: Carmen Jiménez, M^a Ángeles Tejada, Carmen Espinosa Sierra, Carmen Ramírez, Juan Félix Bellido, Carmen Jiménez Casado
DIAGRAMACIÓN Y DISEÑO: Clara Alonso y Esther Astolfi **FOTOGRAFÍA:** Julio Figueroa, Archivo Mujeremprendedora, Agencias **DIRECTORA COMERCIAL:** M^a José Bonilla
EJECUTIVAS DE CUENTAS: M^a del Mar Serrano, Bella Molina
Dirección, Administración y Publicidad: Recaredo, 20, 2^a - 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

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.

Escribenos

Tu opinión es muy importante para nosotras. Cuéntanos tus experiencias, tus ideas y sugerencias: ésta es también tu página. Puedes enviar una carta con tu mensaje a *Mujeremprendedora*, c/ Recaredo, 20, 2º, 4, 5 y 6, 41003 (Sevilla), al fax 954 53 31 43 o por correo electrónico. Las cartas podrán ser editadas o abreviadas por necesidades de claridad o espacio.

Hambre en el mundo

Ho y he visto aterrorizada en un telediario unas imágenes que me han hecho reflexionar mucho sobre la situación actual de la economía mundial. Las imágenes

ban alimentarles en vano. Una cruda realidad. Ante todo esto me hago varias preguntas: ¿dónde va ese dinero que, finalmente, aportamos a esas causas? ¿llega realmente a su destino? ¿para qué amadriné a un niño si lo más seguro es que esté como todos esos que vi en la tele? ¿a qué se están dedicando los líderes mundiales, a reunirse para hablar del estado de la economía mundial? Pues parece que en esa economía no entran estas personas. Desde aquí quisiera pedir a esos líderes que vuelvan un poquito los ojos hacia estos países en los que, día a día, mueren millones de personas a causa del hambre y del sida.

M.L.G.

Correo electrónico

Colaboradoras

Me gustaría agradecer a una de vuestras colaboradoras habituales los consejos que, mes a mes, nos ofrece a través de *Mujeremprendedora*. Se trata de la sección que firma la doctora Carmen Jiménez Casado, en la cual trata temas que nos afectan a todas, ya sea de forma directa o indirecta.

Me gustó mucho el artículo sobre el mobbing o acoso moral publicado el pasado mes, ya que en él la doctora Jiménez presentaba de forma clara y sencilla las claves fundamentales para reconocer este tipo de acoso en los lugares de trabajo.



Desde aquí también quiero felicitar al resto de las colaboradoras. Muchas gracias por la revista. Os animo a seguir así.

María Lozano
Cádiz



CLINICAS
POLIPLANNING

DR. EDUARDO G. PÉREZ LUJÁN

- Interrupción voluntaria de embarazo:
- Bajo y alto riesgo
- Ginecología y Obstetricia
- Control de embarazo
- Ecografía
- Citología
- Cirugía

C/ Jaime Boscán, 27 - 1.ª planta
21201 Huelva
Tel. 959 54 02 22
Fax 959 54 22 55

C/ Santa Lucía, 106-108
11510 Puerto de Santa María (Cádiz)
Tel. 955 54 10 64
Fax 955 54 22 55

¿Quiere saber quién es quién en la empresa andaluza por sólo 3 euros?

Directorio Empresarial
Digital de Andalucía

2002

SI

desa incluye el CD del Directorio Empresarial de Andalucía por sólo 3 euros

Nombre y apellidos: _____

Dirección: _____

Código postal: _____

Ciudad: _____

Provincia: _____

Teléfono: _____

Fax: _____

E-mail: _____

Envíe este cuestionario a: *Agencia de la Empresa*, C/ Recaredo, 20 - 2º - 41003 Sevilla.

dos nuevos
socios para
tu empresa

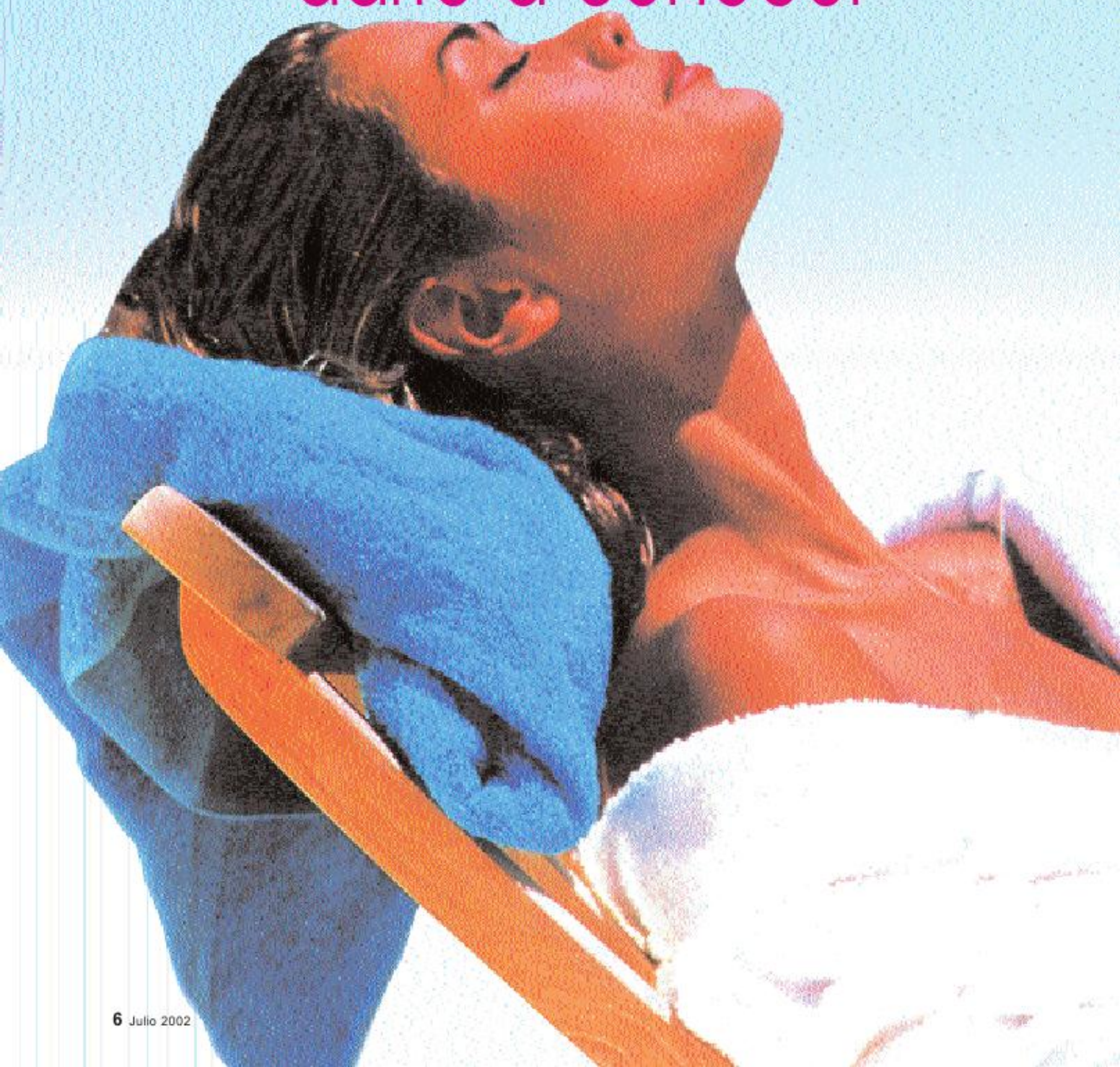


www.mujeremprendedora.net
www.agenciaempresa.com

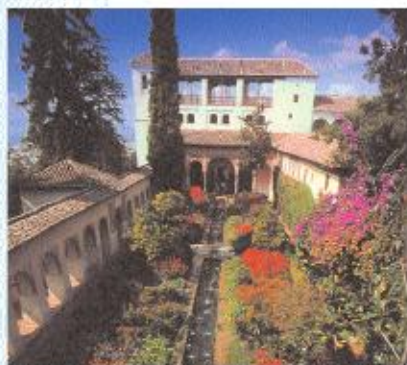
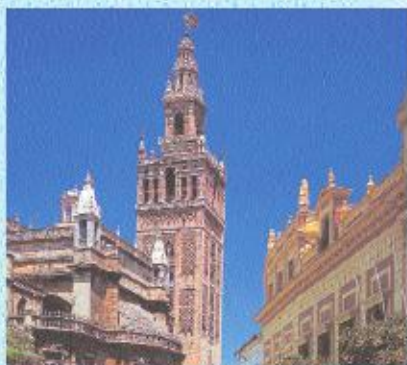


Mujeremprendedora y Agencia de la Empresa son marcas registradas de la editorial Agencias de la Empresa.

Andalucía, conócete a ti misma para darte a conocer



No cabe la menor duda de que uno de los motores de la economía andaluza es el turismo. Cuando comenzamos la temporada alta, un repaso a este sector andaluz



Desde que en los años 50, la que ya comenzaba a ser nuestra Costa del Sol, iniciara un tímido despegue que propiciaría el boom turístico de los años 60 y que se consolidaría en las dos siguientes décadas, el sector turístico se ha convertido en uno de los motores más potentes de la economía andaluza. Motor que ha ido convirtiendo a Andalucía en uno de los puntos de destino

turístico y vacacional más importantes de toda Europa. El incremento en cantidad y en calidad está produciendo un elevado grado de satisfacción y de fidelidad en los turistas que nos visitan. Las magnitudes que demuestran esta línea ascendente lo dicen con claridad. Desde 1997, por ejemplo, hasta el año 2000, el número de turistas ha pasado de ser de 16.651.946 a 19.780.727, lo que ha traído como consecuencia una ampliación y mejora de los establecimientos hoteleros. En 1985 teníamos 76.855, mientras que en el año 2000 alcanzábamos la cifra de 151.408 establecimientos hoteleros. En sólo 15 años habíamos duplicado la cifra.

Un motor, pues, que ejerce de locomotora en una Comunidad Autónoma que ha descubierto sus grandes posibilidades en el sector y que está trabajando desde instituciones públicas y privadas, por promocionarlas e incrementarlas. A su rico patrimonio artístico, monumental y cultural, se une un extraordinario patrimonio natural y un clima envidiable. Todo ello, aderezado por un patrimonio gastronómico de singular atractivo.

UNA LÍNEA ASCENDENTE DE DESARROLLO

La economía andaluza inicia en 1994 un proceso de fuerte crecimiento y estabilidad, y Andalucía se convierte en una de las regiones españolas más dinámicas, siendo una de las que más crecen en

producción no agraria con posterioridad a 1994, junto con Canarias y Baleares, todas ellas gracias a la evolución de la demanda turística.

El turismo jugó un papel muy importante, ya que su tasa de crecimiento real en 1999 se sitúa en el 5,45%, llegando a alcanzar un volumen de producción de 1,89 billones de pesetas, que representa un porcentaje sobre el P.I.B. andaluz en torno al 15%. Estas cifras duplican las existentes en el año 90 y convierten al sector en uno de los principales responsables del crecimiento de la economía andaluza.

El gasto efectuado por los turistas en Andalucía ya en 1999 se cifró en 1,99 billones de pesetas. Ha de tenerse en cuenta que el turismo se considera una actividad productiva compuesta por un conjunto de agentes económicos que producen bienes y servicios que satisfacen las necesidades demandadas por los turistas.

De la misma forma que se produce un efecto directo y otro indirecto sobre la producción, también se originan efectos sobre el empleo y sobre la renta. El incremento que se produce en la demanda turística hace que se produzcan unas necesidades de empleo, lo que repercute sobre las rentas regionales.

El análisis de los efectos directos e indirectos del turismo refleja que el mayor porcentaje de los primeros recae sobre aquellas actividades destinadas a satisfacer la demanda de bienes y servicios de naturaleza turística: la restauración, la hostelería y los transportes representan el 83% de los efectos directos sobre la producción y el 85% del empleo



directo. Son por tanto las ramas relacionadas directamente con el turismo las que concentran la mayor parte del empleo directo generado. Desde 1990, el volumen de empleo directo necesario para abastecer la demanda de los turistas se ha incrementado en un 54,45%, pasando de 123.393 a 190.626 personas (67.233 puestos de trabajo más). La importancia del turismo como generador de empleo se acrecienta si se consideran los empleos indirectos creados, que suponen el 20% del total de los empleos directos e indirectos.

La conclusión que se ha ido reafirmando en los últimos años es que el turismo, como sector estratégico de la economía andaluza, ejerce un papel cada vez más importante en la generación de rentas y empleos. Ello no es un hecho coyuntural o a corto plazo, sino que todos los indicadores apuntan al mantenimiento de esta tendencia en los escenarios futuros, en buena medida debido al crecimiento previsto de la actividad turística en el ámbito mundial.

Lo que quiere decir que Andalucía ha afrontado el reto del nuevo siglo como una Comunidad Autónoma a la cabeza de un sector que, a su vez, es líder en el crecimiento de la

economía mundial, lo que le abre unas expectativas favorables sin precedentes en las últimas décadas.

QUIÉNES VIENEN Y PARA QUÉ VIENEN

El turismo andaluz ha mostrado una tendencia positiva en las dos últimas décadas, con un importante ritmo de crecimiento.

La Organización Mundial de Turismo prevé un aumento de las llegadas de turistas con una tasa anual acumulativa del 3,4%, lo que situaría el volumen mundial de llegadas en 1.018 millones en 2010. La nueva situación económica ha obligado a dicha organización a modificar sus previsiones en cuanto a la distribución de los turistas entre las principales regiones mundiales. La O.M.T. considera que esta situación no afectará mucho a Europa, estableciendo a largo plazo que los viajes desde el Viejo Continente se duplicarán entre los años 1999 (350 millones) y 2020 (728 millones).

La demanda turística en Andalucía, medida en términos de pernoctaciones hoteleras, ha mostrado una tendencia



creciente en las dos últimas décadas. El mantenimiento de la demanda en Andalucía se debe fundamentalmente al turismo nacional, mientras el turismo extranjero se ve más afectado por la evolución económica mundial.

Desde 1994 hasta la actualidad se vive una etapa de crecimiento, con la particularidad de que en los últimos años se están alcanzando tasas de crecimiento récord, superiores al 10% (excepto en 1996). En 1999, las pernoctaciones aumentaron en Andalucía un 14,14%, el crecimiento más alto de los últimos veinte años.

La evolución positiva del movimiento hotelero en la segunda mitad de los noventa ha supuesto una mejora de la posición de Andalucía como destino turístico en el mercado hotelero nacional.

A este respecto, el primer puesto indiscutible lo detenta Baleares desde 1990, rondando el 30%, a mucha distancia del resto de regiones españolas. Andalucía ha ido incrementando su cuota desde



Distribución porcentual de turistas en Andalucía según lugar de procedencia (2001)

	Nº total de turistas	España	Andalucía	Resto de España	Extranjero	Alemania	Francia	Reino Unido	Resto U.E.	Otros países
Tr. 1º	3.692.641	51'0	17'6	33'4	49'0	7'0	2'0	18'5	11'0	10'5
Tr. 2º	6.029.311	49'4	17'2	32'2	50'6	6'4	2'5	21'7	10'6	9'6
Tr. 3º	7.115.415	57'6	20'4	37'2	42'4	6'6	2'7	17'8	7'8	7'4
Tr. 4º	3.918.398	58'0	16'9	41'1	42'0	6'7	2'1	17'5	8'4	7'0
TOTAL	20.755.766	54'1	18'3	35'8	45'9	6'6	2'4	19'0	9'3	8'5

Distribución porcentual de los turistas por provincias (2001)

	Andalucía	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
Tr. 1º	3.692.641	7'3	12'5	4'0	17'1	5'2	5'0	36'3	12'6
Tr. 2º	6.029.311	10'0	17'8	4'8	13'8	5'4	4'5	35'4	8'2
Tr. 3º	7.115.415	11'7	17'7	2'4	10'8	10'2	3'8	37'8	5'5
Tr. 4º	3.918.398	10'1	14'8	4'9	14'4	7'3	5'4	31'6	11'5
TOTAL	20.755.766	12'2	14'6	4'1	12'2	5'7	4'6	37'7	8'9

1993, ganando más de tres puntos y situándose en el 16,4% del total de las pernoctaciones realizadas en España en 1998. Si se considera la nacionalidad, se comprueba que en estas Comunidades Autónomas la demanda está dominada por los extranjeros, con un fuerte componente estacional. En Andalucía, si se comparan las cifras de distribución de los turistas a lo largo del año con los datos de años anteriores, se observa una cierta tendencia a la desestacionalización de la demanda, debido al comportamiento complementario de extranjeros y de españoles. Mientras los turistas españoles se concentran en un 37,5% del total en el tercer trimestre del año, los extranjeros presentan en el segundo trimestre un 33% del total. El turismo extranjero, a partir de 1993 ha mostrado un incremento mucho mayor que el turismo nacional.

Tradicionalmente, los países emisores han sido Reino Unido, Alemania y Francia. Sin embargo, y sobre todo a partir de 1992, se viene observando una mayor diversificación, correspondiendo los incrementos más relevantes a los mercados de Bélgica, Holanda, Estados Unidos e Italia. En los últimos años también se observa una serie de mercados con un alto dinamismo, que aunque no representan una cifra importante en cuanto a volumen de pernoctaciones, sí muestran tasas de crecimiento estables y bastante elevadas. Entre ellos cabe destacar a Japón, Finlandia y los países emergentes del Este de Europa.

EVOLUCIÓN DE LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES DE TURISMO A ANDALUCÍA

El turismo británico comenzó a aumentar a partir de 1991, tras una etapa de crisis que comienza en 1987. Los destinos preferidos de estos turistas son Málaga y Almería, aunque en los últimos años están tomando fuerza las provincias de Granada y Sevilla. En 1999 representan el 37% de la demanda total de extranjeros. El mer-

Andalucía, la comunidad más visitada por los turistas estadounidenses en 2001

Andalucía fue la comunidad autónoma española más visitada por los turistas estadounidenses en 2001, con un total de 540.000, un 38% del total de los turistas que visitaron España procedentes de este país. Según el consejero de Turismo, Antonio Ortega, "el mercado norteamericano nos interesa muchísimo, por tratarse del país que más viaja y gasta", y señaló la intención de la Consejería de "seguir trabajando mucho en este mercado para conseguir cifras y porcentajes de visitantes importantes para Andalucía".

Antonio Ortega apuntó también la valoración que los estadounidenses hacen del destino Andalucía, al cual le otorgan la calificación de 7'9.

Estas cifras se dieron a conocer durante la fiesta andaluza que se celebró en la casa que el actor malagueño afincado en Estados Unidos, Antonio Banderas, y su esposa, la actriz Melanie Griffith, tienen en Los Ángeles, para celebrar el nombramiento del matrimonio como embajadores de Andalucía en Estados Unidos.



cado alemán ha tenido una evolución constante desde 1977, aunque en 1992 experimenta una caída de las pernoctaciones, que desde 1993 vuelven a crecer hasta la actualidad. En 1999 se contabiliza un crecimiento de la demanda de un 6,3%. Los alemanes se concentran especialmente en Cádiz y Huelva.

El mercado francés -siguiendo los estudios del sector elaborados por la Consejería de Turismo y Deportes de la Junta de Andalucía- es el más estable entre los países emisores tradicionales, aunque en los últimos años se ha producido una ligera reducción en el volumen de pernoctaciones. La proximidad geográfica de este mercado facilita que las visitas sean más frecuentes y de menor duración, lo que garantiza su estabilidad.

LA DEMANDA TURÍSTICA

El número total de turistas que visitaron Andalucía en 2001 ascendió a 20.755.766, con especial concentración en la provincia de Málaga que recibió un 37,7% del total aunque comienza a ser perceptible la tendencia hacia una mejor distribución de los visitantes desde el punto de vista territorial.

En el análisis de la procedencia de la demanda no existe un claro predominio del mercado nacional sobre el extranjero. Los turistas nacionales suponen el 54,1% del total de los que visitan Andalucía. Un 18,3% son andaluces y un 45,9 son procedentes de países extranjeros.

La demanda turística en Andalucía no se distribuye homogéneamente a lo largo del año, sino que se produce una fuerte concentración temporal. El mayor número de turistas que visitan la región lo hacen en el tercer trimestre del año, coincidiendo con las vacaciones estivales, pero puede afirmarse que actualmente existe una cierta tendencia hacia la desestacionalización.

La provincia de Málaga es la que concentra la mayor parte de la demanda turística en la Comunidad Autónoma. Sin



embargo, en los últimos años y coincidiendo con la etapa de crecimiento del turismo en Andalucía, se asiste a un reparto más equilibrado de la demanda turística por el territorio andaluz, aunque la provincia que acoge la Costa del Sol sigue estando a la cabeza de la demanda.

UN DESTINO DE OCIO Y DESCANSO

Andalucía es fundamentalmente un destino de ocio y descanso (el 83,2% de los turistas visita la región por esa causa), mientras que sólo el 2,65% viene por motivos de negocios y el 1,07% para acudir a ferias, congresos y convenciones. Los principales argumentos utilizados para justificar la elección del destino son el clima (26,9%), las visitas a monumentos (12,14%) y las playas (10,12%).

La calificación que los turistas dan a su estancia en Andalucía alcanza 7,7 puntos en un intervalo de 1 a 10. Los conceptos que obtienen una mayor aceptación (superior a los ocho puntos) son los trenes, el alquiler de coches, los paisajes, los parques naturales y la atención y el trato. Los conceptos peor valorados son la oferta de ocio/diversión, los entornos urbanos y la relación calidad/precio.

NUESTRA OFERTA TURÍSTICA

El Consejero de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía, afirmaba al inicio de la Campaña ANDALUCÍA SÓLO HAY UNA, que "Andalucía se encuentra en el grupo de cabeza de Comunidades Autónomas por cuanto se refiere a la cantidad y calidad de su oferta".

Sus ventajas a la hora de plantear la oferta es evidente: es una de las regiones más cálidas de Europa, el territorio es lo suficientemente amplio como para ofrecer microclimas que permiten esquiar en la sierra y bañarse en las playas. Y podemos presumir de luminosidad, lo que da un carácter abierto y hospitalario a nuestra gente.

El proceso de modernización sufrido en los últimos años hacen que hoy Andalucía cuente con una amplia red de autovías, con dos aeropuertos internacionales como son los de Sevilla y Málaga, con otros importantes aeropuertos en Jerez, Almería, Granada y Córdoba. Con los servicios de trenes de alta velocidad como es el AVE o trenes como el TALGO y con puertos de enorme importancia a lo largo de su litoral mediterráneo y atlántico.

Unos parajes naturales de singular belleza, como son los de Sierra Nevada, la Sierra de Cazorla, Grazalema... Un Parque Nacional como el de Doñana, declarado por la UNESCO "reserva de la biosfera", o parajes naturales como el Torcal de Antequera.

Una historia rica y variada que ha dejado un patrimonio monumental de singular belleza y variedad, con ciertas joyas (muchas de ellas Patrimonio de la Humanidad), imposibles de encontrar en el resto de Europa.

Una gastronomía exquisita y variada, y unas estructuras hoteleras y de ocio impresionantes. Ofertas todas que invitan al descanso, al turismo cultural, al deporte y al contacto con ricas tradiciones.

CONÓCETE A TI MISMA PARA DARTE A CONOCER

Andalucía es cada vez más consciente de su riqueza y del patrimonio natural, cultural y monumental que posee. La conciencia crece en este sentido, gracias a las continuas campañas que las Instituciones autonómicas están emprendiendo. Dos conciencias, la de su riqueza y la de que el turismo es el motor de su economía. Baste mirar los índices de empleo y baste contemplar el desarrollo económico en este sentido. Orgullosa de sus riquezas, Andalucía se comienza a conocer cada vez más a sí misma, lo cual posibilita que sepa enseñar y aportar a la Europa en la que nos encontramos, valores culturales y humanos, tan imprescindibles para el mundo actual y del que este pueblo ha sabido hacer tesoro. □

Juan Félix Bellido



El turismo y su influencia en la calidad ambiental

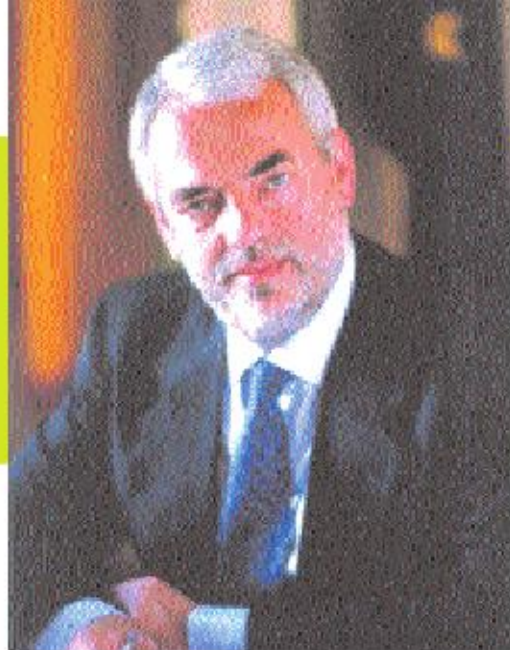
El sector turístico en Andalucía, por su importancia económica y social, su capacidad de arrastrar otros sectores económicos y de crear riqueza y empleo representa una de las opciones estratégicas más claras y prometedoras, de ahí que le concedamos desde el gobierno de la coalición socialista-andalucista un papel prioritario.

El desarrollo del turismo es uno de nuestros objetivos, pero ese desarrollo lo enfocamos desde la sostenibilidad como requisito no sólo para su mantenimiento y crecimiento sino para alcanzar también el objetivo de calidad que nos hemos propuesto, teniendo en cuenta que la calidad ambiental es uno de los determinantes que mueven a los turistas a la hora de elegir un destino siendo, por tanto, un elemento claro de nuestra competitividad.

El turismo, sin embargo, no es precisamente uno de los sectores de más impacto ambiental sino todo lo contrario, ahí tenemos los ejemplos de la industria o la minería, pero es conveniente tener en cuenta que la actividad turística necesita de territorio para poder desarrollarse plenamente. Es necesario señalar además, que el turismo, desde la generalización del concepto de sostenibilidad, ha sido el sector que más actividad ha desarrollado en su favor y en esos parámetros de desarrollo sostenible se mueve la Consejería que presido.

La reflexión sobre la sostenibilidad del sector turístico debe abordarse prioritariamente, por consiguiente, en la ordenación espacial que necesita la actividad turística. Y esta necesidad se presenta ineludible y urgente en los espacios territoriales en los que de forma preferente se ha concentrado la oferta turística en Andalucía.

En este sentido, el Plan General de Turismo, que pronto verá la luz, con-



tiene los instrumentos para su aplicación y desarrollo en relación con el territorio: las Zonas de Preferente Actuación Turísticas y las Zonas de Recualificación de Destinos, en ambos casos con modelos de actuación integrada. Se trata de actuaciones en comarcas turísticas con recursos susceptibles de generar una demanda turística ordenada y sostenida, o en aquellas otras que sufren desequilibrios estructurales derivados del rápido crecimiento, de la fragilidad territorial o que soportan un nivel excesivo de densidad turística.

El proyecto de Decreto por el que se regulan las zonas de preferente actuación turística y de recualificación de destinos, actualmente debatiéndose en la Mesa del Turismo, tiene como finalidad garantizar la coherencia y coordinación entre la planificación turística y la territorial, de modo que los instrumentos de planificación urbanística establezcan una ordenación conforme a unos criterios y parámetros que aseguren un modelo turístico de calidad. Así, la planificación urbanística contribuirá a alcanzar los objetivos de la política turística adoptados por la Junta de Andalucía, consolidando la imagen y proyección de Andalucía como destino turístico de primer nivel en un marco territorial equilibrado y sostenible.

El debate sobre el turismo y el medio ambiente se ha planteado en términos insuficientes. Esa insuficiencia, en mi opinión, viene determinada por la creencia en que un impuesto, mal llamado ecotasa turística, podría poner remedio a los desmanes territoriales cometidos, ignorándose, con cierta ingenuidad o quizás desconocimiento, que en su inmensa mayoría, estos proceden de una ordenación territorial

o planificación urbanística insensata en la que han tenido un notorio protagonismo algunos de los más señeros representantes de señalados municipios andaluces. Sin olvidar la nefasta política del gobierno central en la gestión de sus competencias en materia de costas o de planificación de las comunicaciones y el transporte.

Pero, no renuncio al debate que debe incluirse, en todo caso, en otro más amplio que contemple, de una parte, una fiscalidad ambiental de tipo horizontal y, de otra, la aceptación del carácter transversal

de las directrices establecidas por el departamento que presido, en materia de ordenación territorial y planeamiento urbanístico, en lo que a la planificación turística se refiere.

En ese sentido debo decir que apoyamos la instauración de la Fiscalidad Ecológica en Europa, España y Andalucía. Por eso, una ley para la creación en Andalucía de un ecoimpuesto que tenga como finalidad fundamental reducir la emisión de gases de efecto invernadero que provocan el calentamiento artificial del clima, en línea con lo establecido en el Protocolo de Kioto y en el VI Programa Medioambiental de la Unión Europea debe ser una realidad inmediata. Sin embargo, y en relación con el turismo, es necesario insistir en que no existe ningún hecho imponible al que le pueda ser aplicado un tributo medioambiental específico que grave a los turistas o las empresas turísticas por el hecho de serlo.

En conclusión, mantenemos nuestra posición favorable a la implantación de un nuevo modelo de fiscalidad ambiental que permita corregir las deficiencias de aquellas actividades productivas que no contemplen la sostenibilidad ambiental. El turismo sería uno de los principales beneficiados, en la medida en que esa fiscalidad mejorará la relación con el territorio en línea con las acciones especificadas en el Plan General del Turismo de Andalucía. Sin embargo, consideramos negativo para el turismo un impuesto que penalice a los turistas o a las empresas turísticas y disminuya su capacidad competitiva y de la primera industria de Andalucía. □

Antonio Ortega García
Consejero de Turismo y Deporte

Eloisa Díaz Muñoz

Directora general de Planificación Turística



"Andalucía se entiende como un destino turístico integral"

Por Juan Félix Bellido

me ¿Cuáles son las líneas generales de la política de turismo de esta Consejería de la Junta de Andalucía?

La Consejería de Turismo se ha marcado como reto alcanzar un modelo turístico para nuestra Comunidad que, partiendo del consenso con los principales agentes económicos y sociales andaluces, y basado en la sostenibilidad y calidad tanto de sus productos como de sus destinos, mantenga y supere las cotas de competitividad que el sector disfruta en la actualidad. Para ello, se están desarrollando programas que implican actuaciones sobre el territorio, ya sean dirigidos a generar un escenario turístico atractivo, atrayendo flujos turísticos hacia zonas donde existe una clara potencialidad para la industria del ocio, o mejorando los entornos turísticos de las zonas con mayor tradición turística. Otras líneas de actuación se basan en mejorar el tejido productivo

del turismo con especial atención a la mejora continua de las empresas turísticas andaluzas o apoyando los proyectos turísticos impulsados desde los municipios andaluces. Estas actuaciones se enmarcarán dentro del Plan General de Turismo de Andalucía de próxima aprobación y que se convertirá sin lugar a dudas en la herramienta principal de la Consejería de Turismo a la hora de afrontar los retos en los que está inmerso el sector turístico andaluz.

me Si tuviéramos que distinguir en los que son los puntos fuertes o los proyectos estrella de la política turística de esa Dirección General, ¿cuáles serían los más fuertes?

Destacaría las actuaciones que se dirigen a cualificar el territorio desde un punto de vista turístico y paralelamente con el objetivo de apoyar un mayor y mejor equilibrio territorial de nuestra Comunidad Autónoma; las líneas dirigidas a consolidar un tejido empresarial cada vez más competitivo, entre las que pondría el acento en aquellas que tienden a mejorar el perfil tecnológico de nuestras empresas o incluso aquellas, actualmente en estudio, que pretenden darles una mayor dimensión internacional.

Paralelamente, no se puede pensar en disponer de unas redes de empresas turísticas modernas y competitivas si no

se atiende con seriedad la cualificación profesional de nuestras trabajadoras/es. Para ello se ha iniciado la puesta en marcha de un programa de hoteles escuela cuyo primer ejemplo ya es toda una realidad en Archidona donde se han iniciado las clases en un marco especialmente diseñado para ellas, el Hotel Escuela de Archidona.

me ¿Qué ofrece Andalucía como destino turístico a los visitantes que nos llegan?

Andalucía lleva apostando en los últimos años por ofrecer a nuestros visitantes una imagen integral de Andalucía a través de su capacidad de atracción turística. Andalucía se entiende como un destino turístico integral en el que es posible disfrutar de una variada y extensa oferta de productos turísticos. Andalucía ofrece un clima inmejorable, unas playas cada vez más cuidadas y limpias, un patrimonio artístico y cultural complejo resultado de la impronta dejada en nuestra Comunidad por diferentes culturas y pueblos que supieron adaptarse y adaptar nuestra identidad enriqueciéndola, unos espacios rurales de paisajes contrastados, donde es posible disfrutar de la alta montaña de nieves casi perpetuas o del único ejemplo de paisaje subdesértico europeo, pasando por la zona de mayor pluvio-

sidad de la península ibérica o por los paisajes marismos más conocidos de Europa. Sobre estos recursos la responsabilidad de la Consejería estriba en dotarlos de las infraestructuras y equipamientos turísticos necesarios, en coordinar las actuaciones de otras administraciones con incidencia en el mundo del turismo, en generar un clima de consenso entre todos los agentes responsables del sector y, en definitiva, en marcar las directrices que permitan que el crecimiento turístico andaluz se haga sobre la base de premisas de calidad y sostenibilidad.

me ¿Qué oferta "original" y única pueden encontrar en nuestra Comunidad Autónoma?

Es difícil destacar alguna oferta como única en Andalucía. Nuestra verdadera ventaja competitiva se asienta en su diversidad de productos y destinos, articulada dentro de una identidad común que es la del pueblo andaluz. A ello responden nuestra promoción en la que, sobre el presupuesto de que Andalucía solo hay una, se refleja la riqueza y diversidad que articula. En este sentido, la Administración andaluza entiende que lo verdaderamente "único" es Andalucía y a partir de esta premisa se esfuerza en ofrecer el amplio abanico de posibilidades turísticas.

me ¿Cómo está funcionando nuestra industria turística? ¿Aumentan las cifras de turistas? ¿Se abren nuevas ofertas? ¿Qué nivel de infraestructuras tenemos en comparación con otras regiones o con el resto de Europa? ¿Qué significado tiene esta industria a escala económica para nuestra región?

La industria turística andaluza goza de buena salud aunque no podemos ser en ningún caso triunfalistas. Independientemente de que ocupemos una posición de privilegio entre nuestros competidores, ganada a pulso con el trabajo y los recursos tanto públicos como privados (Andalucía está entre los principales destinos turísticos españoles, con una tendencia clara a la diversificación de productos y destinos), el esfuerzo por mantener nuestras actuales cotas de competitividad e incluso aumentarlas pasa ineludiblemente por una continua atención a los factores claves que definen nuestro modelo turístico: calidad, formación, consolidación del tejido empresarial, sostenibilidad ambiental, social y económica y mejora continua de nuestros recursos y oferta. Todo ello dentro de un esquema de cooperación interadministrativa y consenso con los agentes económicos y sociales.

El turismo en Andalucía continúa obteniendo unos excelentes resultados en el año 2001 como lo muestra el crecimiento que ha experimentado la demanda, tanto en el número de turistas que llegan a alcanzar los 20,8 millones, con una tasa de variación interanual del 10,9% y que tan solo ha sido superada por los años 1992 y 1994, como en los ingresos generados, que han supuesto este año el 7,2% más en términos reales que el año anterior. No obstante, para hablar de la buena salud de la que goza el sector turístico andaluz también hay que tener en cuenta la situación de la oferta que este año ha crecido a una tasa del 5,1%.

Respecto a nuestras infraestructuras obviamente aún necesitamos avanzar mucho más, independientemente de que se reconozca un avance cuantitativo y cualitativo importante en esta materia en los últimos años.

Obviamente, el turismo se ha convertido en una de las principales actividades económicas de Andalucía; esta afirmación se sostiene sobre unos indicadores que muestran claramente el importante impacto positivo que el sector turístico tiene sobre la producción andaluza así como sobre el empleo. En este sentido, en el año 2001 el impacto económico directo de las actividades turísticas fue de 11.483,25 mill. € y el indirecto fue de 4.773,18 mill. €. Además el número de trabajadores directos empleados por el sector fue de 210.297 e indirectos 51.240.

Tenemos las condiciones y además queremos estar entre los mejores destinos turísticos internacionales, pero ello nos exige el compromiso de todas las Administraciones y del sector privado.

me ¿Qué política se está siguiendo para abrir a nuestros visitantes el rico patrimonio histórico y cultural de nuestra tierra? ¿Seguimos con el turismo de sol y playa? ¿Qué estamos haciendo por nuestras provincias del interior?

Nuestro esfuerzo por la diversificación pasa obviamente por rentabilizar de manera sostenible y desde un punto de vista turístico nuestro vasto patrimonio histórico y cultural y para ello se están realizando importantes inversiones en la mejora de los potenciales destinos turísticos, ubicados principalmente en el interior de Andalucía, y cuyos principales atractivos derivan de su rico patrimonio cultural, entendiendo por éste tanto los recursos de carácter histórico y artístico como los recursos de carácter natural.

Además estas actuaciones se enmarcan dentro de una política turística

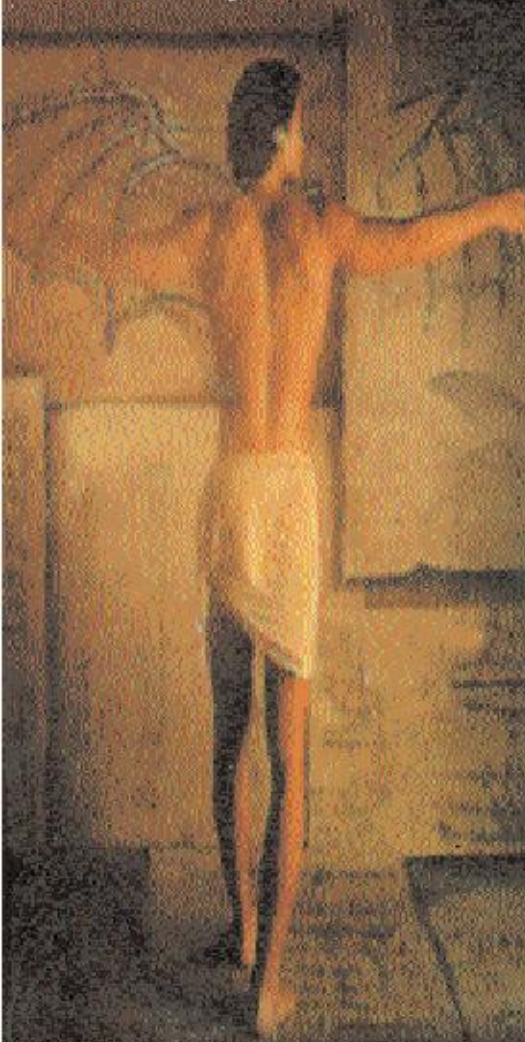


específica orientada hacia los destinos de interior y que se enmarcan dentro del programa SENDA. Programa que establece las bases y estrategias a manejar por la administración turística orientadas a poner en el "mapa turístico" estos destinos en la certeza de que responden claramente a las nuevas motivaciones de la demanda turística. Respecto a la pregunta sobre el sol y playa la respuesta es sí. El sol y playa sigue estando a la cabeza de los productos más demandados por nuestros visitantes y a la vez siguen siendo los destinos más rentables desde un punto de vista económico. Nuestro esfuerzo está en mejorar la oferta complementaria de estos destinos litorales en la línea de atender mejor las motivaciones de los turistas que nos visitan.

me ¿Cómo nos estamos preparando para el reto que significa la oferta turística de los países costeros del Mediterráneo del norte de África?

Obviamente Andalucía ofrece unos paisajes y un clima relativamente similar a los de los países del norte de África, pudiendo entenderse esta similitud desde su posible competencia con nuestro producto turístico. En cualquier caso, desde la Administración Turística se entiende que la capacidad de atracción turística andaluza no sólo se basa en cuestiones de índole climática y paisajística sino también en un "saber hacer" adquirido a lo largo de décadas de experiencia turística. Este "saber hacer" se está enfocando hacia criterios de satisfacción de la demanda y hasta la fecha todas las encuestas indican que se está en el buen camino. □

Café Bar La Vinci



Invitación
a copa
presentar en puerta



C/ Amador
de los Ríos, 20-22
Sevilla 41003

Reservado el derecho de anulación

opinión



M^a Ángeles Tejada,
Consejera delegada de SELECT. RRHH

Aprender de África

En el norte de un hermoso país africano llamado Costa de Marfil vive desde hace siglos la etnia de los senufos. En realidad el hecho no tendría mayor significación a no ser por el sistema de organización social de esta comunidad, de la que sin duda podríamos aprender mucho. Probablemente lo que más llama la atención al conocer a esta gente, además del entorno subliminal colmado de fetiches y de magia que envuelve cualquier pueblo del África profunda, sea la valoración de la mujer y el respeto por los perros.

Ya sé que suena a peyorativo pero cuando vivimos mediatizados por esta España rápida, que nos roba el aliento en esta huida al galope hacia ningún lado, corriendo por el túnel del consumo, sin la luz de los valores y con el vacío de un futuro demasiado lleno de cosas pero absolutamente incierto, lo que debiera ser natural suena a extraordinario.

Por mucha equiparación de derechos constitucionales, por mucha promesa electoral incumplida, en realidad, todos sabemos que la mujer sigue siendo discriminada en muchos ámbitos, los perros se abandonan como un sofá viejo a pie de contenedor y los políticos son muy ecológicos, aunque sólo en el "patio" de su casa.

En nuestra supina ignorancia que nos impide reconocer hasta lo poco que sabemos, confundimos a los africanos con los supervivientes de la "patera" o como estos ciudadanos de segunda que deambulan por nuestras ciudades, escondidos detrás de la ropa occidental, pero desconocemos que son poseedores de una cultura tan rica en lo social y familiar, como pobre en lo económico.

La mujer senufo goza del reconocimiento de su familia, del clan y del pueblo, trabaja, administra y cuida a su familia, tiene voz y voto en las decisiones tribales y mima a sus hijos extremadamente hasta la pubertad. El perro senufo vive con la familia, es básicamente cazador, lleva un collar de raíces que le protege de los depredadores y es útil a la familia, contribuyendo a su bienestar.

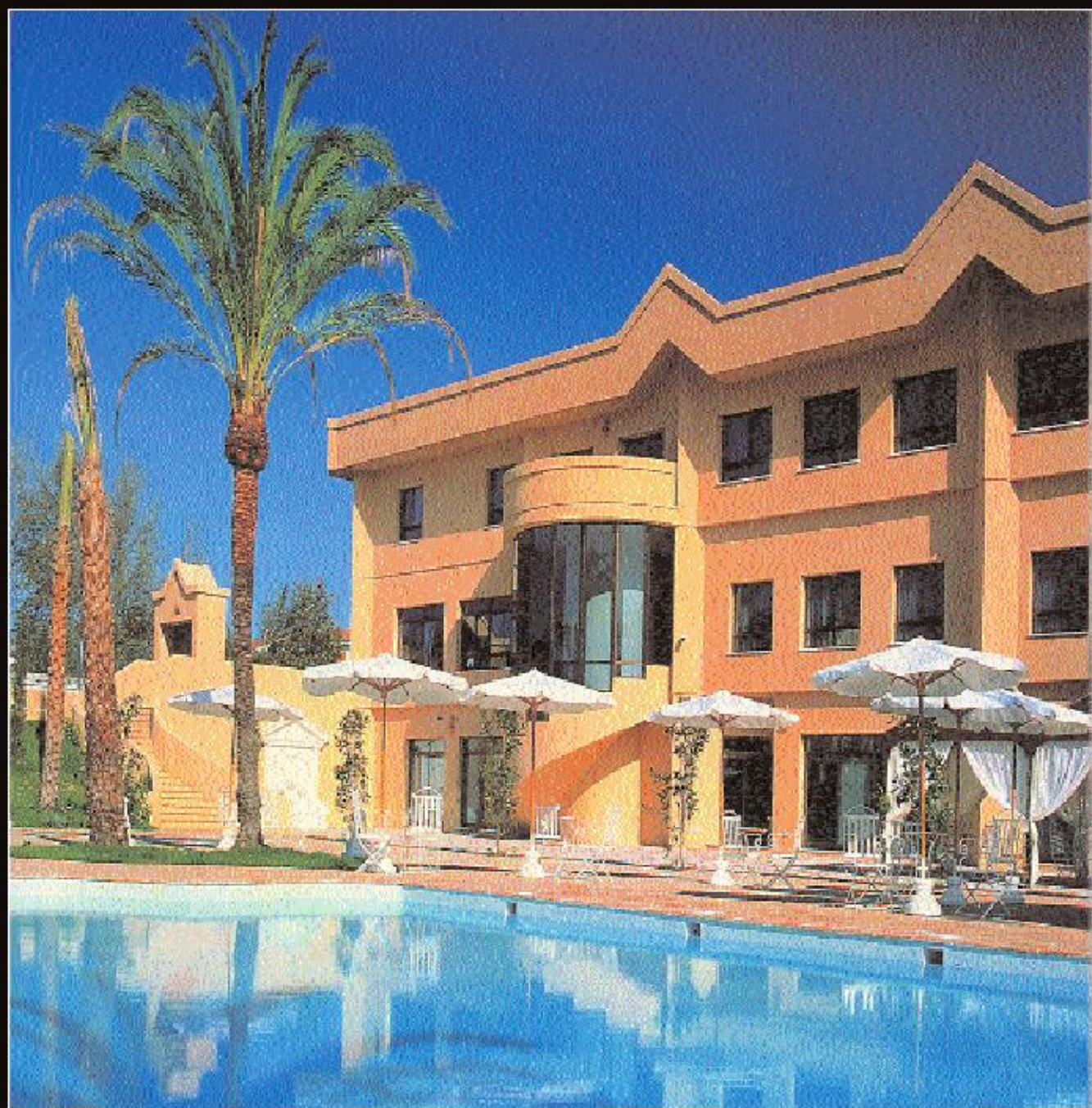


Mientras esto sucede a cinco horas de avión, nuestras mujeres ocupan más del 60% de las cifras de paro y se les paga un 28% menos por el mismo trabajo, aunque se les exige lo mismo, a menudo comparten trabajo externo con labores domésticas y socialmente en el mejor de los casos son simplemente aceptadas.

De los perros españoles, es mejor no hablar, pues aparte de los valores que derivan de su comercialización como mascotas de "élite", mientras son sacrificados por centenares cada día, para la mayoría el único valor reside en su utilidad, como cazador o "segurata barato" y los demás son maltratados, abandonados o víctimas anónimas en cualquier carretera, sin una señal de identificación.

En esta extraña ciencia del management dicen que anteriormente a la decisión, hacen falta análisis, datos e información, en estos casos los datos los tenemos todos, pero la decisión no llega, los políticos siguen creyendo que la reinserción de la mujer pasa por la ventanilla de las subvenciones, cuando probablemente y sin excluir ninguna ayuda, debería pasar antes por los pupitres de la formación.

Está bien que invirtamos miles de millones en formación continua, en prevención y en ayudas, pero la mejor inversión siempre será aquella que "enseña a pescar", el camino está más cerca de formar al empresario, promover el espíritu emprendedor y especialmente el de la mujer como empresaria, pues con toda seguridad la mujer está habituada a trabajar y emprender, sólo necesita la oportunidad de demostrarlo. □



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



Una empresa al servicio del desarrollo integral de las personas

Maribel García Cantero es psicóloga, y con Consolación Rubio Romero, trabajadora social, han reunido un importante grupo de profesionales expertos en psicología, sexología y trabajo social, en torno a un proyecto del que son fundadoras, ARTEA; una sociedad multidisciplinar que procura el desarrollo integral de los individuos y la mejora de la calidad de vida de los mismos

Desde 1995 el equipo de profesionales que integra ARTEA trabaja en el sector servicios dándole respuesta a entidades, tanto privadas como públicas. Esta actividad integral a las empresas y entidades exigía cada vez más una estrecha colaboración entre profesionales de distintas disciplinas. Factor que se suma a las necesidades planteadas por los diferentes grupos y colectivos con los cuales se trabaja, a la demanda existente en el mercado laboral y al carácter emprendedor de los socios/as. "Consecuencia de lo cual decidimos unirnos bajo una imagen empresarial propia a la que denominamos ARTEA", concluye una de sus fundadoras.

"Las líneas de acción -nos comenta Maribel García Cantero- que se articulan son las siguientes:

- La implicación de entidades sociales y vecinales y otros organismos para un mejor desarrollo.
- Coordinación de acciones formativas y orientativas atendiendo a las necesidades individuales para llevar a cabo un mejor desarrollo personal.
- Búsqueda continua de criterios

"En la nueva andadura empresarial, además de ampliarse nuestra cartera de clientes habituales, ya hemos contactado con entidades tanto públicas como privadas", afirma Consolación Rubio

de validación para que se adapten los materiales a cada individuo y situación en concreto.

- Las actuaciones tienen un alto nivel de FLEXIBILIDAD y ADAPTACION que nos permita adecuarnos a nuestro entorno y al colectivo con el cual trabajamos".

"Para poder llevar a cabo estas líneas de acción -continúa Consolación Rubio-, nos encontramos ante la necesidad de basar nuestra intervención en un esfuerzo permanente por conocer la realidad existente y, en concreto, la problemática que nos ocupa".

Preguntadas por las líneas de servicios que ofrece ARTEA, Maribel nos comenta que "El objeto social de ARTEA se puede englobar en cuatro áreas que, aunque diferentes, están muy interrelacionadas: el Área Clínica que ofrece una psicoterapia individual, especializada en la persona adulta, interviniendo en los siguientes aspectos: (Mejorar la autoestima, aprender nuevas formas de relacionarse consigo mismo/a y con los/las demás, superar la ansiedad, fobias, depresión, estrés...), en Sexología (terapias sexuales para las parejas, orientación sexual, etc.). En el Área de Trabajo social se incluye la información y asesoramiento social, la gestión y solicitud de recursos y prestaciones sociales, la realización de informes sociales y periciales (adopciones, minusvalías...) la elaboración y gestión de Proyectos sociales, la prestación de servicios mediante subcontratación en otras entidades y empresas".

FORMACIÓN PARA TODOS

"En el Área de Formación, continúa, tenemos charlas informativas sobre Sexualidad, intervención

integral en educación sexual: alumnado, familia y profesorado, Cursos de Formador de formadores Educación Sexual y Afectiva y Talleres. Dirigidos a la población en general y colectivos específicos (jóvenes, mujeres, discapacitados/as, mayores...), a Centros Educativos, profesorado, mediadores juveniles y agentes sociales, escuelas de madres y padres, asociaciones, etc."

"Y, finalmente, en el Área de Género e Igualdad ofrecemos: Formación en estos temas y asesoramiento técnico".

El balance del trayecto recorrido por ARTEA nos lo hace Consolación Rubio. "La evaluación de los resultados hasta el momento es bastante positiva si tenemos en cuenta la corta trayectoria empresarial de ARTEA. Aunque las áreas de ARTEA han estado bien definidas desde un principio sí es cierto que ha habido una evolución en cuanto

a la prestación de sus servicios. Prueba de ello es que en la nueva andadura empresarial, además de ampliarse nuestra cartera de clientes individuales (a través de las consultas de psicología y sexología principalmente) ya hemos contactado con entidades tanto públicas como privadas ". Una empresa en marcha, al servicio del desarrollo de las personas. □



FICHA TÉCNICA

Nombre: ARTEA Psicología, Sexología y Trabajo Social, S.L.L.; **Nº socias/os:** 3; **Actividad:** Servicios de psicología, sexología, trabajo social y formación; **Fecha de creación:** 27/09/2001; **Nº de empleos:** 2; **Dirección:** Avda. de la Paz, núcleo San Cristóbal, 14. Sevilla; **Teléfono y fax:** 954 62 69 51/661 25 01 04-05; **E-mail:** artea@andalucia.net

El IFA ayuda a 133 proyectos empresariales

El Instituto de Fomento de Andalucía (IFA) ha aprobado ayudas por valor de 4 millones de euros a 133 nuevos proyectos empresariales de la provincia de Sevilla. Estos 133 proyectos han generado una inversión privada de 39,5 millones de euros y han contribuido a la creación de 189 nuevos puestos de trabajo, de los que 150 son con carácter indefinido. □

Mujeres y ciencia

Organizado por la Presidencia española del Consejo de la Unión Europea, la Comisión

Europea y la Residencia de Estudiantes, el seminario Mujer y Ciencia celebrado a principios de junio ha intentado llamar la atención sobre la necesidad de promover las políticas de igualdad de género en la ciencia, una de las prioridades del plan de acción sobre "Ciencia y Sociedad" en el contexto del Espacio Europeo de Investigación.

Las mujeres constituyen la mitad de la población de los estudiantes universitarios, pero muchas de ellas abandonan la carrera científica profesional en alguna de sus diferentes fases, con lo que

muchas investigadoras bien formadas se pierden para la ciencia. El número de mujeres que ocupan car-



gos científicos es también muy bajo. Esta iniciativa ha permitido presentar las actuaciones de la Unión Europea en ese ámbito, abriendo un constructivo debate. □

La inversión "verde"

La empresa onubense Atlantic Copper ha reducido durante 2001 su impacto medioambiental situando sus emisiones por debajo del 50% del límite establecido legalmente para SO₂ y partículas. La inversión para conseguir estos resultados fue de 6,42 millones de euros. Es el quinto año que Atlantic Copper presenta su Declaración Medioambiental. □

Favorecer el turismo británico en la provincia de Cádiz

Un congreso previsto para el próximo otoño traerá a la provincia de Cádiz a 160 mayoralistas del Reino Unido. Todo ello promovido por el Patronato Provincial de Turismo de esta provincia andaluza. Conocerán así los atractivos turísticos de Cádiz. El mercado británico constituye hasta la fecha el segundo mercado extranjero más importante para el sector turístico de esta provincia. El pasado año se alojaron en hoteles gaditanos 76.101 turistas británicos. □

Turismo y Deporte promueve la Ruta Bético Romana

La Consejería de Turismo y Deporte firmó recientemente un protocolo de colaboración con los 13 municipios andaluces integrantes de la Ruta Bético Romana con el fin de continuar con la labor de promoción de este producto turístico-cultural.

Este protocolo renueva el convenio establecido en 1997, que proponía una partida de 465.000 euros para las labores de promoción y divulgación de esta ruta, así como para su asistencia a ferias, como la segunda edición de la Feria de Turismo Interior "Tierra Adentro", que se celebrará en octubre en Jaén.

Según Javier Aroca, viceconsejero de Turismo y Deporte, este protocolo "demuestra el apoyo permanente que desde la Consejería estamos prestando al turismo cultural y de interior para promocionar Andalucía como un destino integral, un lugar en el que el turista encuentra esa tan rica y variada oferta que nos hace singulares".



Por su parte, el alcalde de Carmona y presidente de la Ruta Bético Romana, Sebastián Martín, destacó el interés de la Consejería de Turismo y Deporte en su apuesta por el turismo cultural, así como el de los

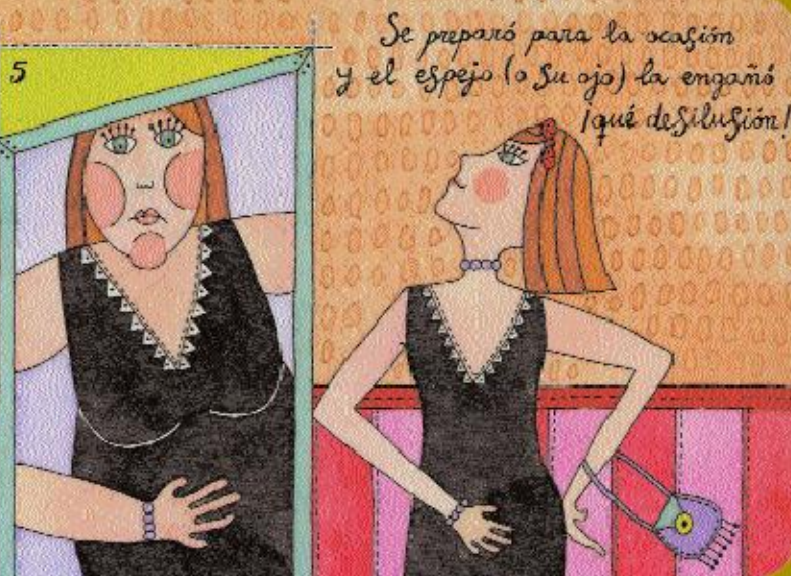
propios ayuntamientos que, desde el principio, tuvieron claro que el hecho de divulgar su patrimonio histórico era una forma de apostar por el desarrollo de un turismo sostenible. □

Nivel andaluz

Duele constatar que en el elenco de los municipios pobres de España, los dos últimos lugares, en municipios mayores de 50.000 habitantes, corresponden a Sanlúcar de Barrameda y la Línea, dos localidades gaditanas. Y, a pesar del notable crecimiento que se está dando en cuanto al nivel de renta en Andalucía, pesa constatar que ninguna provincia andaluza logra llegar o superar la renta nacional. El Anuario Económico Español 2002 elaborado por la Caixa, sitúa el nivel de renta español entre los 8.275 y los 9.125 euros, mientras que el promedio andaluz está entre los 6.975 y los 7.800 euros. Tengamos en cuenta que de las ocho provincias españolas más pobres, cinco son andaluzas, que acompañan en este ranking a Albacete, Cáceres y Badajoz. □

FACUA denuncia la venta ilegal de adelgazantes por Internet

La Federación de Asociaciones de Consumidores y Usuarios de Andalucía (FACUA) ha denunciado que la empresa con sede en Marbella Calypso Sana continúa vendiendo y publicitando unas cápsulas "milagrosas" para adelgazar casi un año y medio después de haber sido denunciada ante la Dirección General de Salud Pública de la Junta de Andalucía. La publicidad de estas cápsulas incluye testimonios de personas que aseguran haber probado el producto y obtenido exitosos resultados, lo cual está prohibido por el Real Decreto 1.907/96, así como el hecho de incluir la imagen de un hombre ataviado como médico para garantizar la eficacia del producto. La Federación ha lamentado la dejadez de la Consejería de Salud, que no ha hecho efectiva la retirada de la publicidad de estas cápsulas de vinagre de manzana, que continúan vendiéndose a través del teléfono y de Internet, en la página www.calypsonatural.com. El artículo se presenta en su publicidad como un método para adelgazar "para siempre" y "en tiempo récord". □



Campaña del IAM contra la anorexia

Con motivo de la celebración, el pasado 28 de mayo, del Día Internacional de Acción por la Salud de las Mujeres, el Instituto Andaluz de la Mujer ha editado un pequeño "manual" en el que se pueden encontrar reflexiones, consejos y motivos de esta enfermedad que a tantas jóvenes afecta hoy en día. A través de varios puntos, el Instituto Andaluz de la Mujer informa sobre diferentes cuestiones que afectan actualmente de forma directa a las mujeres y, sobre todo, a las adolescentes:

- Aceptar un nuevo cuerpo no es tarea fácil.
- Cuando la delgadez se impone como modelo estético.
- Miles de problemas sacuden la

cabeza de una niña en el paso a la adolescencia.

- Inseguridad ante los cambios del cuerpo y temor ante la vida.
- La enfermedad se apropia de su voluntad.
- La comida es uno de sus problemas.
- Su cabeza está llena de miedos.
- Miedo a la incomunicación y a crecer.
- Miedo al nivel de exigencias que la publicidad somete a su imagen.
- Su cuerpo es usado para vender móviles, coches, maquillajes, perfumes, bebidas y viajes.
- Un cuerpo femenino convertido en objeto de goce y comparación, promesa y placer en los anuncios. □

Violencia sexual en Andalucía

La comunidad andaluza se sitúa a la cabeza de las denuncias por agresión sexual. El año pasado se produjeron un total de 1.723 denuncias; cifra que se ha duplicado este año y que supone un 20% del total de las producidas en España. Dentro de Andalucía, Sevilla se coloca a la cabeza con el 62 % de las que se producen en nuestra comunidad autónoma, mientras que Almería supone sólo el 1%. Estos datos se refieren sólo a agresiones denunciadas con lo que se convierte sólo en un indicativo del problema que, en términos reales, es más amplio. Lo que más preocupa es que las agresiones sexuales a niños suponen el 57% de éstas. □



Promoción exterior para los empresarios sevillanos

El pasado 12 de junio, la Cámara de Comercio de Sevilla y CdeA (Comercializadora de Productos Andaluces) presentaron la oferta de servicios que ambas instituciones ofrecen en materia de Promoción Exterior. En el acto de presentación de estos servicios se informó a los empresarios sobre los instrumentos que existen para ayudar a la internacionalización de las pymes, entre los que se incluyen la participación en ferias internacionales,



misiones comerciales, promociones en puntos de venta o programas de apoyo a con-

venciones y congresos, entre otros. Además, se analizaron la Red de Unidades de Promoción de Negocios, CdeA en el mundo y los programas de implantación en el exterior y de apoyo individual a empresas. Por otra parte, también se explicaron las acciones de cooperación del Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio y CdeA, así como el Programa de Iniciación al Comercio Exterior, PIPE 2000. □

Desarrollo de las pymes malagueñas

El pasado 12 de junio se firmó un convenio entre la Sociedad M-Capital y la Asociación de Jóvenes Empresarios de Málaga. La firma de este convenio tiene como objetivo principal colaborar tanto en proyectos de formación como en el desarrollo de proyectos en materias específicas de interés para el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas malagueñas. De esta forma, el primer proyecto nacido bajo este convenio fue el seminario "El capital inversión en las empresas emprendedoras". Este seminario ha sido pionero en Andalucía, y contó con la asistencia de la directora general de la Asociación Española de Entidades Capital-Riesgo, que estuvo acompañada de otros representantes del mundo empresarial. □

Mujeres en el sector de la construcción

Teresa Jiménez, directora del IAM, y Antonio Toro, director general de Empleo e Inserción, presentaron el pasado 12 de junio el proyecto "Construyendo futuro: una oportunidad de empleo para mujeres", que se enmarca en la iniciativa de la Comunidad Europea del Programa Equal y cuyo objetivo es la inserción laboral de las mujeres en el sector económico de la construcción. En el acto también estuvieron presentes los socios nacionales del proyecto: la Fundación Laboral de la Construcción, la Federación

Andaluza de Mujeres Empresarias, UGT, la Federación Andaluza de Municipios y Provincias y la Federación Andaluza de Empresas Cooperativas de Trabajo Asociado (Faecta). Ésta última ha estado realizando desde su Área de Género un análisis de la incidencia de la mujer en las cooperativas de construcción andaluzas, tras lo que ha llegado a la conclusión de que su presencia es aún escasa, por lo que desde esta federación se está trabajando para integrar a las mujeres en proyectos cooperativos. □



Desigualdad de la mujer en el medio rural



El 25 % del tiempo dedicado a la agricultura en el Estado español es desempeñado por mujeres. Sin embargo, la importante contribución de las mujeres sigue siendo ignorada por las instituciones públicas; el trabajo de la mujer en la agricultura y ganadería no se reconoce a efectos de cotización social. Las políticas para la igualdad no la están aplicando los distintos gobiernos y las condiciones de vida y la situación del medio rural, en general, no

mejoran. En un reciente Encuentro celebrado recientemente en Sevilla, COAG entre otras propuestas, "exige que el cónyuge o familiar colaborador sea reconocido expresamente como un verdadero cotitular de la explotación con los mismos derechos y obligaciones, teniendo en cuenta que son, en su mayoría, las mujeres las que se encuentran en esta situación". Hay que tener en cuenta, como afirmaba Inmaculada Fernández, responsable del área de la mujer en COAG, que "la actual regulación limita el acceso de la mujer al Régimen Especial Agrario de la Seguridad Social". □

Premios "New Design" 2002

La Asociación Nacional de Fabricantes de Tules, Bordados y Encajes entregó recientemente

miento acerca de estos materiales. Los premios fueron convocados a través de las escuelas de diseño de

toda España y constaron de dos apartados: encajes y bordados. En la categoría de bordados, el primer premio quedó desierto; el segundo fue a parar a Txell Romagosa, de Escola Massana (Barcelona), y el tercero recayó sobre Montse Fabregat, de la Escuela Superior de Diseño y Moda "Felicidad Duce" de Barcelona y sobre Alejandro Gasol, de Escola Massana. En cuanto a la categoría de encajes, el

los premios "New Design", iniciativa que tiene como objetivo promover la innovación de los diseños de encajes, bordados y tules, así como conseguir que los futuros creadores de moda adquieran un mayor conoci-

primer premio fue para Alejandra Tilve, de la Escuela Superior de Diseño y Moda "Felicidad Duce", el segundo quedó desierto y el tercero recayó en Mar Linares, de Escola D'art D'alcoi. □



Alimentos transgénicos y tercer mundo

Intermón Oxfam se muestra seriamente preocupada por el uso creciente de alimentos genéticamente modificados en los envíos de ayuda alimentaria, especialmente por parte de Estados Unidos. Recientemente, una investigación liderada por el instituto Genetic ID, un laboratorio independiente de Iowa, descubrió que la ayuda alimentaria distribuida por USAID -la agencia de cooperación oficial de Estados Unidos- contenía StarLink, una variedad de maíz genéticamente modificada y no autorizada para el consumo humano. StarLink está prohibido en Estados Unidos.

Estos alimentos pueden afectar negativamente a la población que los consume. Intermón Oxfam pide una moratoria sobre los transgénicos y un fortalecimiento urgente y drástico de los mecanismos de seguimiento sobre el uso de los transgénicos en la ayuda alimentaria. Del mismo modo, Intermón Oxfam recuerda el principio de precaución garantizado por el Protocolo de Bioseguridad de Cartagena. □

¿SABES QUÉ HACEMOS EN LA DIPUTACIÓN?

POLÍTICAS ACTIVAS DE LA MUJER

FOMENTO DE LA IGUALDAD REAL Y EFECTIVA

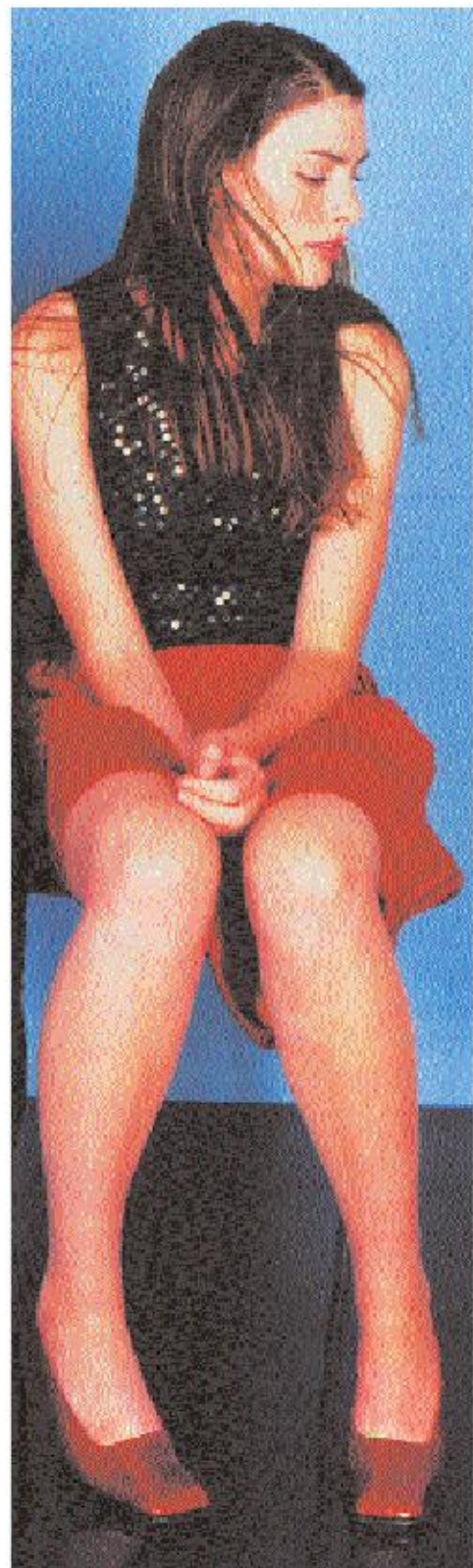
SUPERACIÓN DE LA DISCRIMINACIÓN LABORAL CULTURAL ECONOMICA





Carmen Espinosa Sierra,
Licenciada en Derecho y Técnico en Prevención de Riesgos Laborales

Acoso moral en el trabajo



El acoso moral en el trabajo (mobbing) es una situación en la que una persona ejerce una violencia psicológica extrema, de forma sistemática y durante un tiempo prolongado sobre otra persona en el lugar de trabajo. La finalidad del acosador moral es destruir la reputación del acosado/a, su capacidad, perturbar el ejercicio de su trabajo y lograr que la víctima abandone su puesto o incurra en algún error que provoque su despido.

El acoso moral es un fenómeno que se desarrolla en las empresas que no pueden despedir fácilmente al empleado o simplemente no les interesa en ese momento prescindir de éste. Según los estudios realizados el agresor es un psicópata, mediocre profesional, que no experimenta sentimiento de culpa alguna y casi siempre actúa amparado en la mala organización del trabajo existente dentro de la empresa. Es un perfil que por desgracia comparten muchas administraciones y empresas públicas de este país.

En la parte opuesta está el hostigado, que suele ser una persona brillante, trabajadora, honrada y solidaria. La consecuencia del acoso moral es el estrés que genera en el acosado, además de trastornos psicológicos, problemas biológicos como enfermedades cardiovasculares, dolores diversos o bajadas de defensas con problemas dermatológicos o alérgicos.

Según el informe de la OIT, 750.000 trabajadores sufren acoso moral en España, y la mayoría de estas personas son mujeres. El acoso moral se encuadra dentro de los llamados riesgos psicosociales (elevado ritmo de trabajo, ritmo de trabajo determinado por las máquinas, violencia física, acoso moral, sexual, trabajo monótono...).

La obligación de identificar el riesgo de acoso moral y valorarlo como tal es del empresario. Una vez que la dirección de la empresa tiene conocimiento de estas conductas, está obligada a intervenir analizando la situación, para adoptar las medidas procedentes y aplicar la legislación vigente. El Reglamento de los Servicios de Prevención señalan que la evaluación de riesgos deberá tener en cuenta "las condiciones de trabajo" existentes o previstas. En este término están comprendidas las características del trabajo relativas a su organización y ordenación, que influyan en la magnitud de los riesgos a los que esté expuesto el trabajador.

Para proceder a la evaluación de este riesgo no se puede seguir un sistema convencional, por lo que se debe acudir a la apreciación directa de profesionales acreditados, según dispone el mencionado Reglamento de los Servicios de Prevención.

El empresario que no realice la evaluación de estos riesgos incurrirá en responsabilidades por incumplimiento del artículo 16 de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales. Las formas de actuar contra el acoso moral actualmente son:

- Solicitar apoyo a los delegados de prevención o al comité de seguridad y salud de la empresa.
- Acudir al médico de empresa y solicitar baja por accidente de trabajo.
- Denunciarlo ante la inspección de trabajo y seguridad social.
- Denunciarlo ante los tribunales ordinarios de justicia.

En Andalucía existe una asociación contra el acoso moral en el trabajo (ASAMCAT) que está promoviendo jornadas y reuniones para convertirse en foro de discusión de problemas y soluciones entorno a esta patología laboral en la que abunda aún la falta de concienciación tanto por parte de empresarios como de trabajadores para identificarlo como violencia psicológica extrema, que aún no tiene regulación legal. □

La revista empresarial líder en Andalucía

**Ideas, personas
e instrumentos
para dirigir
la Empresa**

**Reciba
Agenda de la Empresa
Andaluza
todos los meses
y el Directorio
Empresarial
de Andalucía
por sólo 30
euros al año**



Premio
Andalus a la
investigación del
cooperativismo
andaluz



Premio
Andalus
de Periodismo
Industrial



La referencia obligada en el mundo empresarial andaluz

agendaempresa@agendaempresa.com

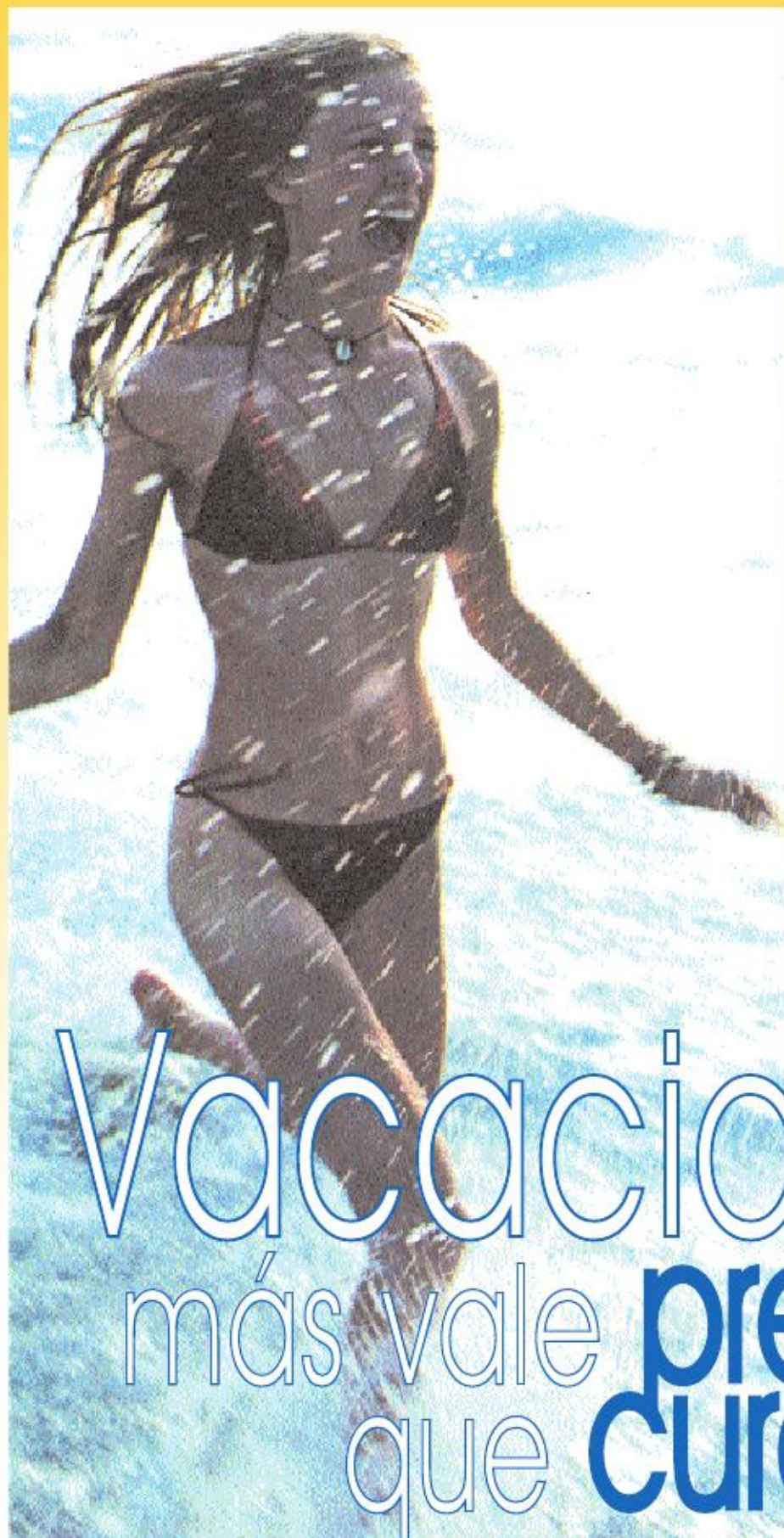
www.agendaempresa.com

☐ **Si** me suscribo a
Agenda de la Empresa
por 11 números: 30 euros

☐ **Si** me suscribo a
Agenda de la Empresa
por 22 números: 60 euros

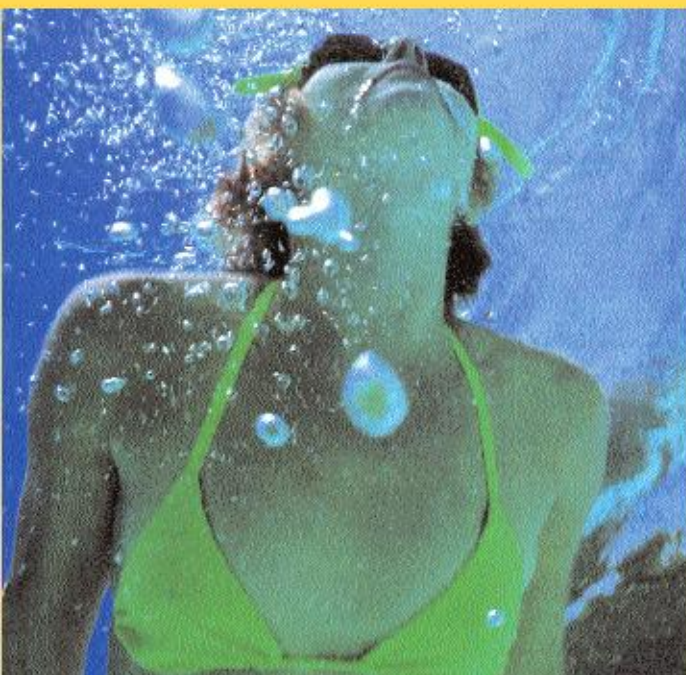
Nombre y apellidos _____ Domicilio _____ Ciudad _____ Provincia _____ C.P. _____ Teléfono _____		Forma de pago: ☐ Dinero/cobro bancario Número de tarjeta _____ Nombre del titular de la tarjeta _____ Fecha de caducidad _____ Entidad emisora _____	
---	--	--	--

Envíe este cupón a Agenda de la Empresa, Recaredo, 20 - 2º - 41003 Sevilla.
También se puede suscribir enviando el cupón por fax al 954 63 31 43.



Es indiscutible que, a estas alturas del curso, nos encontramos cansadas. Cansadas y sin ganas para nada. Tenemos más que merecidas las vacaciones. Algunas las comenzaremos ahora, otras a mediados de julio y el resto, posiblemente, a comienzos de agosto. Lo cierto es que estamos a las puertas, pero el cansancio nos juega una mala pasada y no tenemos ninguna gana de planificar, de sentarnos a planear, de tomar las precauciones necesarias

Vacaciones: más vale prevenir que curar



refresca ni me cargue innecesariamente con prendas de abrigo que después no usaré.

Y la maleta o las maletas serán un peso insoportable si viajamos en tren, autocar, etc. Si vamos en el coche, hasta el maletero más amplio será insuficiente si cargamos con cosas innecesarias. Vamos de vacaciones, no nos mudamos a otro piso. Hay quien se lleva hasta la nevera. No seas tan quisquillosa y mete lo imprescindible. Y, eso sí, añade al neceser, además de los productos para tu higiene personal, los medicamentos para las

típicas alergias de temporada, protección de todo tipo, y los pequeños remedios para las indisposiciones que sabes que puedes padecer.

Si vas en automóvil, en carretera, ponte el cinturón, respeta la velocidad, no te pongas nerviosa en los atascos y no se te ocurra coger el coche si has tomado bebidas alcohólicas.

Cuando estés ya instalada en el lugar de vacaciones, combina bien dos cosas: sol y comida. Dos grandes placeres que no se llevan muy bien. El calor puede resultar mortal combinado con mayonesa, huevos y otros ingredientes. Ya

dijimos en el número anterior lo que el sol le hace a la piel si no llevas la protección adecuada.

De todas formas, vuelve la vista atrás porque, cuando bien informada y preparada para emprender el período de descanso, dejes tu ciudad dejarás atrás también la vivienda en la que vives y, con el fin de no encontrar sorpresas a tu vuelta, necesitas pensar que los cacos hacen el "agosto" en estas fechas, así que te conviene tener en cuenta algunas reglas fundamentales: las repasas para no olvidárselas, de manera que descanses tranquila con las espaldas cubiertas:

- ◆ No divulgues demasiado tu intención de irte de vacaciones ni tampoco de las fechas exactas de tus vacaciones.
- ◆ No guardes cantidades importantes de dinero en el domicilio.
- ◆ No dejes, durante tu ausencia, joyas y/o objetos de valor a la vista.
- ◆ No escondas nunca las llaves bajo

Queremos huir, huir y huir, a dónde sea y como sea. Y, sin embargo, ahora más que nunca necesitamos planificar bien y cuidar todos los detalles para evitar el riesgo de que el pretendido descanso se convierta a la larga en una pesadilla.

¿Dónde voy? ¿Qué problemas encontraré allí? ¿De qué servicios me puedo valer? ¿Qué necesito para mi comodidad y para mi seguridad? Ante todo, tengo que hacer un buen acopio de información de todo tipo: puede bastar con una buena guía y un buen mapa, pero existen hoy día muchos otros medios para sacarle al lugar elegido para el descanso el mejor partido.

Y tengo en cuenta que soy una veraneante, no una indocumentada, así que mis documentos deben acompañarme. Todos los posibles, no sólo el DNI o el carnet de conducir, sino la cartilla de la seguridad social, etc.

Utilice el medio que utilice no vendrá mal una información complementaria sobre transportes diversos, para aprovechar posibles excursiones por los entornos. Y tener en cuenta que el lugar al que me dirijo no tiene por qué tener el mismo clima que dejo en mi ciudad de residencia. Una buena información sobre el clima hará posible que no pase frío si



el felpudo de la entrada ni en ningún lugar próximo.

- ◆ Cierra bien las puertas y las ventanas.
- ◆ No bajes del todo las persianas.
- ◆ No lleves escrita tu dirección en ningún llavero.
- ◆ Pide a algún familiar, amigo o vecino que recoja la correspondencia del buzón en tu ausencia.

Con todas estas precauciones tomadas, en marcha, y buen descanso. Nos volveremos a ver en septiembre con nuevas energías, nuevas ilusiones, nuevas ideas y, desde luego, más relajadas. □



Concurso de Proyectos Empresariales

7º

*Participa en
una nueva aventura...*

Sé atrevido... Sé innovador...

Animate...

CREA TU EMPRESA

60.000 Euros en premios

Plazo de Presentación de Proyectos:

Para información y
entrega de Proyectos:

AYUNTAMIENTO:

Plaza de la Constitución, 1-2ª planta
41700 - Dos Hermanas
Telf. 954 91 95 61
Fax: 954 91 95 63

CENTRO TECNOLÓGICO TIXE

C/. Hornos, 2 - Polig. Ind. La Isla
41700 - Dos Hermanas
Telf. 954 93 02 58
Fax: 954 93 09 75

OFIC. MUNIC. MONTEQUINTO

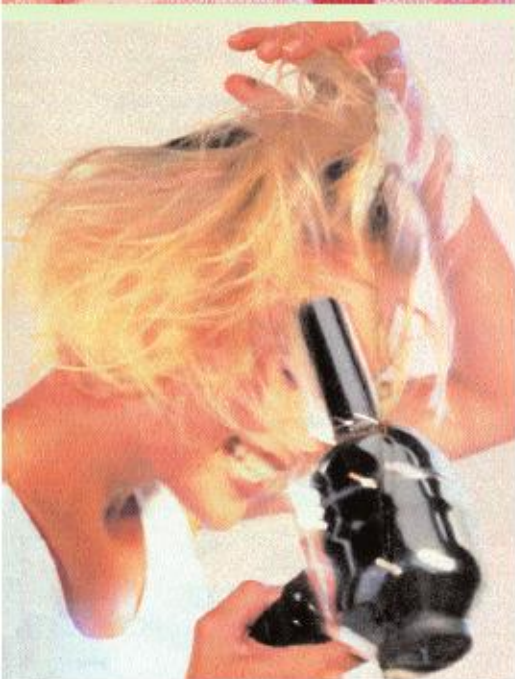
Av. San José de Calasanz, s/n.
41089 - Dos Hermanas
Telf. 954 12 01 00
Fax: 954 12 01 00



área de desarrollo económico
Ayuntamiento de Dos Hermanas

hasta el
31 de Octubre
de 2002

www.doshermanas.org
www.tixe.org



También es verano para tu pelo

Por fin llegó el verano, y con él solemos extremar los cuidados hacia nuestra piel, aunque no es tan habitual prestar tanta atención a nuestro pelo. Debes saber que el sol, la sal y el cloro no sólo dañan tu piel; tu pelo también sufre sus agresiones

Trucos caseros para un pelo brillante:

- Para nutrir el cabello, haz una crema con un aguacate machacado y cinco gotas de aceite de oliva y aplícatela sobre el pelo durante 20 minutos. Esto te aportará brillo y suavidad.
- Otro de los trucillos caseros para obtener una melena brillante es aplicar, también durante unos 20 minutos, una pasta hecha con mayonesa y diez gotas de limón.
- Si lo que quieres es que tu pelo brille pero que además tenga mucho volumen, puedes aplicarte una mascarilla de linaza durante 20 minutos.
- No olvides que para que todos estos productos sean efectivos, debes aplicártelos sobre el cabello limpio.

Ha llegado el verano y, aunque siempre solemos tener presente que debemos cuidar y proteger nuestra piel, se nos suele olvidar casi siempre el pelo, y es importante que tengamos claro que el cabello también sufre las agresiones del sol, de la playa, de la arena y del cloro de las piscinas. Pero, ¿cuáles son los factores de riesgo que más pueden alterar la "tranquila existencia" de nuestras melenas? Piensa que las inclemencias del verano pasan por nuestro pelo como una lija, es decir, la arena, el cloro, la sal, el sol o el viento van dejándolo cada vez más fino y con todas sus escamas rotas y ásperas. Con el fin de que tu cabello sufra lo menos posible la llegada de los meses de calor, te ofrecemos una breve "lista negra" de aquello de lo que más debes proteger tu pelo:

- ◆ Para empezar, las radiaciones solares también alteran la pigmentación del pelo.
- ◆ Los baños frecuentes en el mar o en piscinas arrastran la emulsión epidérmica capilar, desprotegiendo de esta forma el cabello y ayudando a su deshidratación.
- ◆ El PH alcalino que origina el cloro del agua de las piscinas provoca una cierta abertura de las escamas cuticulares incrementando de este modo su porosidad.
- ◆ Las micropartículas de arena, polvo y tierra se introducen en la fisura y entre las escamas del cabello, produciendo abrasión.
- ✓ No laves el pelo con agua demasiado caliente, porque lo resecarás más, y si tienes el cuero cabelludo graso, irritarás las glándulas sebáceas.
- ✓ Prescinde del secador en la medida de lo posible y si tienes que usarlo, hazlo a temperatura más baja y a una distancia prudente del pelo (unos 10 centímetros)
- ✓ Cepilla el cabello de forma suave, sobre todo cuando está mojado, ya que es más frágil. Puedes usar un spray especial para el desenredado si tienes el pelo demasiado frágil.
- ✓ Si no es realmente necesario que retoques el tinte o las mechas, pospón la coloración hasta otoño.

Para evitar todo esto o, en caso de que sea algo tarde, para remediarlo en la medida de lo posible, debes seguir estos consejos (ten en cuenta que, aunque hay que extremar las precauciones en los meses de verano, es bueno que normalmente trates así tu cabello):

De todos modos, es conveniente que hagas una visita a tu peluquero antes de empezar las esperadas vacaciones; él mejor que nadie te aconsejará sobre los cuidados específicos que necesitará tu cabello. □

Abre tus ojos al verano



Al llegar los meses de verano, lo más normal es que aumentemos las horas de exposición al sol y las actividades al aire libre. Esto, unido al hecho de que la luminosidad ambiental también es mayor, hace que se incremente el peligro de sufrir lesiones oculares, como quemaduras en la superficie ocular, sequedad o irritabilidad. Además, también nos exponemos a diversas lesiones oculares al sufrir traumatismos por golpes o por la entrada de cuerpos extraños como briznas de hierba o productos tóxicos.

De todos modos, no te preocupes, porque aquí te proponemos una serie de precauciones que puedes poner en marcha si deseas mantener tus ojos sanos aunque sufran las inclemencias de playas, piscinas y arena:

- Puedes usar gafas de sol, siempre y cuando estén homologadas y cumplan las normas de calidad óptica para una correcta protección.

- Usa una gorra o visera, ya que de esta forma atenúas ostensiblemente la exposición a la luz.
- Si tienes sensación de sequedad o irritación, usa con frecuencia colirios lubricantes (lágrimas artificiales)
- Si usas lentes de contacto, procura quitártelas cuando estés en la playa o en la piscina, ya que evitarás el riesgo de contraer infecciones. Además, debes tener cuidado en no dejarlas expuestas al sol o al calor aunque estén en su estuche, porque, a pesar de la solución detergente, se pueden dar las circunstancias para que puedan contaminarse, lo que provocaría el desarrollo de infecciones corneales graves.
- En el caso de que hayas sufrido una intervención ocular recientemente, ni se te ocurra sumergir la cabeza debajo del agua.
- Si te entra en los ojos algún producto químico, lávalos rápidamente con agua corriente.
- Usa gafas protectoras con lentes de material orgánico mientras

¿Quieres lucir unos ojos espléndidos este verano? Para ello, tienes que aprender a evitar los distintos "peligros" que pueden acecharlos en las playas y piscinas, desde los inoportunos balonazos hasta esas pequeñas briznas de hierba que resultan tan molestas

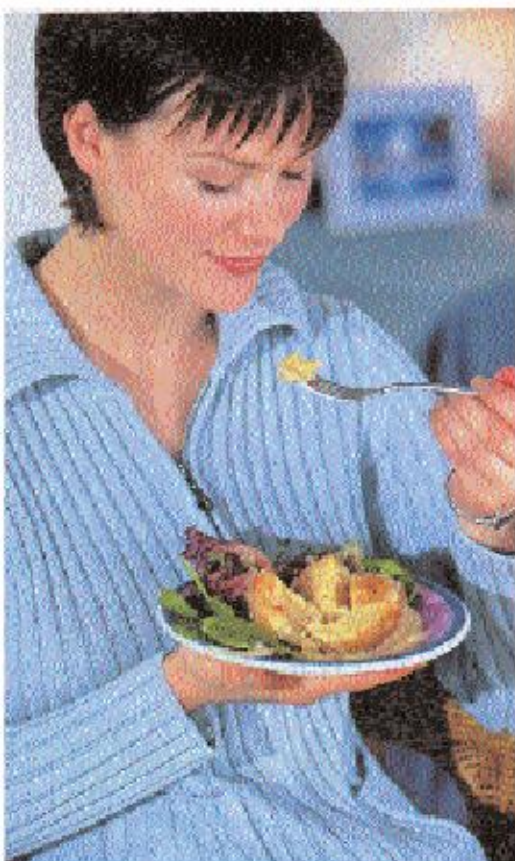
prácticas deportes acuáticos -natación, vela, etc.- u otras actividades como el bricolaje o la jardinería. Así evitarás traumatismos oculares o la entrada de cuerpos extraños en el globo ocular.

- En caso de que tengas los ojos enrojecidos, dolorosos o con secreciones, es mejor que consultes con un especialista oftalmólogo a la mayor brevedad posible.
- Si has trasnochado y has fumado más de la cuenta, puedes aplicar unas compresas de té frío sobre los ojos para relajar la mirada. □

Efectos del sol sobre nuestros ojos:

El componente tipo C de la radiación ultravioleta emitida por el sol es absorbido en su mayor parte por la capa estratosférica de ozono, mientras que la mínima cantidad que llega a la superficie de la tierra no es nociva para los ojos. Sin embargo, la exposición ocular repetida a los tipos de radiaciones A y B puede provocar la aparición de alteraciones oculares severas, que van desde la conjuntivitis hasta la aparición de procesos degenerativos en la superficie ocular, cataratas, retinopatía e incluso lesiones de piel que pueden llegar a desarrollar un cáncer de piel en los párpados.

¿Puedo comer de todo?



Esta iniciativa, que partió de la Sociedad Española de Nutrición Básica y Aplicada (SENBA), contó con la colaboración de las sociedades científicas de todo el país y con el patrocinio de diversas instituciones como el Ayuntamiento de Madrid, y de entidades de la industria farmacéutica y alimentaria como Abbott, Novartis, Nutricia o Danone, entre otras.

LA IMPORTANCIA DE UNA BUENA NUTRICIÓN

La nutrición es la actividad cotidiana que más influencia tiene sobre nuestra salud, por lo que constituye uno de los factores más decisivos para la prevención de numerosas enfermedades, y contribuye a que vivamos más años y en mejores condiciones.

Pero lo cierto es que son los países más desarrollados los que cuentan con un mayor aumento de la obesidad y de otras enfermedades relacionadas con la alimentación debido a la preocupación creciente por cuidar la imagen personal.

Según la OMS -Organización Mundial de la Salud-, solamente las enfermedades cardiovasculares y la obesidad producen en todo el mundo más de dos millones de fallecimientos por año, y aproximadamente una tercera parte de los cánceres existentes podrían evitarse si la alimentación fuese más saludable, se mantuviese un peso correcto y se practicara ejercicio físico continuado a lo largo de la vida.

La doctora Gómez Candela afirmó, durante la celebración de este día, que lo que realmente se busca es

Enfermedades que tienen su origen en la forma de alimentación

- **Enfermedades cardiovasculares:** los factores de mayor implicación son la grasa saturada, el colesterol de la dieta y las calorías totales.
- **Neoplasias:** el riesgo de aparición de estas enfermedades -cáncer de mama, colon y próstata- es más frecuente en países desarrollados, donde es mayor el consumo de grasas saturadas y de carne y derivados.
- **Diabetes mellitus:** hay una clara relación dieta-diabetes pero, una vez contraída la enfermedad, su evolución está muy condicionada por los hábitos alimenticios.
- **Obesidad:** en el mundo hay unos 300 millones de obesos, y se sabe que la obesidad está potenciada por el consumo de dietas hipercalóricas.
- **Enfermedades esqueléticas:** la osteoporosis se puede evitar tomando una dieta equilibrada y practicando ejercicio físico, entre otros factores.
- **Caries:** el consumo de carbohidratos parece estar relacionado con esta enfermedad, que padece el 80% de la población escolar.
- **Malformaciones congénitas:** los posibles defectos en el tubo neural del feto pueden reducirse hasta un 50% cuando la dieta de la madre se suplementa con preparados multivitamínicos que contengan ácido fólico.
- **Trastornos del comportamiento alimentario:** anorexia y bulimia.

"concienciar a la población de la necesidad de tomarse en serio el tema de la alimentación. Porque si estamos bien alimentados mejoraremos nuestra calidad de vida". También señaló la necesidad de olvidarse de los falsos tópicos y de ser selectivos con la información que nos llega. □

El pasado mes de mayo, bajo el lema "Come de todo, ganarás en salud", se celebró el I Día Nacional de la Nutrición con el objetivo de transmitir a la opinión pública la importancia que tiene para la salud y para mejorar nuestra calidad de vida llevar una dieta equilibrada.

Marianela Nieto,
licenciada en Ciencias de la Información

Femenino singular (XI)

Querida Carol:

Desde esta buhardilla con vistas al Monasterio vamos tejiendo y deshilando a un tiempo las palabras como si Penélope y Ulises fueran partícipes de nuestra conversación. Aventuras, proyectos, un puñado de estrellas, buena música y vino con limón para estas noches de verano en las que el sol duerme en El Escorial mientras nos encandila el ojo de la luna@.

Estas palabras son hijas de una metamorfosis, en la que los mensajes por correo electrónico, por una vez bendita vez, recalca Alejandro- se han esfumado para tomar presencia en tu voz, que es la que ahora las lee para todos en voz alta. Por fin estamos juntos de nuevo, así que brindemos entonando un "carpe diem" para que estas sonrisas llenen de luz nuestros silencios.

Hablamos ahora de mujeres delante y detrás de la cámara. Y hablamos con acento andaluz. Vamos a destacar en femenino singular a la granadina Chus Gutiérrez, como botón de muestra de un interesante panorama no suficientemente reconocido del que despuntan profesionales como Victoria Fonseca o Pilar Távora.

La biografía de esta directora y guionista, iniciada en tierras nazaries, pasa seguidamente por Madrid y Nueva York, donde comienza su formación cinematográfica y sus primeros pasos en la práctica, a través del cortometraje. Su primer largometraje, "Sublet", fue presentado en 1992 en el marco del Festival de San Sebastián y fue nominado para los Premios Goya como mejor dirección novel. En su currículo figuran galardones como el del mejor largo del Festival de Cine del Atlántico o el de la mejor interpretación femenina en la semana del cine de Murcia. De su filmografía pueden destacarse otros títulos como "Alma gitana" o "Insomnio".

Recoge este apunte con otros aportados en femenino singular por este ojo de la luna@ y despierta tu curiosidad. Un brindis por la amistad.

"Por eso tengo que volver/ a tantos sitios venideros/ para encontrarme conmigo/ y examinarme sin cesar/ sin más testigo que la luna..."
(Pablo Neruda)



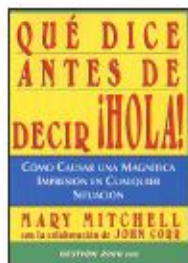
25 errores que cometen los padres
Peter Jaksa. Amat Editorial. Barcelona, 2002

Esta obra identifica 25 problemas que se plantean por el hecho de ser padres, ofreciendo una serie de consejos para enfrentarse a ellos, desde la disciplina y la rivalidad entre hermanos, hasta la privacidad y el pensamiento crítico del adolescente.



Cómo solucionar casi todo, paso a paso
Jason Roberts (ed.). Planeta. Barcelona, 2002

Basada en la famosa web Learn2.com, esta obra ofrece instrucciones y técnicas que todo el mundo puede seguir con suma facilidad: arreglos rápidos en caso de emergencia, limpieza, mejoras en el hogar, etc.



Qué dice antes de decir ¡hola!
Mary Mitchell. Gestión 2000.com. Barcelona, 2002

Los primeros cinco minutos de todos y cada uno de los encuentros, desde las entrevistas de trabajo hasta las llamadas para asistir a reuniones sociales, suelen ser cruciales para lograr el éxito profesional.



Cómo hablar bien en público
Manuel Couto. Gestión 2000.com. Barcelona, 2002

Hablar bien en público es la mejor manera de lograr tanto el éxito personal como profesional. Esta obra muestra, con lenguaje sencillo y directo, las fórmulas para que pueda salir airoso de situaciones en las que tendrá que comparecer ante público.



Cómo educar a sus hijos con el ejemplo
Sal Severe. Amat Editorial. Barcelona, 2002

Aquí encontrará soluciones para enseñar a sus hijos a tener una conducta adecuada, a escuchar y colaborar. Asimismo, le enseñará a ser consecuente y coherente y a controlar sus enfados, haciendo que impartir disciplina sea más agradable.



101 cosas que ya sabes, pero siempre olvidas
Ernie J. Zelinski. Amat Editorial. Barcelona, 2002

El objetivo de esta obra es ayudar al lector a reducir al mínimo el número de cosas importantes de la vida que siga olvidando y la cantidad de ocasiones en que las olvide. Es todo lo que necesita para mostrar su sabiduría.



Los laberintos de la vida cotidiana
Fina Sanz. Kairós. Barcelona, 2002

La autora, que es psicóloga-psicoterapeuta, analiza la enfermedad como un proceso laberíntico que hay que atravesar, entendiendo por "laberinto" un símbolo universal enfocado desde una perspectiva transpersonal de autoconocimiento.



¡Lo digo por tu bien!
Deborah Tannen. Paidós. Barcelona, 2002

Este libro le revelará por qué las hijas se sienten censuradas por sus madres y por qué las madres creen que no pueden abrir la boca ante sus hijas. Tannen proporciona los instrumentos para mejorar la relación con los miembros de nuestra familia.



Cómo superar la ansiedad y la depresión
Dr. Joseph J. Luciani. Amat Editorial. Barcelona, 2002

Tanto si padece ansiedad como depresión, este libro innovador le enseñará cómo modificar su forma de pensar y mejorar su vida. La obra del doctor Luciani es un novedoso e innovador programa para combatir la depresión.

El cine arrasa en Andalucía

El desarrollo del cine como negocio y entretenimiento se puede calificar de espectacular en la capital andaluza durante el último año. Sevilla, que actualmente cuenta con "sólo" 113 salas de exhibición frente a las 516 de Madrid, las 327 de Barcelona o las 183 de Valencia, ha conseguido recaudar en los primeros meses de 2002 un total de casi cuatro millones y medio de euros y ha registrado 1.110.544 espectadores.

Además, la capital hispalense ha duplicado el número de espectadores de cine en los últimos cinco años -ha pasado de los 2.742.877 de 1997 a los 5.478.565 registrados en 2001-, según el Instituto de Cinematografía y de las Artes Audiovisuales del Ministerio de Cultura (ICAA).

Por otra parte, otras cuatro provincias andaluzas -Málaga, Cádiz, Granada y Córdoba- se encuentran entre las veinticinco provin-

cias españolas con la mejor recaudación de taquilla en los cines.

Málaga, por ejemplo, lidera el quinto puesto del ranking nacional, ya que durante los primeros meses de este año ha conseguido recaudar un total de 3'6 millones de euros, con un total de 883.000 espectadores; Cádiz, por su parte, ha registrado 593.000 espectadores y unos ingresos de taquilla de 2'1 millones de euros, cifras que la sitúan en noveno lugar; Granada ocupa el puesto número 15 con unos ingresos de 1'5 millones de euros y un total de 400.000 espectadores, y Córdoba, que se sitúa en el último puesto de la lista de recaudación nacional, obtuvo en el primer trimestre de este año un millón de euros en taquilla y 257.000 espectadores.

Durante 2001 se estrenaron 101 películas frente a los 92 estrenos de 2002. Del total de espectadores a nivel nacional, 25 millones lo fueron de cine español, frente a los 13'14 millones de 2000.

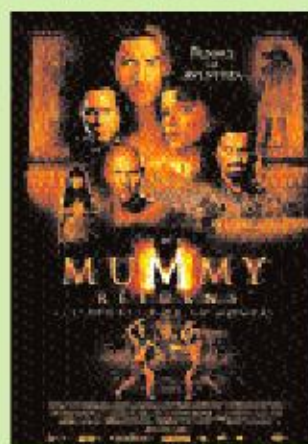
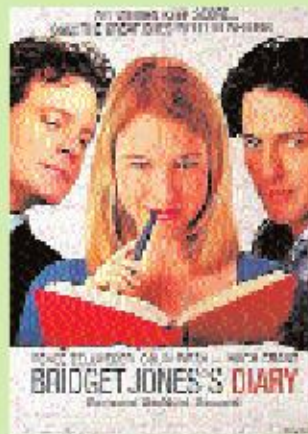
INFORME

La empresa Film Interactive ha realizado un informe en el que se refleja que durante 2001 fueron 27 películas las que superaron la barrera de los mil millones de pesetas en recaudación de taquilla. "Los otros" se sitúa a la cabeza con 4.442'2 millones de pesetas y 6.207.166 espectadores; le sigue de cerca "Torrente 2" con 3.678'2 millones recaudados y 5.267.046 espectadores; "Harry Potter y la piedra filosofal", con 3.371'9 millones y 4.545.185 espectadores; "El planeta de los simios", con 2.312'8 millones y 3.279.731 espectadores; "El regreso de la momia" con 2.169 millones de pesetas recaudados y

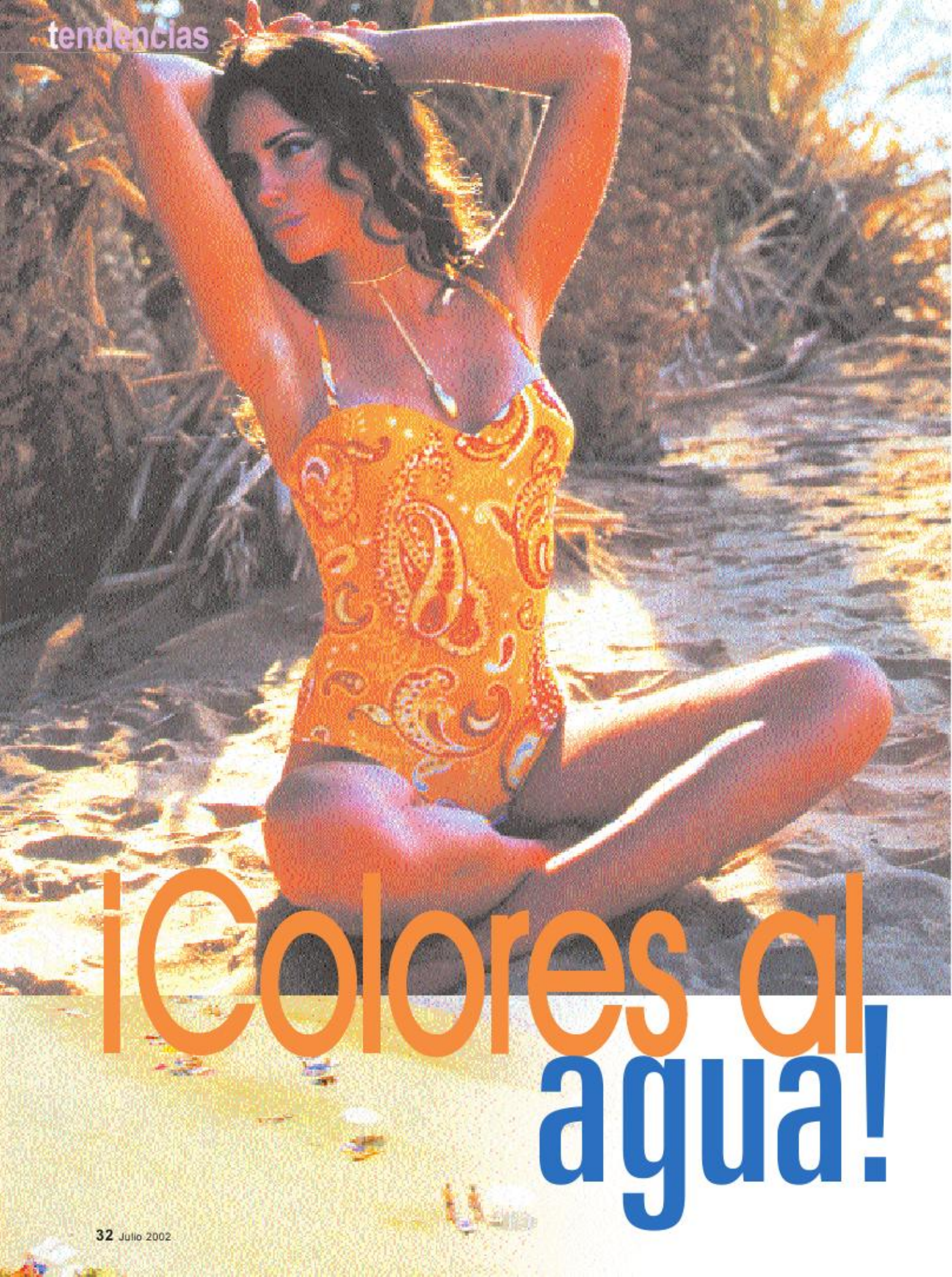
3.177.513 espectadores y, finalmente, "Shrek", que obtuvo 2.157'1 millones de recaudación y 3.326.052 espectadores.

En cuanto a 2002, las películas más taquilleras en los primeros meses de este año han sido, por orden de recaudación, las siguientes: "El señor de los anillos", Ocean's eleven", "Monstruos, S.A.", "Amor ciego", "Una mente maravillosa", "Harry Potter y la piedra filosofal" y la española "A mi madre le gustan las mujeres".

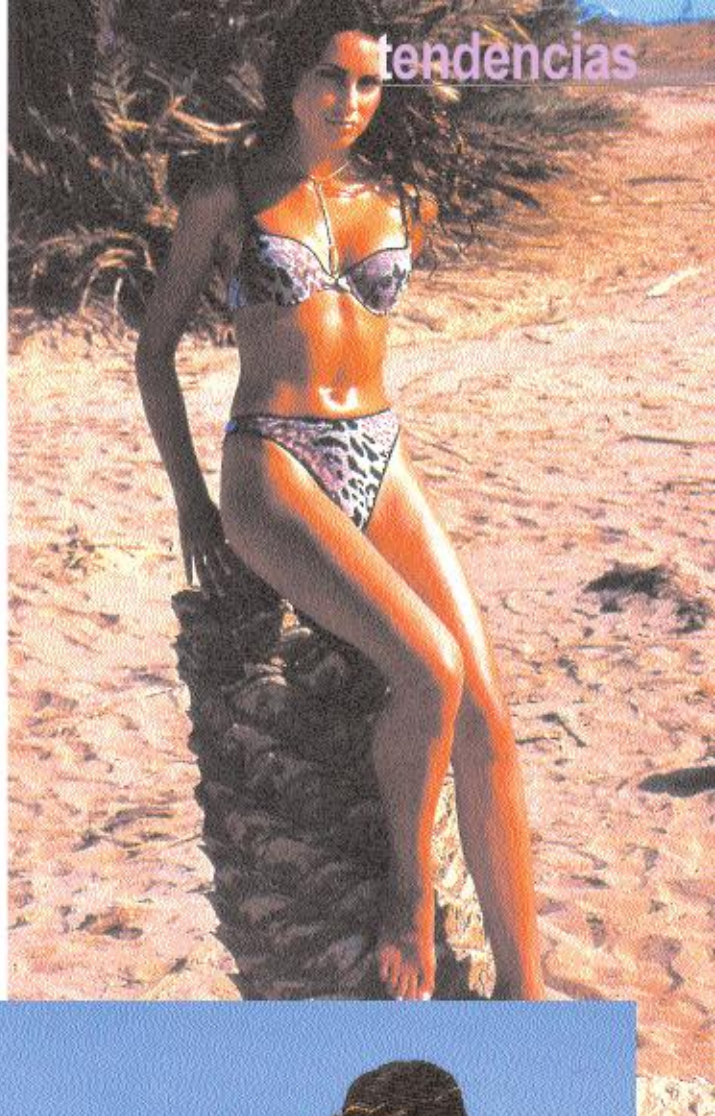
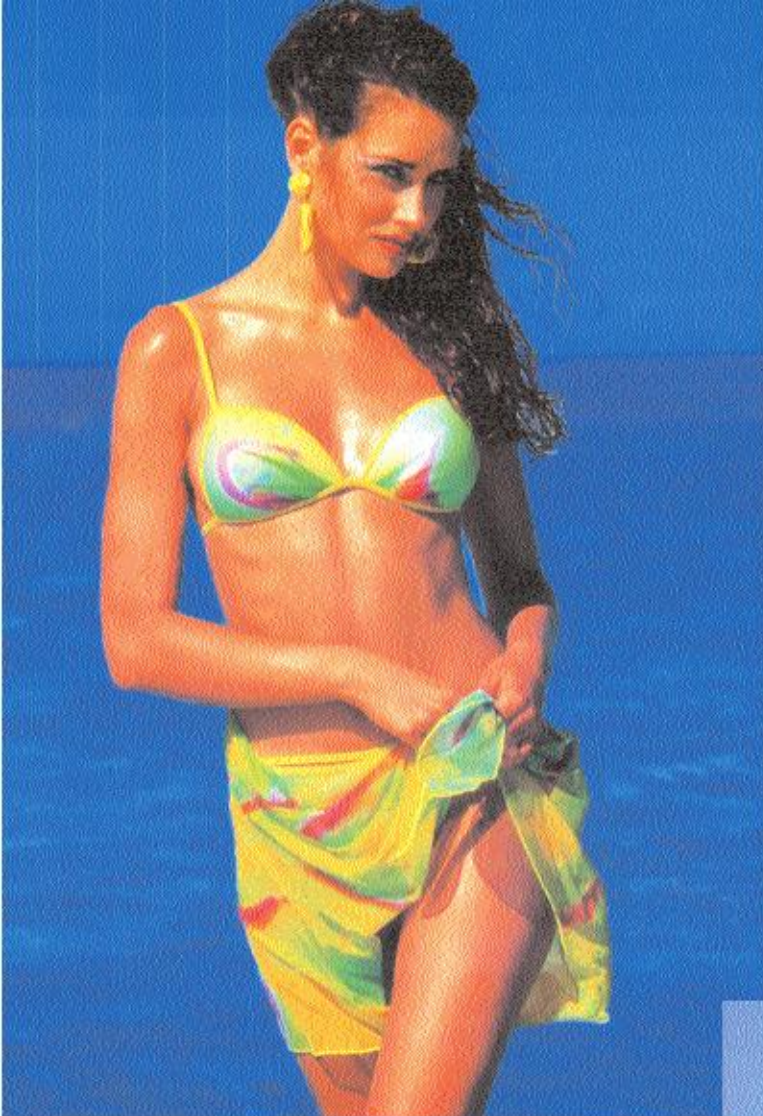
Un fenómeno a destacar en este incremento de visitas a las salas de cine se debe quizá a que actualmente la oferta cinematográfica se está desplazando desde las ciudades hacia las provincias. Así está sucediendo desde 1997, con complejos localizados en el extrarradio de las grandes áreas urbanas, ubicados en diferentes y estratégicas zonas de reciente desarrollo urbanístico donde los promotores de centros comerciales han considerado altamente rentable la construcción de multicentros alejados de los núcleos urbanos más saturados. □



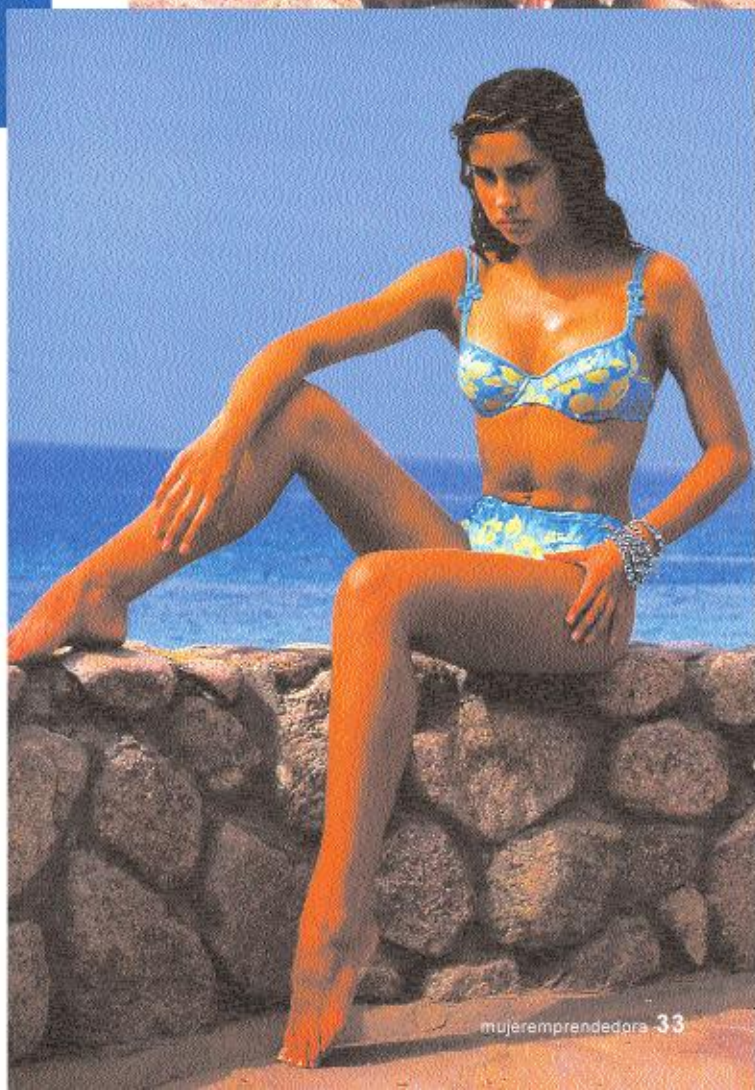
tendencias



¡Colores al agua!

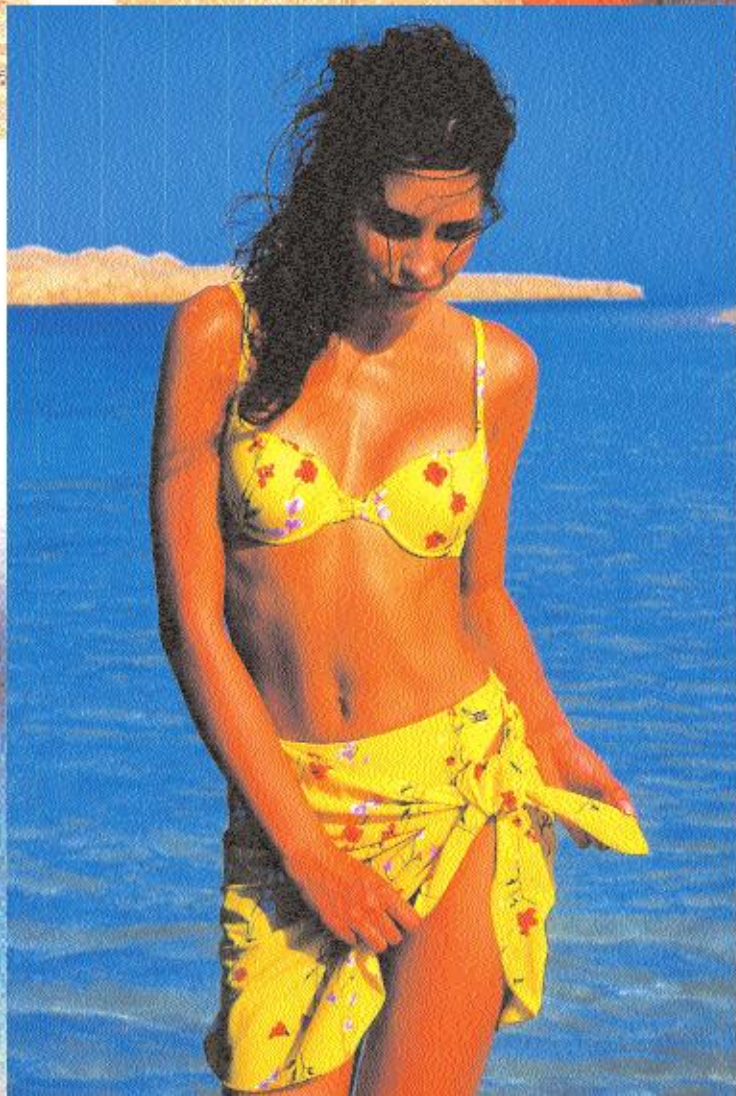


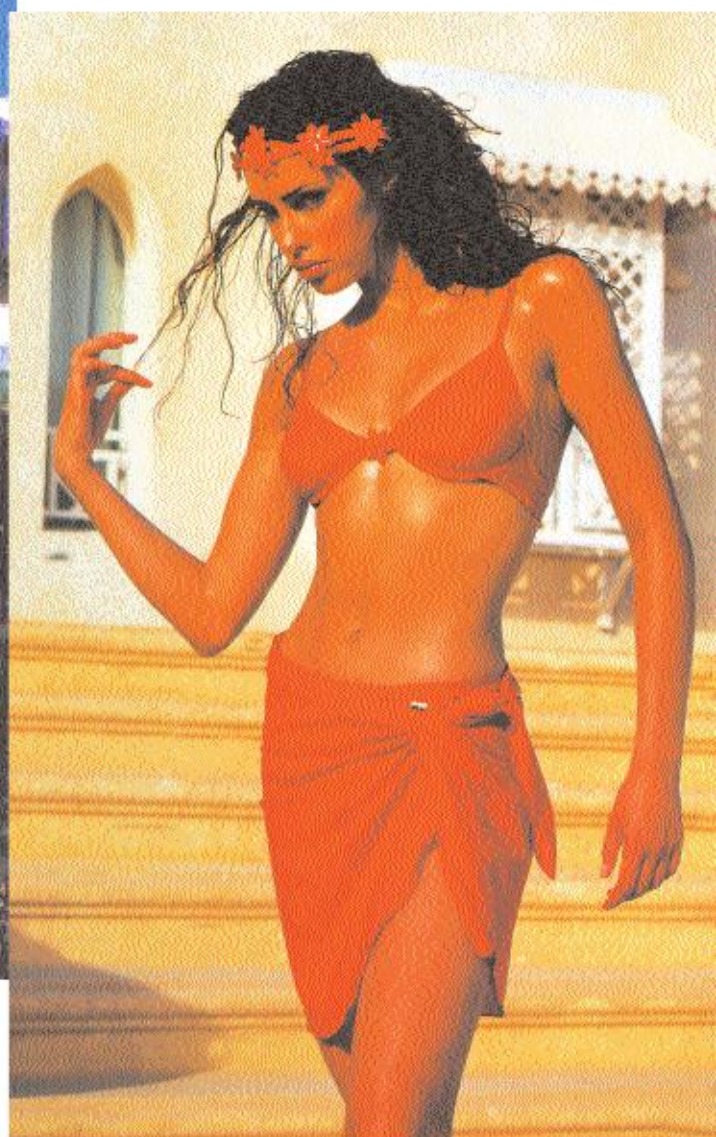
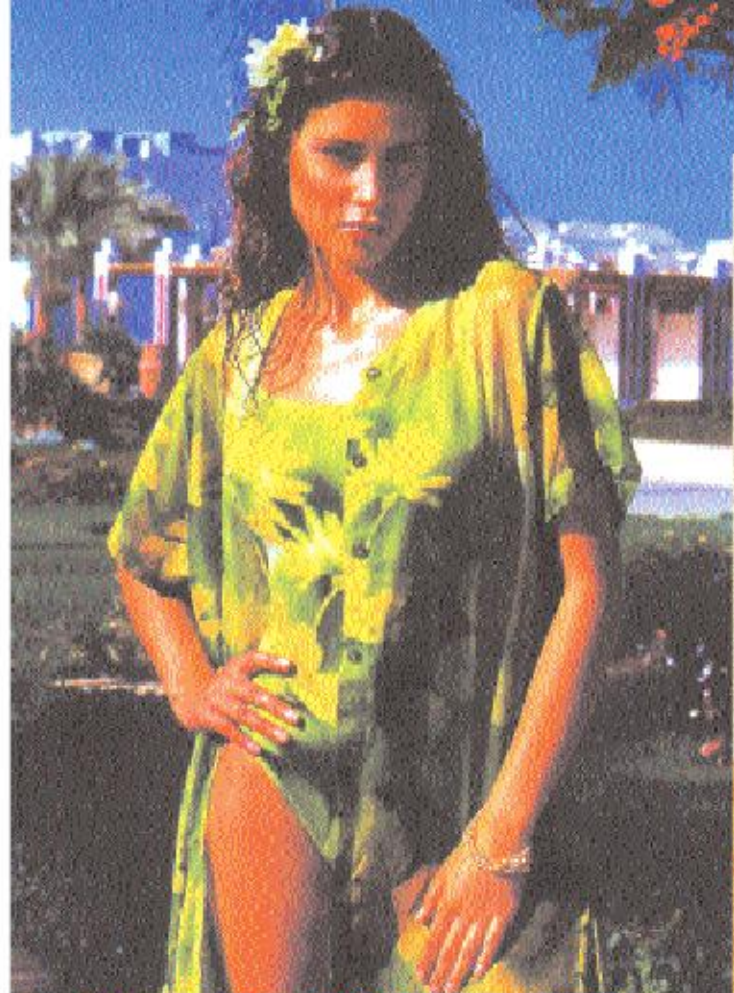
Bárbara París ha presentado su línea de trajes de baño para este verano, unos meses que se presentan para esta firma cargados de tejidos y colores diferentes. Todo ello pensado para que luzcas tu bronceado y, al mismo tiempo, te sientas cómoda y favorecida





Bárbara París ha apostado en esta temporada por los tejidos estampados en diferentes colores y con motivos distintos, tanto en sus bikinis como en sus bañadores y complementos.





Toda la protección con toda la riqueza del rojo

Excellence de L'Oreal ha ampliado su gama de tonos para el cabello añadiendo tres nuevos colores:

esta ampliación, Excellence pretende satisfacer a todas aquellas mujeres que demandan un tono o unos reflejos rojos.



castaño claro rojo
cobrizo, rubio
oscuro caoba rojizo
y rubio cobrizo rojo. Con

Además, Excellence de L'Oreal ofrece una cobertura perfecta de los cabellos blancos gracias a su textura-crema que no gotea y que permite repartir el producto de manera uniforme de la raíz a las puntas, así como una protección extrema del cabello gracias a su sistema protector con ceramida-proteína, que protege los cabellos y los revitaliza coloración tras coloración. □

P.V.P. recomendado: 8'2 □

Hongos chinos para protegerte del sol

El Reishi vegetal es un milenario hongo chino que posee unas extraordinarias propiedades de estimulación en el sistema de defensa celular. Yves Rocher lo ha aprovechado de cara a este verano, y por ello propone diferentes productos para que podamos proteger nuestras pieles del sol de la forma más eficaz y natural. □



P.V.P.:

Agua en spray IP 20 Extra Frescor,
vaporizador 100 ml: 13 □

Leche en spray IP 15 Extra Confort,
vaporizador 100 ml: 13 □

Bálsamo calmante especial quemaduras,
frasco 150 ml: 10 □

Variedad para proteger tus ojos este verano

La firma Watch & See presenta su línea de gafas de sol para esta temporada, un abanico de colores entre los que predominan los tostados, salmónes, azules, colores transparentes y espejos. Las pantallas grandes y sin montura y la pedrería en las lentes son otros de los detalles que aportan su toque especial a esta colección para el verano 2002.

Watch & See te ofrece un amplio surtido compuesto por más de 800 modelos de gafas pertenecientes a marcas de gran prestigio y calidad como Gucci, Dolce & Gabbana, Christian Dior, Armani, Silhouette, Oakley, Ray Ban y Chanel, entre otras.

Más información en www.watchandsee.es. □

P.V.P.:

Gafas Chanel transparentes: 189'32 □

Gafas Polo Sport azules: 132 □

Gafas Emporio Armani Havana: 127'21 □

Tu piel más lisa de cara al verano

Los laboratorios Christian Dior han lanzado de cara a este verano la línea Bikini, compuesta por tres nuevos tratamientos reductores dirigidos según tu prioridad y basados en el Lipodiet Process, un sistema que estimula la actividad de una molécula "comedora de células grasas". Bikini Anti-Cellulite está especialmente indicado si quieres reducir y



alisar; Bikini Anti-Aqua, si lo que deseas es reducir y drenar y, por último, Bikini Anti-Age si prefieres reducir y renovar la piel. De un test realizado a 87 mujeres con Bikini Anti-Cellulite durante un mes, el 95% encontraron su piel más lisa después del tratamiento, y el 76% afirmó sentirse más delgada. Ya lo sabes, si este verano quieres lucir una piel lisa y firme, no lo dudes, porque Christian Dior pone en tus manos estos nuevos tratamientos para que puedas lucir tus piernas con total tranquilidad. □



Protección frente a los rayos UVA-UVB

Clinique ha presentado su nueva línea solar UV-Response, que podrás adquirir en formato para cara o cuerpo y que te ofrecen una protección de amplio espectro frente a los rayos UVA y UVB. Además, la línea UV-Response aporta a tu cuerpo y rostro una protección antioxidante que se activa e intensifica con el sol y que te ayudarán a prevenir los signos de envejecimiento prematuro. □



Bronceada antes de tomar el sol

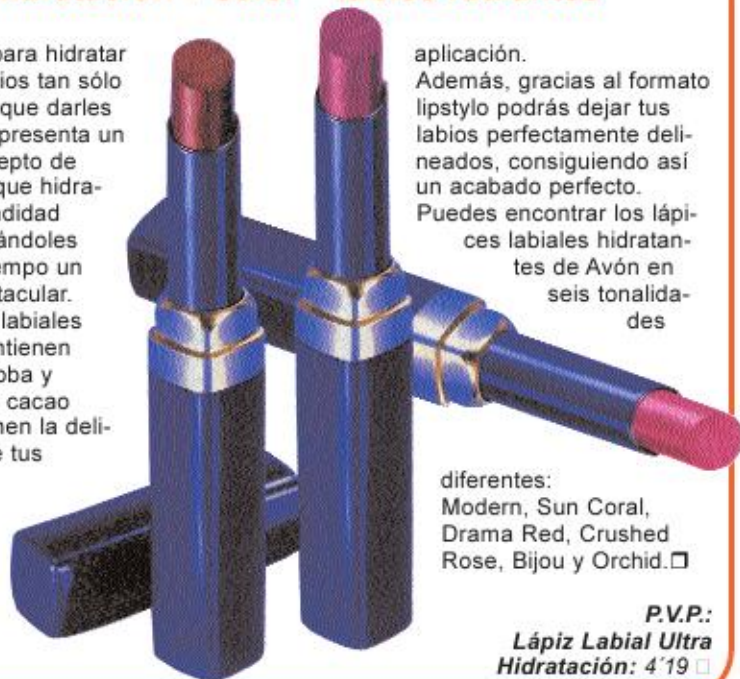
¿No te vas de vacaciones hasta agosto o septiembre? ¿Quieres tener durante los primeros días del verano tu piel bronceada y luminosa? Ya no tienes que preocuparte porque tu piel no tenga ese color tan deseado durante las primeras semanas del verano, ya que Lancaster te ofrece Self Tan Body Wear. Este producto es un autobronceador instantáneo para cuerpo y piernas que te aportará un tono luminoso y radiante de manera inmediata, dejando además tu piel sedosa y flexible.

Con Self Tan Body Wear de Lancaster podrás lucir un moreno uniforme, muy natural y duradero, ya que su composición te dará un bronceado de larga duración. □



Hidratación + color = labios radiantes

Ahora, para hidratar tus labios tan sólo tienes que darles color. Avón presenta un nuevo concepto de lápiz labial que hidrata en profundidad los labios dándoles al mismo tiempo un color espectacular. Los lápices labiales de Avón contienen lanolina, jojoba y manteca de cacao que mantienen la delicada piel de tus labios con una apariencia suave e hidratada hasta 24 horas después de su



aplicación.

Además, gracias al formato lipstilo podrás dejar tus labios perfectamente delineados, consiguiendo así un acabado perfecto.

Puedes encontrar los lápices labiales hidratantes de Avón en seis tonalidades

diferentes:
Modern, Sun Coral,
Drama Red, Crushed
Rose, Bijou y Orchid. □

P.V.P.:

Lápiz Labial Ultra
Hidratación: 4'19 □

Colores femeninos y optimistas

Rimmel te propone mezclar lo más chic de la costura creativa con el atractivo distintivo de lo clásico. Así se presenta Romance Urbano, la nueva línea de Rimmel que te ofrece colores relucientes que van desde los rosas suaves a los corales.

Estos colores femeninos y optimistas arrancan con la innovadora sombra de ojos Watercool Eye Shadow, que es de larga duración, no se corre y tiene cuatro tonos adornados con oro: el Dorado Bond, el Verde Savoy, el Rosa Ángel y el Beige Ritz. El colorete es el complemento imprescindible de las sombras de ojos de esta temporada, y con el tono First Kiss del colorete en gel Blish Tint, tus mejillas irradiarán luminosidad. Además, tus labios rebosarán brillo con el rosa y los tonos coral de Lasting Finish



Lipstick, y les podrás añadir un toque divertido con un toque de Vinyl Lip Gloss, que notarás cómo cambia suavemente con la luz. Puedes completar el look Romance Urbano

de Rimmel con los cinco tonos de la laca de uñas Lasting Finish Nail Polish, que van desde los plastificados hasta los que aportarán a tus uñas unos suaves destellos. □



Carmen Ramírez,
Escritora, Socióloga y Pedagoga

Antonio Guerra Médico y periodista Opina sobre la mujer



A

ntonio Guerra es uno de los catorce médicos colegiados, que a la vez son periodistas en España.

Nacido en Villanueva del Río y Minas (Sevilla), ha ejercido de forma paralela las dos carreras, con ilusión y pasión.

Doctor por la Facultad de Medicina Hispalense, ha estado durante once años como profesor de Terapéutica Física en Sevilla.

Licenciado en Ciencias de la Información en la Universidad de Navarra, comenzó a escribir en el Diario Pueblo críticas de cine y literatura. De allí pasó al Correo de Andalucía, y posteriormente fue delegado para Andalucía de la revista Cambio 16.

Obtuvo la cátedra de Francés en la ciudad de la Giralda, en un Instituto de Enseñanza Media.

Antonio, conocido y valorado a nivel nacional e internacional, tiene catorce libros escritos, que se reparten entre sus dos amores: la medicina y el periodismo.

El primero, "Periodismo y purgatorio" (1974) y el último "La victoria sin alas" (1999). Citaremos una novela de humor, "Sin colesterol y sin amargarse la vida" y un ensayo, "La vida es una magia".

Este escritor documentado y ameno es muy conocido por su programa "La salud y la vida", que realizó durante cinco años en Onda Cero Radio para toda España y

que actualmente lo presenta Giralda Televisión (tres años) y se divulga a través de 143 televisiones locales en todo el país.

El doctor Guerra dice que el 80% de lo que ha hecho se lo debe a su esposa Caridad, que era médica y fue su apoyo en todos los sentidos, incluido el intelectual.

Opina que la sociedad se tiene que convencer de la importancia de compartirlo todo con la mujer, ya que ello va en beneficio del progreso.

Cree que si hubiese una ley que obligase a la alternancia en la presidencia de las naciones, un hombre y una mujer, las cosas serían muy distintas para bien de la humanidad.

Está seguro de que, dentro de pocos años, la mujer será tan protagonista como el hombre en lo político, social y económico. En medicina ocupará los mismos cargos directivos y las mismas cátedras que ellos.

Esta ilustre personalidad en ciencias y letras, al hablarme de su programa de televisión, me dijo que lo comparte desde el primer día con la periodista Ana Cristina Doñoro, cuyas aportaciones son muy positivas.

Me comentó estas anécdotas: llamó a un importante catedrático para que partici-

para, y él le propuso: "lleva a mi mujer, que es médica y comunica mejor que yo".

Por el contrario, una paciente que se había curado de una enfermedad por los medios facilitados por el equipo de "La salud y la vida" no pudo ir a contarle; el marido, por celos, no lo consintió.

Entre las aficiones de Antonio figuran: la lectura, el cine y escuchar música. Hay obras, como el Concierto nº 1 de Tchaikowsky, compositor que sirvió de puente entre el alma oriental y occidental, que suele oír con frecuencia.

Antonio Guerra Gil tiene tres licenciaturas: Medicina, Periodismo y Filosofía y Letras. Profesor de instituto de enseñanza media y de universidad. Autor de catorce libros, con estilo ágil y profundo. Ha pronunciado miles de conferencias y publicado incontables artículos.

"Señor de la Medicina" y alma de poeta, se le pueden aplicar las palabras de Joseph Conrad, "el pensador y el hombre de ciencia buscan la verdad para sacarla a la luz", como he podido observar en su obra escrita y en toda su trayectoria vital. □

Dos Hermanas...

...una realidad
de progreso

Dos Hermanas

...ciudad para invertir

...ciudad donde comprar

...ciudad para vivir



Excmo. Ayuntamiento
de Dos Hermanas

Culto al agua

El agua está por toda Andalucía. Por todos los patios. Por todos los monumentos arquitectónicos. Por todas las fuentes. El agua forma parte de su cultura. El agua es sagrada. **Andalucía sólo hay una. La tuya.**



www.andalucia.org

Andalucía
Sólo hay una.

